

INVESTIGAR | PERCEBER OS UTILIZADORES NO CONTEXTO DO
PROBLEMA



PERSONAS

PERSONAS

OBJETIVO

Personas são uma apresentação sintética de grupos de pessoas reais, que refletem padrões baseados no pensamento, comportamento, objetivos, atitudes e outras características. São personagens criados a partir dos dados gerados durante a *Fase de Investigação*. São uma boa forma de obter mais informações sobre a variedade de perspectivas e objetivos dos atores envolvidos no serviço.

MATERIAIS NECESSÁRIOS

- Conhecimento dos dados descobertos durante a *Fase de Investigação*;
- Criar uma ficha de *persona* ajustada ao âmbito do projeto (ver o [modelo](#) fornecido neste *Toolkit*).
- Papel, canetas e marcadores.

DURAÇÃO

60 a 120 minutos

PARA QUE SERVE

Personas motivam uma abordagem aos dados de investigação centrada nos utilizadores. São criadas para ajudar à tomada de decisão: “será que esta solução é boa para esta *persona*?”. São personagens (arquétipos) criadas para representar os diferentes grupos de pessoas com base nas informações identificadas durante a pesquisa. Refletem os [modelos mentais](#) e necessidades reais, motivações, valores e interesses, objetivos e expectativas das pessoas que utilizam um serviço. A criação destes arquétipos ajuda a desenvolver empatia com as circunstâncias e objetivos de diferentes grupos de atores.



INVESTIGAR

PERCEBER OS UTILIZADORES
NO CONTEXTO DO
PROBLEMA



INVESTIGAR

PERCEBER OS UTILIZADORES
NO CONTEXTO DO
PROBLEMA

COMO UTILIZAR | PASSO A PASSO

1. As *personas* são criadas com base em pesquisa (entrevistas a utilizadores, inquéritos, observações no terreno, etc.),
2. Representam um trabalho de síntese sobre os tipos utilizadores identificados na *Fase de Investigação*, agrupando-os em arquétipos para os memorizar e gerar empatia com as suas necessidades.
3. Criar uma história que integre informação relevante sobre o grupo de utilizadores que representa (por exemplo, quais as suas atitudes, crenças ou formas de estar, como usam o sistema, como o seu comportamento e escolhas afetam a sua experiência com o serviço)
4. É aconselhável usar títulos sobre o tipo de utilizador e o seu comportamento e padrão de pensamento (como ocupação,

hobbies e interesses, frustrações, motivações e necessidades), em vez de usar dados demográficos (como nome, idade e género), pois estes podem motivar interpretações simplistas baseadas em estereótipos.

NOTA: Devem incluir-se dados demográficos apenas se estes forem relevantes para o âmbito do projeto, por exemplo se for um serviço para crianças ou pessoas de idade avançada.

5. De acordo com o âmbito do projeto, adicionar outros dados relevantes para o tema em análise, (por exemplo, num serviços online, será importante evidenciar a relação com a tecnologia, o padrão de utilização de serviços digitais, etc.).



INVESTIGAR

PERCEBER OS UTILIZADORES
NO CONTEXTO DO
PROBLEMA

DICAS E TRUQUES

- A criação das *personas* deverá focar-se em motivações e comportamentos de utilizadores reais.
- A descrição associada a uma *persona* deve conseguir gerar entendimento suficiente sobre as necessidades e expectativas desses utilizadores de modo a que o grupo de trabalho consiga criar empatia desenvolver soluções para problemas reais.
- Dar um nome fictício às *personas* ajuda a promover a empatia entre a equipa de projeto e os utilizadores para os quais está a ser desenhado o serviço.
NOTA: Ter atenção aos possíveis enviesamentos causados pelo [nome](#) atribuído.
- As *personas* não devem ser sínteses, nem médias, de dados demográficos das pessoas estudadas durante a pesquisa qualitativa.

RECURSOS

Modelo [“Personas”](#)

FERRAMENTA EM CONTEXTO

[Personas](#) - pelo Departamento do Primeiro Ministro e Gabinete do Governo Neo-Zelandês (conteúdo em inglês).

[Techniques and best practice for using personas](#) – pelo usability.gov, uma iniciativa do Departamento de Saúde e Serviços Humanos do governo dos Estados Unidos (conteúdo em inglês).

Creating Personas – [Parte 1](#) e [Parte 2](#) por Krisztina Szerovay (conteúdo em inglês).

[User personas](#) – pela Interaction Design Foundation (conteúdo em inglês).



INVESTIGAR

PERCEBER OS UTILIZADORES NO CONTEXTO DO PROBLEMA

A viajante urbana “digital”



Vive em - Carcavelos

Família - Mudou-se para casa dos pais para poupar dinheiro

Ocupação - Administrativa na Universidade de Lisboa

Passatempos - Socializar com amigos, caminhadas, cozinhar, jogar voleibol, ler e adora andar de bicicleta.

Meio de transporte - Usa comboio e metro. Há 1 ano que viaja diariamente para Lisboa, desde Carcavelos.



Viagens diárias Lisboa <-> Carcavelos

CENÁRIO

Viaja de Carcavelos para a Universidade de Lisboa diariamente, durante a hora de ponta. A viagem leva mais de uma hora e requer troca entre comboio e metro (o qual tem que pagar separadamente). O comboio fica MUITO mais cheio durante os meses de verão!

EMOÇÕES

"NÃO ME IMPORTO MUITO COM O TRAJETO, OS COMBOIOS E O METRO SÃO FIÁVEIS E O PREÇO NÃO É MAU. NO ENTANTO, BASTA UM LIGEIRO ATRASO DO COMBOIO PARA PERDER O METRO, OU VICE-VERSA, TENDO QUE FICAR À ESPERA MAIS TEMPO. E ISSO PODE SER MUITO FRUSTRANTE."



PONTOS CRÍTICOS / BARREIRAS

"TENHO SEMPRE O MEU TELEMÓVEL COMIGO E CONSULTO (UMA APP CHAMADA) O 'CITY MAPPER' PARA AVALIAR QUAIS OS PERCURSOS MAIS RÁPIDOS. POR EXEMPLO, SABER SE É MAIS RÁPIDO IR DE GIRA EM VEZ DE METRO. EMBORA NEM SEMPRE CONSIGO, POIS O 3G NEM SEMPRE FUNCIONA E NÃO HÁ WI-FI NOS COMBOIOS"

COMPORTAMENTO

"O MEU CONSUMO DE INTERNET NO TELEMÓVEL E RESPECTIVA CUSTO ESTÁ A AUMENTAR. POIS COSTUMO NAVEGAR NA INTERNET A CAMINHO DO TRABALHO, ENQUANTO VOU NO COMBOIO OU METRO."

FREQUÊNCIA DE TAREFAS

Transportes públicos

Usa pouco Usa muito

Meios alternativos (bicicleta, táxi, boleia, etc.)

Usa pouco Usa muito

Internet Móvel

Usa pouco Usa muito

OBJETIVOS

- Precisa chegar a tempo ao seu destino
- Quer ligação à internet estável e, se possível, gratuita.
- Gosta de ter informação sobre os horários reais dos transportes públicos.

OPORTUNIDADES

Informação automática sobre interrupção nos horários.
Pagamento integrado dos diferentes transportes públicos.

Imagem: Persona - Exemplo hipotético de uma *persona* que utiliza transportes públicos e internet móvel todos os dias.