

Design Toolkit

Mètodes

Mapa d'empatia



Fets

-  **Durada**
Curta
-  **Dificultat**
Baixa
-  **Expertesa**
Bàsica

Clasificació

Quantitatiu	✗
Qualitatiu	✓
Amb usuaris	✓
Expert	✓
Exploratori	✓
Síntesi	✓
Generatiu	✓
Avaluació	✗

Què és?

L'empatia és una peça essencial d'un procés de disseny centrat en les persones. El mode empàtic és necessari per a entendre les persones usuàries d'un producte o servei i també el seu context. Per tant, els dissenyadors s'han d'esforçar per a entendre la manera com els usuaris destinataris del seu disseny fan les coses i per què, les seves necessitats físiques i emocionals, què té sentit per a ells i a la vegada entendre també el context o els contextos d'ús del producte o servei.

En aquest marc, el mapa d'empatia és una eina per a ajudar a prendre consciència i entendre els usuaris a qui s'adreça un producte o servei. Així, el treball amb el mapa d'empatia permet crear una visió comuna sobre les necessitats, els objectius i els punts de dolor dels usuaris, i connecta l'espai o *gap* entre els usuaris i els conceptes de disseny.

El mapa d'empatia no és un mètode de recollida de dades, sinó un mètode sobre com plasmar i visualitzar el que sabem dels usuaris. Així, pot venir del que assumim o ens imaginem dels usuaris. En aquest sentit, el mapa d'empatia seria similar al concepte de protopersones. Aquests mapes poden no ajustar-se a la realitat, però ajudaran igualment a treballar l'empatia en un primer moment i a baix cost. L'ideal seria validar-los després amb dades reals.

Una altra manera de fer el mapa d'empatia és crear-lo a partir de dades reals. Per exemple, a partir d'unes «persones». En aquest segon cas, el mapa serà verídic i no caldrà validar-lo posteriorment.

Materials

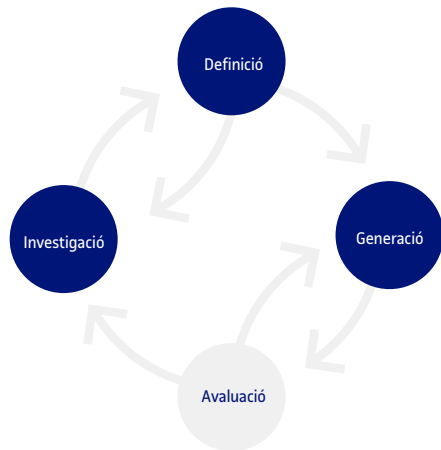
Caldran retoladors, fulls grans i notes adhesives de colors diferents.

Quan?

Normalment es fa servir en les fases inicials d'un projecte, quan es recullen els requeriments d'usuari o, en terminologia de pensament de dissenyador (*design thinking*), en la fase d'empatia.

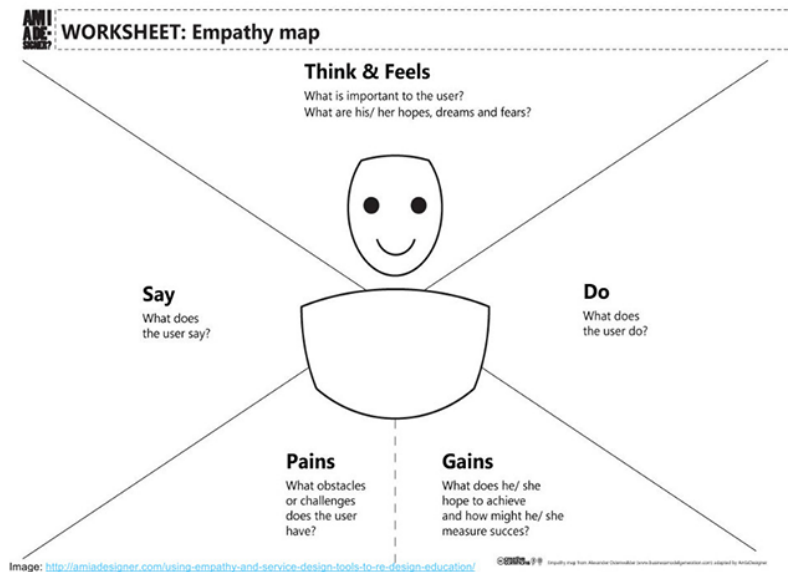
Com?

Etapa



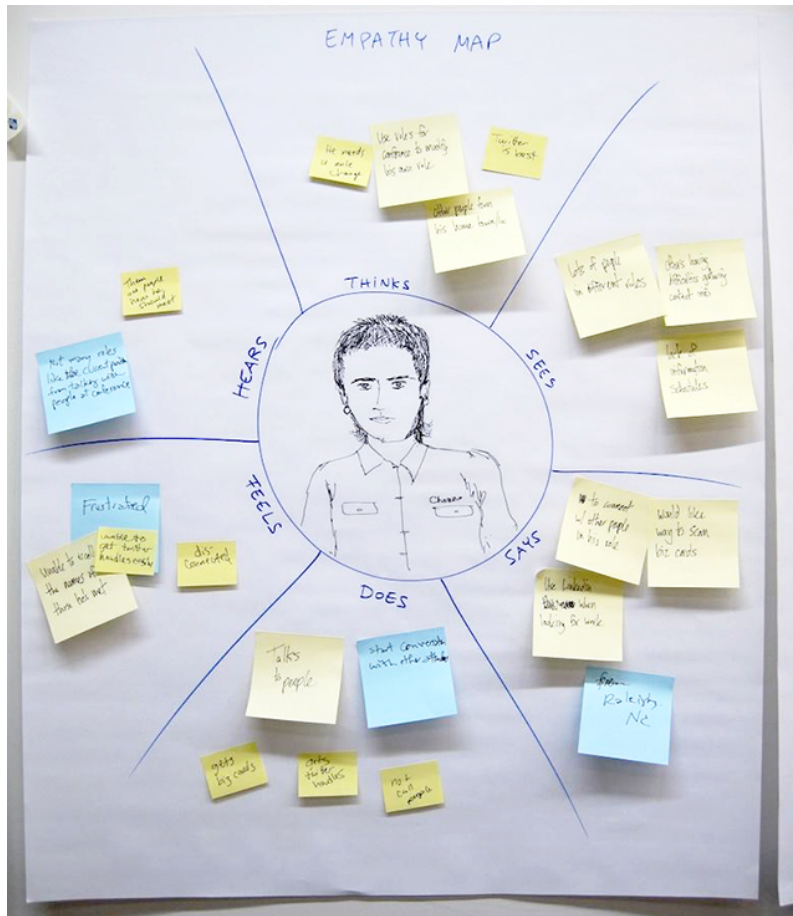
Hi ha molts models de mapes d'empatia diferents però tots tenen el mateix objectiu: entendre millor i aprendre més coses sobre els usuaris. En ambdós casos –amb dades reals o sense–, en la creació del mapa, hi haurien de participar totes les persones que contribueixen a la creació i desenvolupament del producte o servei, incloent-hi sobretot dissenyadors, enginyers, responsables de producte i públic d'interès. Així, es comença reunint l'equip que treballa en el projecte.

El mateix mapa es plasma en un dibuix per a representar l'usuari per a qui es fa el disseny o a partir d'una plantilla o *template* ja feta, com es pot veure en la imatge inferior.



A continuació, es dibuixen diferents seccions al voltant de l'usuari que representaran la seva experiència: 1) pensaments i sentiments, 2) paraules i accions, 3) vista, 4) oïda i 5) dolors i guanys. Com es veu si es compara la imatge anterior amb les seccions que acabem d'esmentar, la seva quantitat i el seu nom poden variar lleugerament, ja que s'adapten a les necessitats del projecte. Un cop es tenen les seccions, s'explica a l'equip què signifiquen i se'ls demana que descriguin les diferents experiències des del punt de vista de l'usuari.

Cada membre de l'equip tindrà una estona per a escriure aquestes experiències en les notes adhesives, en què utilitzarà informació que pot venir de les dades ja existents o d'allò que el membre de l'equip pensi o cregui. Després, es posarà en comú tota la informació i es recollirà la informació rellevant en el mapa, plasmant les notes adhesives en el dibuix o *template* escollit.



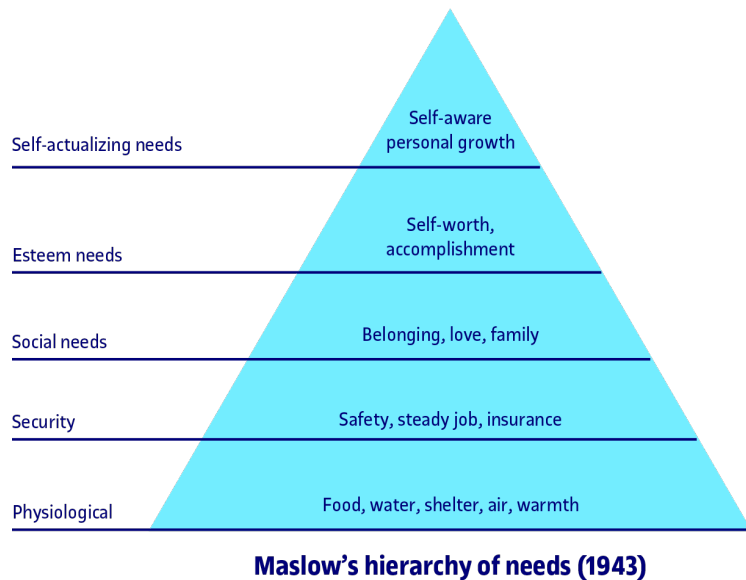
També es pot fer aquesta activitat fent equips de treball de tres o quatre participants (depenent del nombre de membres que hi hagi a l'equip de disseny) i s'assigna un usuari a cada equip de treball, si es treballa amb múltiples usuaris o sinó el mateix per a tots els equips. Cada equip haurà de crear un mapa d'empatia diferent. A continuació, cada grup completa el mapa d'empatia i es comparteix el que s'ha recollit amb la resta de l'equip.

El darrer pas és reflexionar sobre els resultats de l'activitat. Durant aquesta fase, es poden fer preguntes com les següents:

- Què us ha sorprès?
- Què heu après sobre l'usuari?
- Sobre quins aspectes de l'usuari voleu obtenir més informació?
- Quins aspectes de l'usuari penseu que influiran més en els vostres dissenys?

En relació amb les parts que componen un mapa d'empatia, hi ha diferents aproximacions i també el mateix equip de treball pot fer la seva adaptació. Així, els noms que posem a les diferents seccions poden variar i els que hem comentat més amunt són l'exemple més habitual, però no l'únic.

Una altra versió del mapa d'empatia seria lligar-lo a la piràmide de necessitats de Maslow. Per tant, també es poden consultar les cinc capes de la piràmide de Maslow per a ajudar a definir les necessitats que l'usuari prova de satisfer.



Avantatges

- Mostra el «perquè» subjacent darrere les accions, eleccions i decisions dels usuaris per tal de poder dissenyar, de manera proactiva, segons les seves necessitats reals (les que són difícils de percebre i articular pels usuaris).
- Permet als membres de l'equip d'interioritzar una part de l'experiència dels usuaris d'una manera que no es pot aconseguir escoltant una presentació o llegint un informe.
- Amb aquesta comprensió de les situacions de l'usuari per l'equip de treball, els seus membres tenen més coneixements per a poder entendre ràpidament com els canvis del disseny poden tenir un gran impacte en els usuaris.
- Així, idealment i si s'ha construït a partir de dades reals, el mapa és una eina que es fa servir al llarg del procés de desenvolupament per a tenir sempre presents els usuaris.

Inconvenients

- Un possible inconvenient és que el mapa es quedi en una activitat anecdòtica dels inicis del projecte, però no tingui un impacte real en la

conceptualització o disseny del producte o servei.

- També pot passar que el mapa d'empatia sigui massa reductor i només representi una persona o un grup de persones, en lloc de tots els usuaris objectiu.
- Finalment, si es fa sense dades, pot ser que després no segueixi una etapa de validació amb recollida de dades reals dels usuaris. En aquest cas, l'equip de treball es pot quedar amb una imatge que no correspon a la realitat dels usuaris.

Notes

- Sovint els mapes d'empatia es defineixen un cop s'han creat les «persones» del projecte. D'aquesta manera, és la informació de cada «persona» la que alimenta el contingut del mapa. En aquests casos, s'ha d'intentar entendre el punt de vista de la «persona» el màxim possible per tal de poder-lo plasmar en el mapa.
- Un cop acabat, s'aconsella mantenir els diferents mapes d'empatia –cada un representant un grup d'usuari objectiu– en un lloc visible per a tot l'equip. Aquesta visibilitat fa que el mapa pugui ser usat com a font d'informació per a prendre les decisions de disseny.

Referències

An Introduction to Design Thinking PROCESS GUIDE: <https://dschool-old.stanford.edu/sandbox/groups/designresources/wiki/36873/attachments/74b3d/ModeGuideBOOTCAMP2010L.pdf>

Empathy Map: <https://medialabamsterdam.com/toolkit/method-card/empathy-map-2/>

Empathy's Role in Experience Design: <https://uxmag.com/articles/empathy%E2%80%99s-role-in-experience-design>

How to Use Persona Empathy Mapping: <https://uxmag.com/articles/how-to-use-persona-empathy-mapping>

Empathy Map – Why and How to Use It: <https://www.interaction-design.org/literature/article/empathy-map-why-and-how-to-use-it>

Imatges:

<https://www.flickr.com/photos/kjarrett/25724925120>

<https://www.flickr.com/photos/visualpunch/8656241180>

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Maslow_hierarchy_of_needs.jpg