



A CONTRIBUIÇÃO DO DESIGN DE INTERAÇÃO NO ESTUDO DA EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO COM SERVIÇOS DE CULINÁRIA REGIONAL.

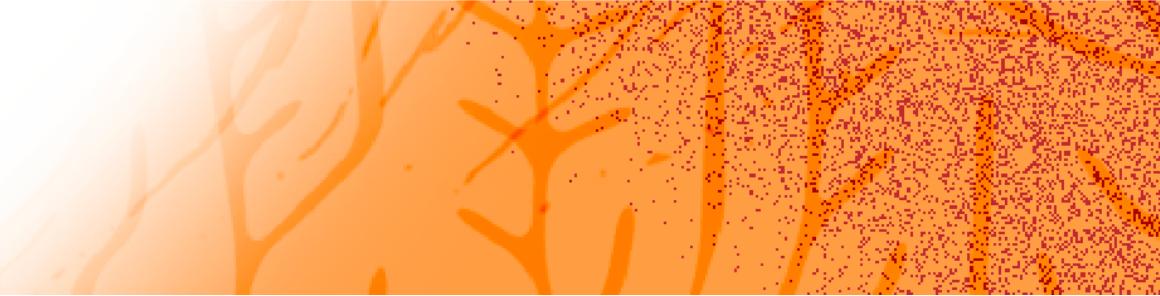
The Contribution of Interaction Design in The Study of User Experience With Regional Cuisine Services

PASSOS, Fernanda K Cruz; Mestranda; Universidade Federal do Maranhão;
fernanda.passos@discente.ufma.br

CAMPOS, Lívia Flávia de Albuquerque; Dra.; Universidade Federal do Maranhão;
livia.albuquerque@ufma.br

Resumo:

Nos últimos anos, observa-se um crescente interesse dos consumidores em vivenciar experiências relacionadas à gastronomia e, simultaneamente, as empresas passaram a buscar cada vez mais entregar experiências de longo prazo através de serviços e produtos inovadores. As ações humanas, bem como, seus estímulos sensoriais se manifestam cotidianamente, de forma individual e subjetiva, tornando-se atualmente um grande foco dos estudiosos. Para melhor compreensão do assunto, alguns autores abordam áreas de investigação que consideram os fatores comportamentais, estudos da percepção e dos processos cognitivos como essenciais para compreensão das interações dos indivíduos, bem como suas consequências (OLIVEIRA; MONTALVÃO, 2012). O Design de Interação, por sua vez, pode ser conceitualizado como a área que busca entender as necessidades humanas e desenvolver produtos baseados em atendê-las, considerando conforto, funcionalidade e sustentabilidade. Enquanto que, no âmbito do design contemporâneo, assuntos como a experiência dos usuários e as descobertas que cercam além do modo de uso dos artefatos, as suas relações cognitivas e de prazer vêm sendo cada vez mais pautados. Segundo a “*Human Factors International*”, os métodos de pesquisa e design centrados no usuário evoluíram para abranger novas áreas de conhecimento, incluindo o campo do Design Emocional. Esta área reconhece que determinadas emoções sejam identificadas ou evitadas no uso dos artefatos ou serviços (DEMIR *et al.*, 2009), integrada aos fundamentos da psicologia e às abordagens centradas no usuário, são complementares para a condução do processo projetual de design (ASSUNÇÃO; JACQUES, 2021). Em serviços de segmento regional, faz-se necessário considerar conhecimentos acerca dos fatores cognitivos e comportamentais, em que a percepção dos indivíduos sobre tais serviços estejam alinhadas com sua identidade e cultura onde estão inseridos, de maneira que façam sentido para os mesmos. Ainda no recorte regional, no segmento gastronomia, pode-se afirmar que a alimentação é um “reflexo cultural” da sociedade contemporânea (PARREIRA, 2012), onde os hábitos alimentares relativos à comida podem apontar identidades e tradições definidas no tempo e no espaço e a interação afetiva das pessoas com alimentos ocorre em diversos pontos de contato, desde a escolha deles, o preparo ainda em fase de insumo e o consumo. Nos últimos anos, tem-se percebido o interesse dos estudiosos da área de HCI (Human Computer Interaction) em entender as relações entre comida/alimentos e os seres humanos. Levantando as preocupações desde a segurança alimentar no cultivo dos alimentos até o consumo compartilhado com amigos, familiares e até mesmo festividades até a mesa, visto que, as práticas culinárias podem ser entendidas como um conjunto de aromas e sabores específicos de uma determinada cultura, enquanto resultado da interação do ser humano com o seu ambiente, envolvendo diferentes dimensões como a cultura, as sensações, as



emoções e as lembranças, despertadas pelos atos de preparar como de consumir alimento (MACIEL, 2001; MINTZ, 2001; DE PAULA, 2002 *apud* IPIRANGA; LOPES; SOUZA; FROTA, 2013). Por fim, reconhecemos que, para melhor compreensão de assuntos que permeiam a interação dos usuários com serviços de culinária regional, se faz necessário o levantamento de estudos encontrados no Design de Interação dessa abordagem podem contribuir para uma melhor experiência dos usuários com serviços de culinária regional, considerando o bem estar das pessoas usuárias ao interagirem com o segmento, além disso, o cruzamento de estudos encontrados na literatura antropológica, que fundamentam a correlação dos indivíduos com o ato de consumo alimentar, e como os fatores culturalmente simbólicos, são reconhecidos quando atribuídos a serviços desse segmento. Como resultado esperado, a investigação do ponto de vista que permeia as dimensões da experiência das pessoas usuárias, bem como ferramentas metodológicas utilizadas são capazes para entender esses fenômenos que cercam a inter-relação dos usuários.

Palavras-chave:

Design de Interação; Experiência do usuário; Design e Gastronomia; Culinária Regional

Referências:

ASSUNÇÃO, Letícia Formoso; JACQUES, Jocelise Jacques de. **Design para sustentabilidade: contribuições do design reflexivo para a longevidade emocional de produtos de moda.** 2021. Disponível em:
<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/220924/001125176.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 19 jun. 2022.

DEMIR, E; DESMET, P; HEKKERT, P. **Appraisal patterns of emotions in human-product interaction.** International Journal of Design, [S.l.], v.3, n. 2, p. 41-51, 2009. Material em PDF.

DESMET, P. M. A. **Designing Emotions.** 2002. Delft University of Technology, 2002.

IPIRANGA, Ana Silvia Rocha; LOPES, Luma Louise Sousa; SOUZA, Elnivan Moreira de; FROTA, Luis André Aragão. **A Experiência Estética em uma Organização Gastronômica.** 2013. Disponível em: http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2013_EnANPAD_EOR533TC.pdf. Acesso em: 20 jun. 2022.

Krucken, Lia; Miranda de Oliveira, Paulo; Silva, Elisangela Batista da; Ibarra, María Cristina; Silva, Andre C. M.; Luz, Daniela; Bellardi, Ravi; "**DESIGN E TERRITÓRIO: ESTUDO DE INICIATIVAS DE VALORIZAÇÃO DA CULTURA GASTRONÔMICA**", p. 970-979 . In: Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design [= Blucher Design Proceedings, v. 1, n. 4]. São Paulo: Blucher, 2014.



KRUCKEN, Lia; MOL, André; LUZ, Daniela. **Territórios criativos: design para a valorização da cultura gastronômica e artesanal** / Lia Krucken, André Mol, Daniela Luz (orgs.). Belo Horizonte: Editora Atafona, 2017.

NORMAN, Donald. **Design Emocional: Por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia.** Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

PARREIRA, Suzana. **Alimentação, comida e design.** 2012. Disponível em:
https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/10006/2/ULFBA_DG6_435_2012_Suzana%20Parreira.pdf. Acesso em: 20 jun. 2022.

RAMOS, M.; DÍAZ MERINO, E. A.; SCHMIDT ALVES DÍAZ MERINO, G.; GITIRANA GOMES FERREIRA, M. **Design de serviços e experiência do usuário (UX): uma análise do relacionamento das áreas.** DAPesquisa, Florianópolis, v. 11, n. 16, p. 105-123, 2016. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/6378>. Acesso em: 13 jun. 2022.

TONETTO, L. **A perspectiva cognitiva no design para emoção: análise de concerns em projetos para a experiência.** Strategic Design Research Journal, [S.I.], v. 5, n. 3, p. 99- 106, 2012.