

Proposta de framework para a construção de Personas

A framework proposal for constructing Personas

Silva, Cláudia Souza e; Mestre; Universidade Estadual do Rio de Janeiro

cssaar@gmail.com

Guimarães, Marcelo Alberto; Mestre; Universidade Estadual do Rio de Janeiro

maguimaraes@gmail.com

Oliveira, André Ribeiro de; Doutor; Universidade Estadual do Rio de Janeiro

andre.ribeiro@eng.uerj.br

O uso de personas se mostra de grande valia no desenvolvimento de produtos e serviços que levem em consideração a experiência do usuário. No entanto, embora este recurso esteja presente em trabalhos acadêmicos e profissionais, percebe-se que o processo para a sua criação ainda suscita questionamentos. Para aqueles interessados no seu uso, pode ser difícil identificar os passos necessários para a construção, visto que há uma dispersão de recomendações que obrigam a consulta a diversos métodos. O presente trabalho apresenta uma investigação ancorada na literatura sobre métodos de construção de personas e uma investigação exploratória, através da realização de entrevistas com designers que fazem uso de personas em projetos acadêmicos e profissionais, para identificar os seus processos de criação e o seu ponto de vista sobre o uso do recurso. Como resultado, apresenta-se um passo a passo simplificado e objetivo, como método para a construção de personas.

Palavras-chave: Persona; Experiência do usuário; Design.

The use of personas proves to be of great value in the development of products and services that take into account the user experience. However, although this resource is present in academic and professional works, it is noticed that the process for its creation still raises questions. For those interested in its use, it can be difficult to identify the necessary steps for the construction, since there is a dispersion of recommendations that force the consultation of different methods. The present work presents an investigation anchored in the literature on methods of building personas and an exploratory investigation, through interviews with designers who make use of personas in academic and professional projects, to identify their creation processes and their point of view on the resource usage. As a result, a simplified and objective step-by-step method for building personas is presented.

Keywords: Persona; User experience; Design.

1 Introdução

Segundo Pinheiro, Szaniecki e Monat (2016), a aplicação de personas se apresenta como uma ferramenta para o *design* centrado no usuário e de acordo com Monat *et al.* (2019), a técnica vem sendo frequentemente utilizada na área de *design*, no desenvolvimento de projetos e estudos que abordam formas de interação e a experiência dos usuários no uso de produtos e serviços. Isso se confirma no levantamento bibliográfico feito por Coorevits *et al.* (2016), que argumenta que o uso de personas se apresenta como um bom ponto de partida para o trabalho de *design* da experiência do usuário, por personificar usuários e explicar suas atitudes no uso de um produto em um contexto real. Adicionalmente, Nunes e Quaresma (2018) acentuam que as personas, ao contrário de *wireframes* e protótipos, se encaixam e servem de guia em qualquer parte do projeto de *design*.

Quanto à abrangência da técnica, Aquino Junior e Filgueiras (2005) descrevem que as personas atendem à necessidade de mapeamento e agrupamento de um grande número de usuários, trazendo informações sobre os seus comportamentos, desejos, necessidades e dores. De acordo com os autores, as personas geradas podem também ser utilizadas como base para a seleção de usuários participantes em testes, como os de usabilidade, tornando estas inspeções mais efetivas. Segundo Grudin e Pruitt (2002), as personas proporcionam a visualização das necessidades e desejos dos usuários finais e apresentam os seguintes benefícios no processo de *design*: (i) criam foco nos usuários e no seu contexto; (ii) explicitam suposições sobre o público alvo; (iii) permitem o foco em um público alvo específico; e (iv) fornecem um instrumento para a comunicação entre os integrantes da equipe. Este aspecto é também considerado por Cooper *et al.* (2014), quando afirmam que a utilização de personas facilita o entendimento geral sobre as características dos usuários. Kalbach (2017) argumenta que as descrições narrativas dos usuários representados pelas personas, deixam explícitos detalhes sobre um grupo de usuários de uma forma fácil de entender. Desta forma, as personas se caracterizam como uma entrega em projetos de UX, capazes de estabelecer empatia pela equipe de desenvolvimento de um produto ou serviço, sobre o usuário final, com a compreensão do seu comportamento, necessidades e sentimentos.

Segundo Grudin e Pruitt (2002), o uso de personas como procedimento metodológico no desenvolvimento de produtos traz como vantagem que as equipes de projeto tenham o foco nos usuários, explicitem as suposições sobre os públicos-alvo e sobre como os produtos serão utilizados, conversem sobre estes aspectos para a tomada de decisão e estabeleçam para quem são e para quem não são os produtos projetados. Os autores descrevem que a familiarização com as personas e a visão delas como pessoas reais, pelas equipes, simplifica e personifica a leitura de dados advindos de pesquisas de mercado e testes de usabilidade. Segundo Pruitt e Grudin (2003), o uso de personas torna-se uma vantagem ao invés do uso de indivíduos reais, que podem apresentar comportamentos peculiares não generalizáveis a todo o público-alvo.

As personas nos fornecem uma maneira precisa de pensar e comunicar sobre como os grupos de usuários se comportam, como eles pensam, o que eles querem realizar e por quê. Personas não são pessoas reais, mas são montadas a partir dos comportamentos e motivações dos muitos usuários reais que encontramos em nossa pesquisa. Em outras palavras, personas são arquétipos compostos, baseados em padrões de comportamento descobertos durante o curso da nossa pesquisa, que formalizamos com o objetivo de informar o *design* do produto. Ao usar personas, podemos desenvolver uma compreensão dos objetivos de nossos usuários em

contextos específicos - uma ferramenta crítica para idealizar e validar conceitos de *design*. (COOPER *et al.*, 2014, p. 62).

De acordo com Nielsen (2014), o método teve sua origem no desenvolvimento de sistemas tecnológicos no final dos anos 1990, expandindo o uso em diversos contextos. Entretanto, ainda apresenta uma definição não tão clara da aplicação do método e da descrição de uma persona. A autora descreve a inexistência de uniformidade no método, o que foi constatado pelos autores deste trabalho, que resultou no argumento do presente artigo.

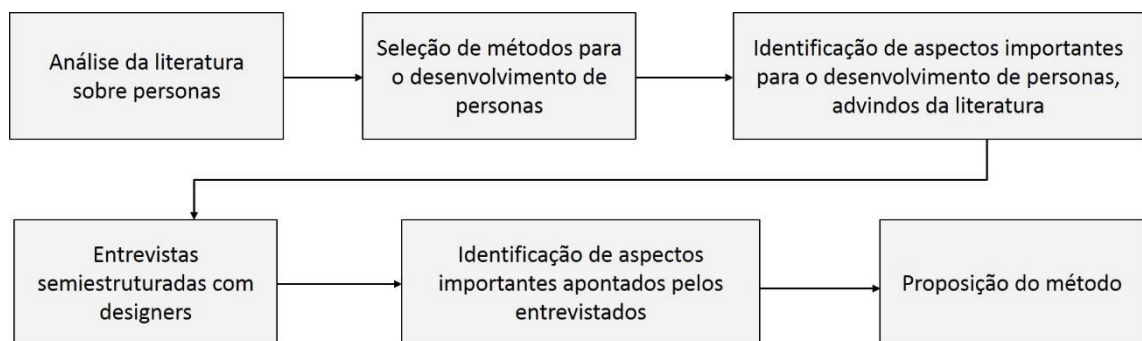
Desta forma, o objetivo deste trabalho é apresentar métodos e questões importantes, identificados a partir da revisão da literatura sobre o processo de construção de personas, identificar como o recurso tem sido utilizado em projetos, por acadêmicos e profissionais e finalmente apresentar um *framework*, com o propósito de simplificar e clarificar a construção de personas.

O trabalho apresenta-se estruturado em seis seções. Na presente seção são apresentados o objetivo, a relevância e a justificativa para o desenvolvimento desta pesquisa. A segunda seção apresenta o desenho da pesquisa e o método para a condução das entrevistas. A terceira seção apresenta o resultado da revisão narrativa da literatura sobre pesquisas que fizeram uso de métodos para a criação de personas, sobre trabalhos de autores de referência no assunto e sobre os métodos propostos por Quesenbery (2003), Pruitt e Adlin (2006) e Nielsen (2014). Esta revisão serve de referencial teórico para a construção do *framework*, abordando a definição de personas e os procedimentos para a sua construção. A quarta seção apresenta e discute os resultados das entrevistas empreendidas com *designers* que fizeram uso de personas em trabalhos acadêmicos e profissionais e as dificuldades percebidas. Na quinta seção apresenta-se o *framework* desenvolvido para a construção de personas e o quadro síntese das recomendações dos autores por etapa do método. A sexta seção dispõe sobre as considerações finais.

2 Procedimentos metodológicos

A Figura 1 esquematiza o desenvolvimento deste trabalho.

Figura 1 – Desenvolvimento da pesquisa



Fonte: Os autores, 2022.

Na primeira parte do estudo procedeu-se a uma revisão da literatura sobre personas e métodos para o seu desenvolvimento. Esta revisão se constituiu em uma revisão narrativa. De acordo com Cordeiro *et al* (2007), a revisão narrativa ou tradicional da literatura possui uma temática mais ampla e não exige um protocolo para a sua condução. Desta forma, foram conduzidas buscas na plataforma *Google*, nas bases de dados *Google Acadêmico* e *Periódicos Capes*, pelos termos “persona”, “personas”, “personas methods”, “design AND personas” e

“user personas”. Foram também consultadas as bibliografias dos artigos recuperados para identificação de trabalhos e autores relevantes sobre o tema.

Foram selecionados para análise, três métodos de autores reconhecidos e largamente citados na elaboração de personas e contou-se com a análise de trabalhos de autores de referência sobre o tema e de estudos acadêmicos que abordassem a construção de personas para aplicação em projetos de produtos e sistemas.

Com base na análise dos estudos acadêmicos, emergiu a necessidade de escuta do ponto de vista de quem já fez uso de personas, em situações reais, para o desenvolvimento de projetos, que pudessem trazer para a pesquisa os aspectos vividos no processo de criação. Sendo assim, o método utilizado para o entendimento da utilização de personas foi o de entrevista semiestruturada, com a abordagem proposta por Freitas *et al* (2021).

A principal característica do método de entrevista deste artigo é a atribuição de objetivo, justificativa e fundamentação teórica a todas as etapas e atividades empregadas em sua realização, especialmente às perguntas da pauta da entrevista, que devem estar em consonância com o objetivo e a justificativa da pesquisa que integram, de acordo com Freitas *et al* (2021). Essa característica pretende proporcionar validade às respostas.

Entende-se por objetivo o ponto que o pesquisador deseja obter com a sua investigação. Conforme Mucchielli (1978), “a definição dos objetivos (...) é impossível sem definição prévia das hipóteses gerais da enquete (...), entretanto, se quisermos que a enquete se realize, é necessário formular hipóteses, porque, para construir o questionário, é necessário dispor de hipóteses”. A justificativa caracteriza-se por um fato estabelecido da realidade - ou evidência - verificado no campo, que seja importante investigar. Este fato pode ser de natureza prática ou teórica. E caracteriza, portanto, conforme Lakatos e Marconi (1992), o motivo pelo qual é relevante aquela investigação, contextualizando a questão principal de pesquisa e destacando a sua importância. A justificativa pode se basear em observações que o pesquisador faz e nas experiências que possui. O embasamento técnico e científico do fato concreto apresentado pela justificativa é definido pela fundamentação teórica. Trata-se da contextualização desse fato fundamentada na literatura, seja seu histórico ou o que foi recentemente produzido sobre o tema. Uma vez esclarecida a importância de se definir objetivo, justificativa e fundamentação teórica, parte-se para a descrição de cada um dos componentes relevantes para construção da pauta de entrevistas.

Finalmente, a partir da identificação dos pontos mais importantes nos trabalhos analisados sobre personas e do ponto de vista dos usuários da técnica, buscou-se reduzir a complexidade do desenvolvimento de personas, com a proposição de um método objetivo.

As seções 3 e 4 apresentam a revisão da literatura e as entrevistas realizadas.

3 Revisão da literatura sobre o processo de construção de personas

De acordo com Pruitt e Grudin (2003) esta é uma técnica de *design* de interação, introduzida com foco no processo de *design* por Alan Cooper em 1999 em seu trabalho seminal "*The inmates are running the asylum*". Definem-se personas como personagens fictícios ou arquétipos de usuários que incorporam características de diferentes grupos de usuários reais potenciais de um dado produto. (GRUDIN e PRUITT, 2002; QUESENBERRY, 2003; ADLER, 2005; COOREVITS *et al.*, 2016). Cooper *et al.* (2014) descrevem que esses arquétipos representam tipos de usuários de produtos específicos, com conjuntos de padrões de uso e em contextos específicos, o que significa que o seu reuso em projetos diferentes pode apresentar uma adequação difícil e complexa ou até mesmo ser inadequado. Segundo COOPER *et al.* (2014), as

personas não devem ser generalizadas e reutilizadas, mesmo que em produtos interligados. Já Grudin e Pruitt (2002) não eliminam a possibilidade de adoção ou adaptação das personas em projetos diferentes, porém ressaltam que equipes de projetos e produtos diferentes tem objetivos distintos.

Nielsen (2014) não define as personas como arquétipos, porém concorda como sendo a descrição de uma pessoa fictícia e direciona esta descrição para um olhar para o personagem, a partir de uma área de foco ou domínio dentro de uma situação que se procura abordar. A autora argumenta que o aspecto relevante da descrição é o direcionamento e não a descrição do personagem de forma geral. Segundo Nunes e Quaresma (2018, p. 7) “personas não procuram estabelecer uma média entre usuários; elas expressam comportamentos exemplares ou definitivos dentro de faixas identificadas”. Sendo assim, as personas tem como objetivo representar grupos de usuários com padrões de uso, comportamento e necessidades similares de forma mais crível e vívida (ADLER, 2005).

Cooper *et al.* (2014) descrevem que a construção das personas envolve mais a compreensão das motivações e metas dos usuários do que de tarefas específicas e demografia e definem, a partir dos níveis de processamento do *design* de Donald Norman, estabelecidos na obra “*Emotional design: why we love (or hate) everyday things*”, três tipos de metas específicas que devem fazer parte do delineamento das personas: de vida, finais e de experiência.

As metas de vida ajudam a traçar a sua personalidade e porque ela se conecta com um produto e abordam quem o usuário quer ser. Se referem ao *design* reflexivo, ajudando a explicar porque o usuário está tentando atingir as metas finais e representam as aspirações, motivações, objetivos pessoais e desejos de longo prazo de uma pessoa. Estas metas vão além do resultado de manuseio do produto, se referindo ao resultado trazido para a vida dos usuários de uma forma geral, como por exemplo, o enriquecimento cultural que o usuário pode adquirir. As metas de experiência abordam como o usuário quer se sentir ao usar um produto e se referem ao *design* visceral, descrevendo a percepção dos usuários, como a diversão, o conforto ou desconforto no uso de um produto, a confiança, credibilidade, etc. As metas finais abordam o que o usuário quer fazer e se referem ao *design* comportamental, descrevendo o que o usuário gostaria de usar em um serviço ou produto bem projetado. Envolvem o resultado efetivo e objetivo do uso de um artefato, a partir das tarefas executadas. Neste sentido, Goodwin (2005) chama a atenção de que embora as tarefas sejam uma parte importante para a compreensão sobre os usuários, a descrição de uma persona não se constitui em uma lista de tarefas ou deveres, pois usuários de um mesmo sistema apresentam comportamentos diferentes. As tarefas são instrumentos para se atingir objetivos.

De acordo com Grudin e Pruitt (2002), a construção de personas deve envolver a coleta do maior número possível de dados de pesquisa (qualitativos e quantitativos) para organizar as informações necessárias, com vistas a trazer credibilidade às personas formuladas. Nielsen (2014) destaca serem importantes de consideração: o material dos dados, o envolvimento na descrição das personas e a adesão da organização envolvida, a qual também faz parte do processo de desenvolvimento.

Ainda sobre a construção de personas, Gothelf (2012) destaca o desenvolvimento inicial de hipóteses de personas para darem origem as personas definitivas. O autor se refere a essas hipóteses como proto-personas, originadas em *workshops* desenvolvidos dentro das empresas, com participantes internos, que a partir da sua experiência, crença e intuição elaboram personas representativas dos usuários e do que os motiva ao uso de um produto. Estas proto-personas servem como um ponto de partida para a avaliação dos produtos fornecidos e para a apresentação de hipóteses iniciais de *design*, segundo o autor. Este

ênfatiza que as proto-personas devem ser validadas em pesquisas de campo e reconfiguradas, com base nos dados reais levantados. Gothelf (2012) descreve que o valor inicial das proto-personas está no exercício da sua produção, que introduzem o conceito de personas nas organizações e que devolvem o foco destas nos seus usuários.

Por fim, salienta-se que, conforme Dotan *et al.* (2009) e Aquino Junior e Filgueiras (2005), as personas devem ser usadas em conjunto com outros métodos de *design* centrado no usuário, como mapas de empatia, jornada do usuário e cenários, já que não se espera da técnica o fornecimento de todas as respostas acerca da utilidade e usabilidade de um produto.

Abaixo, são apresentados alguns métodos para a criação de personas, identificados a partir da revisão da literatura:

Quesenbery (2003) apresenta seis grandes etapas, como mostrado no Quadro 1.

Quadro 1 – Etapas e ações para a construção de personas

Etapas	Ações
Estabelecimento de metas	Ouvir usuários em tudo; Organizar e apresentar dados; Ver individualmente; Comunicar claramente.
Coleta de dados	Identificar fontes de informação; Escolher técnicas de pesquisa; Coletar informações.
Análise e identificação	Entender os tipos de personas; Encontrar padrões nos dados; Identificar possíveis personas; Priorizar as personas.
Nomeação e detalhamento	Nomear a persona; Preencher os detalhes; Selecionar fotos.
Uso no <i>design</i>	Criar cenários baseados nas personas que mostram o quê, quando, por que e como; Usar cenários para desenvolver ideias de <i>design</i> .
Uso na avaliação	Usar personas para análises de <i>design</i> ; Usar personas para perfis de recrutamento.

Fonte: Traduzido e adaptado de Quesenbery (2003).

Pruitt e Adlin (2006) sugerem seis passos, sendo os três primeiros de concepção e os três seguintes de gestação, como apresentados no Quadro 2.

Quadro 2 – Etapas e ações para a construção de personas

Etapas	Ações
Identificar categorias importantes de usuários	A identificação de categorias de usuários, mesmo que baseadas em suposições, irão ajudar a estruturar o processamento de dados e construir uma ponte entre a forma como a equipe pensa sobre os usuários e as personas criadas com base em dados de pesquisa.
Processar os dados	Os dados brutos devem ser processados para extração de informações relevantes para o domínio do seu usuário e do produto e para identificar temas e relacionamentos.
Identificar e criar esqueletos (perfis)	A avaliação dos dados processados deve ser feita para verificar as categorias de usuários e identificar as subcategorias. A criação de esqueletos deve ser feita em listas curtas de pontos de dados distintos

	para cada subcategoria identificada (normalmente com marcadores).
Priorizar esqueletos (perfis)	Deve-se obter o <i>feedback</i> dos <i>stakeholders</i> sobre o conjunto de esqueletos criados. A importância de cada esqueleto deve ser avaliada para a sua estratégia de negócios e de produto e os esqueletos compatíveis devem ser priorizados. O objetivo é a identificação de um subconjunto de esqueletos que possam ser transformados em personas
Transformar esqueletos (perfis) selecionados em personas	Os esqueletos selecionados devem ser enriquecidos para criar personas, adicionando-se dados, detalhes concretos e individualizados e alguns elementos de narrativa para dar-lhes personalidade e contexto.
Validar as personas	Depois de adicionar os detalhes, é importante verificá-los novamente para ter certeza de que as personas finais ainda refletem os dados.

Fonte: Traduzido e adaptado de Pruitt e Adlin (2006).

Já Nielsen (2014) apresenta um processo composto de dez etapas (Quadro 3). Embora a própria autora o descreva como ideal, pondera nem sempre ser possível a sua aplicação de forma integral.

Quadro 3 – Etapas e ações para a construção de personas

Etapas	Ações
Coleta de dados	Deve se conhecer os usuários o máximo possível, através de dados coletados de entrevistas, observações, questionários, etc... e também de um conhecimento pré-existente da organização.
Construção da hipótese	Forma-se uma ideia geral dos vários usuários e de como eles diferem uns dos outros, na área de foco do projeto.
Aceite da hipótese	A hipótese sobre as diferenças entre os usuários deve ser apoiada ou rejeitada. Confrontam-se os participantes do projeto com a hipótese e faz-se a comparação com o conhecimento existente.
Estabelecimento do número de personas	Decide-se o número final de personas.
Descrição das personas	São preparadas descrições que expressam entendimento e empatia suficientes para que os leitores sejam capazes de entender os usuários.
Definição de situações	Descrevem-se diversas situações específicas de uso, que são a base para a criação de cenários, que irão ajudar a criar soluções. Os cenários descrevem as situações em que as personas irão usar o sistema ou que necessidades elas têm para um determinado uso. Sendo assim, cada necessidade ou situação é o começo para um cenário.
Aceite da organização	Os participantes do projeto devem ser envolvidos na construção das personas para que elas sejam aceitas pela organização. Pode-se perguntar a opinião dos participantes ou deixar que participem ativamente do processo, como, por exemplo, em sessões em grupo.
Disseminação de conhecimento	As personas devem ser disseminadas aos participantes, bem como o documento fundacional e como e para que as personas serão usadas. Deve-se decidir como as personas serão disseminadas para aqueles que não participaram do processo de criação.
Criação de cenários	As personas devem ser usadas em cenários, caso contrário não tem valor real. Um cenário é uma história com um personagem central, uma situação onde a ação acontece para se atingir um objetivo (interações com um sistema) e os obstáculos que bloqueiam o caminho para o objetivo.
Ajustes	O último passo é sobre o ciclo de vida das personas. As informações devem ser revistas regularmente e atualizadas sempre que novas

	informações ou novos aspectos afetem a descrição das personas. Deve-se decidir se as descrições devem ser reescritas ou se adicionam-se ou eliminam-se personas.
--	--

Fonte: Traduzido e adaptado de Nielsen (2014).

Na próxima seção apresentam-se a estruturação das entrevistas e os resultados obtidos.

4 Entrevistas realizadas

Conforme Freitas *et al* (2021) foram definidos: o objetivo, a justificativa e a fundamentação teórica da entrevista; a seleção da amostra dos entrevistados; o roteiro das entrevistas, com objetivo, justificativa e fundamentação teórica para cada pergunta; e a realização das entrevistas com os usuários.

A entrevista teve como objetivo, identificar lacunas, a partir da compreensão dos pontos de vista de *designers*, sobre as quais a literatura acadêmica ainda não se debruçou sobre a utilização da ferramenta personas em projetos. Desta forma, procurou-se responder a seguinte questão de pesquisa: Como os *designers* utilizam a ferramenta personas em seus projetos?

Esta investigação se justifica pelo fato de *designers* aplicarem a técnica de personas nos mais diferentes projetos, acadêmicos e profissionais. A fundamentação teórica se baseia em Monat *et al.* (2019) sobre a necessidade de estudo e análise sobre os aspectos do caráter científico do método de personas. Os autores conduziram experimentos para analisar como equipes de projetos utilizam o método.

Quanto aos procedimentos, abaixo descrevem-se as orientações gerais para definição da população, qualificação da amostra e construção do roteiro da entrevista. Listam-se também aspectos importantes para a condução das entrevistas e análise das respostas.

Para a seleção dos entrevistados, realizou-se um recorte na população que faz uso de personas em projetos, composto por *designers*. Para a amostra, foram selecionados cinco *designers* que já fizeram uso da técnica de personas em pelo menos um projeto acadêmico ou profissional.

Sobre o roteiro das entrevistas, apresentam-se no Quadro 4, as questões da pauta da entrevista, com os respectivos objetivos, justificativas e autores utilizados como referência para a fundamentação teórica.

Quadro 4 – Pauta da entrevista

Pergunta	Objetivo	Justificativa	Fundamentação
Em que momento do seu projeto você utilizou personas?	Identificar em que etapa do projeto de <i>design</i> o profissional / acadêmico considera a utilização de personas.	Personas são utilizadas como ferramentas de visualização de dados e são resultados da aplicação de pesquisas com usuários.	Coorevits <i>et al.</i> (2016)
Qual o seu processo de construção de personas no projeto? (seja detalhista)	Identificar se o entrevistado utiliza ou não técnicas e quais, e estimular o detalhamento do processo.	A persona é uma ferramenta visual de <i>design</i> validada e estruturada que permite ao <i>designer</i> entender as necessidades, dores e o modelo mental dos usuários.	Nielsen (2014)

Quais as dificuldades / barreiras que você encontrou durante a construção de personas?	Identificar os problemas durante o processo de construção de personas e verificar se são aderentes à literatura ou se são novos problemas que a literatura ainda não listou.	Nielsen (2014) relata sobre uma definição não tão clara da aplicação do método e da descrição de uma persona e a inexistência de uniformidade no método. Essas indefinições podem gerar dificuldades de aplicação do método.	Nielsen (2014)
Na sua opinião, quais os benefícios da utilização de personas?	Identificar vantagens e pertinência da técnica e verificar se são aderentes à literatura ou se são novos benefícios que a literatura ainda não listou.	A literatura levantada neste estudo aponta diversos benefícios e vantagens da técnica.	Nunes e Quaresma (2018)
Em que tipo de projetos você já aplicou Personas?	Identificar a variabilidade de projetos onde podem se aplicar personas.	O mercado de <i>design</i> e experiência do usuário cresce exponencialmente e a aplicação da técnica de persona tem sido aplicada em larga escala.	Grudin e Pruitt (2002)

Fonte: Os autores, 2022.

As perguntas foram estruturadas com o objetivo de estimular os entrevistados a relatarem os seus processos de construção de personas, as dificuldades enfrentadas e como entendem as vantagens e desvantagens no uso do recurso.

As entrevistas foram realizadas de forma *online* assíncrona, através do aplicativo de mensagens *Whatsapp*. Schmidt, Palazzi e Piccinini (2020) comentam sobre os pontos fortes das entrevistas *online*: (1) maior abrangência geográfica, com inclusão de pessoas de diferentes locais; (2) economia de recursos financeiros e redução de tempo na coleta de dados, pois não há necessidade de grandes deslocamentos; (3) maior segurança de participantes e pesquisadores, frente ao contexto de pandemia; (4) possibilidade de investigar tópicos sensíveis, pois os participantes não estão face a face com os pesquisadores e nem em locais públicos, como universidades e hospitais; e (5) acesso a grupos socialmente marginalizados e estigmatizados, comumente mais reticentes à exposição.

As perguntas foram enviadas aos participantes, os quais responderam através de gravações, que foram transcritas e as respostas categorizadas para análise. Em alguns casos, quando julgou-se necessário, foram solicitados esclarecimentos extras quanto às respostas fornecidas.

No quadro 5 apresenta-se o perfil da amostra selecionada.

Quadro 5 – Perfil da amostra

Entrevistado	Formação Acadêmica	Idade	Projetos em que utilizou personas
A	Doutorado em <i>Design</i>	39 anos	Dissertação de mestrado, tese de

			doutorado, artigos científicos, produtos digitais, <i>design</i> de jogos.
B	Mestrado em <i>Design</i>	41 anos	Dissertação de mestrado, projetos governamentais
C	Mestrado em <i>Design</i>	35 anos	Criação de calçados
D	Mestrado em <i>Design</i>	42 anos	Planejamento de clínica de fisioterapia infantil e desenvolvimento de <i>software</i>
E	Mestrado em <i>Design</i>	28 anos	Dissertação de mestrado

Fonte: Os autores, 2022.

Após a transcrição das entrevistas, seu conteúdo foi organizado em duas categorias: (I) desenvolvimento de personas de forma sistemática, baseada na literatura científica advinda de várias fontes e (II) desenvolvimento de personas de forma assistemática, com base na experiência pessoal, acadêmica e profissional dos participantes. Todos os entrevistados relataram a aplicação da técnica nos primeiros estágios do projeto, após a definição dos objetivos do negócio ou do estudo e para a compreensão aprofundada do perfil do usuário.

Todos os participantes também pontuaram sobre os benefícios de utilizar personas em seus projetos, tais como a geração de empatia entre a equipe de desenvolvimento do produto e o usuário. Para a equipe, a criação de personas facilita e sintetiza o processo de administração e acesso aos dados coletados através de um único documento, no lugar de relatórios extensos e complexos. Outro ponto que foi destacado nas entrevistas é a flexibilidade da técnica justamente porque o comportamento, dores e necessidades dos usuários se modificam com o tempo e com a utilização do produto. Por fim, o acesso a informações emocionais e sensoriais, bem como relacionadas à interação com um produto, são pontos considerados como benefício da aplicação da técnica.

“Os benefícios, o principal é você ter um retrato mais fidedigno possível do que é o seu público e o que facilita muito identificar quais são as necessidades desse público” (Entrevistado C).

Assim, os relatos de construção de personas de forma sistemática (Categoria I) contemplavam uma configuração de técnicas organizadas para a coleta de dados orientadas a construção de personas desde a fase de planejamento, recrutamento de usuários, aplicação e análise da pesquisa, coleta de dados com os *stakeholders* (quando o projeto era oriundo de iniciativa privada). Dos métodos de coleta de dados primários foram citadas entrevistas semiestruturadas, questionários *online*, netnografia e observação em campo. Da forma de análise dos dados, foi citado o processo de codificação e categorização. O entrevistado A fez referência ao trabalho de Alan Cooper para a criação das personas.

“... Já usei desde questionário com perguntas fechadas e alguma pergunta aberta, já usei entrevista online ou por vídeo, uma entrevista de maneira mais assíncrona, fazendo questões e perguntas eh em fóruns...” (Entrevistado A).

“Eu uso aquele processo todo formatadinho do [Alan] Cooper, que faz os esqueletos, enfim, tem todo um processo.” (Entrevistado A).

Mesmo com a organização de coleta de dados citada acima, os participantes que aplicaram personas de forma sistemática relataram dificuldades. Os pontos de destaque são: a

insuficiência de tempo disponível para a coleta de dados dentro de empresas e a construção de personas com equipes sem instrução sobre a técnica. Assim o mercado profissional acaba se limitando a utilização de “*templates*” advindos da *internet* sem fundamentação teórica ou a aplicação de um questionário aos usuários, de forma equivocada.

Dessa forma as dificuldades enfrentadas pelos *designers* que desenvolvem personas de forma sistemática são relacionadas ao trabalho coletivo e a demanda de tempo limitada, a qual é uma característica relevante do mercado profissional.

Em contrapartida, a categoria II sinalizou práticas de utilização de proto-personas, grupos focais com *stakeholders* para validar a proto-persona, *desk research* e *workshop* não estruturado com dados demográficos dos usuários e dados qualitativos com um *template* como entrega.

“Que é uma proto-persona? É uma persona que eu coloco dados falsos. E vejo como esses dados podem me ajudar a desenvolver o sistema. Mesmo sendo dados falsos. Porque tem muitas coisas que a gente pede na persona que ela não fala nada pro seu sistema. Então depois que eu coloco um montão de dados de uma pessoa que não existe, eu vejo se esses dados são importantes pro desenvolvimento do sistema.” (Entrevistado B).

O agrupamento dos dados, a interpretação dos dados coletados de forma coerente e sua categorização são dificuldades relatadas pelos participantes que criaram personas de forma assistemática. Também foi mencionada a dificuldade em encontrar na literatura acadêmica, documentos que orientem sobre o volume de personas em sistemas complexos.

“A maior dificuldade é que toda literatura que fala persona, sempre diz pra gente fazer o mínimo possível. Uma, duas, três. Aqui eu já fiz sistemas que precisavam no mínimo seis, porque são públicos muito diversos... Então a maior complicação é a quantidade de personas... você quer que cada uma persona represente um grupo dos clientes... pra cada persona eu faço um grupo focal e seis entrevistas. A dificuldade é a quantidade de dados que eu vou ter que ler, vou levantar e o trabalho que vai dar né? E a maior dificuldade é o trabalho, o tempo que gasta.” (Entrevistado B).

Comparando-se os relatos de dificuldades entre os entrevistados que atuaram sistematicamente (Categoria I) e os entrevistados que desenvolveram personas de maneira assistemática (Categoria II), percebe-se que houve mais pontuações sobre dificuldades e barreiras sobre o planejamento, a coleta de dados e sua análise, na Categoria II. Entende-se desta forma que os entrevistados perceberam uma maior dificuldade em construir personas, sem um método estruturado a ser seguido.

Assim, fica clara a importância de um *framework* para a construção de personas, a fim de guiar o *designer* no desenvolvimento de projetos acadêmicos ou profissionais.

Quanto aos benefícios no uso de personas, foram relatados pelos usuários dois grandes aspectos, que corroboram com a revisão da literatura sobre o tema:

- Síntese dos dados - A persona sintetiza os dados reais dos usuários, representando grupos distintos, o que as transformam em norteadoras para a construção das soluções de projeto. Os resultados encontrados são evidências de hábitos e comportamentos dos usuários e apresentam informações sobre a interação do usuário com o produto ou serviço, que incluem também fatores emocionais como as sensações durante o uso. As personas fornecem mais detalhes aprofundados sobre os

usuários, como percepções e opiniões, os quais não são obtidos através de pesquisas quantitativas. São dados qualitativos sobre os usuários.

- Instrumento de comunicação - Para a equipe, as personas facilitam o processo de administração e acesso aos dados sobre os usuários, ao fornecer um único documento, ao invés de relatórios extensos. Além disso, deixa o usuário sempre em foco para a equipe do projeto.

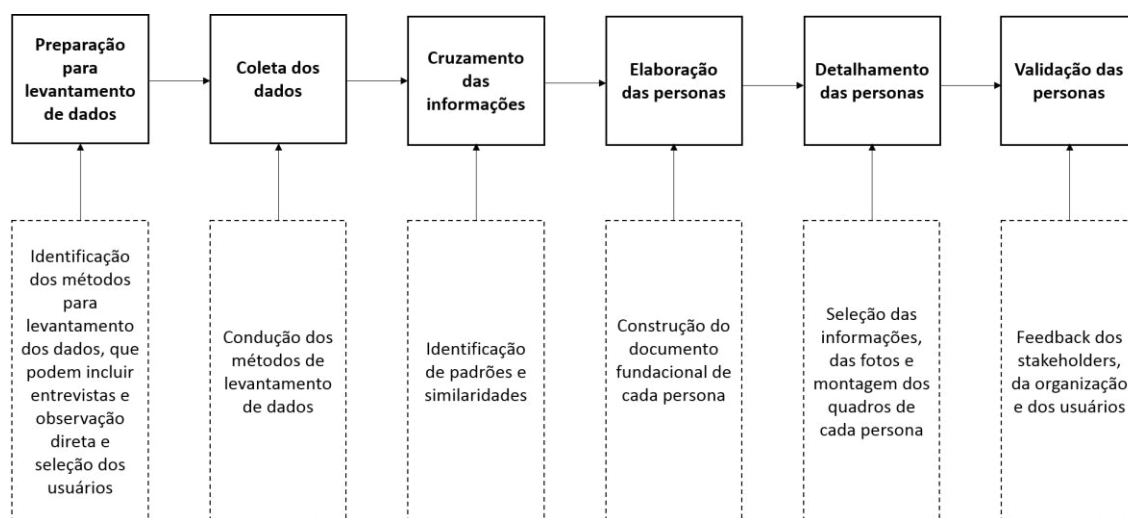
Chamam a atenção no relato dos participantes: o apontamento da importância da técnica de personas para a construção de cenários de uso, o que foi também citado por Dotan *et al.* (2009) e Aquino Junior e Filgueiras (2005), sobre o uso da técnica aliado a outros métodos de *design* centrado no usuário; a necessidade de previsão de flexibilidade na construção e atualização de personas, visto que o público não é estanque, ele se altera ao longo do tempo, com relação a fatores como comportamento e necessidade.

A próxima seção apresenta o método proposto, ancorado na literatura científica sobre o tema e nos achados das entrevistas empreendidas.

5 Proposta de método para criação de personas

Sintetizou-se a criação de personas em seis etapas, mostradas na Figura 2.

Figura 2 – Etapas para a construção de personas



Fonte: Os autores, 2022.

Para cada etapa do método proposto, foram identificadas na literatura, a partir dos autores estudados, recomendações, apresentadas no Quadro 6, que trazem aspectos importantes de consideração. Estas recomendações complementam o método ao explicitarem procedimentos, como por exemplo, sobre como deve ser conduzida a coleta de dados, e ao esclarecerem questões relevantes, como por exemplo, sobre a quantidade adequada de personas.

Quadro 6 – Aspectos para a construção de personas

Etapa	Pontos importantes	Autor(es)
Preparação para levantamento de dados	Sugere-se o uso de entrevistas e de estudos observacionais com os usuários alvo em contextos reais.	Billestrup <i>et al.</i> (2014) e Quesenbery (2003)
	Durante os levantamentos feitos com usuários, devem ser levados em consideração: informações pessoais, técnicas, de relacionamento e de opinião. As entrevistas devem ser	Aquino Junior e Filgueiras (2005).

	focadas em questões como: o que os usuários fazem, o que os deixam frustrados ou satisfeitos, ao invés de perguntar o que eles querem.	
	Dados advindos de entrevistas e estudos observacionais podem ser complementados com uma combinação de dados etnográficos e pesquisas de mercado.	Pruitt e Grudin (2003)
	A construção das entrevistas deve levar em consideração as metas de vida, as metas finais e as metas de experiência dos usuários.	Cooper <i>et al.</i> (2014).
Coleta de dados	Cada persona deve ter três ou quatro objetivos importantes que ajudem a focar o <i>design</i> .	Goodwin (2005);
	Devem ser coletados dados como: o que os usuários gostam ou não, os seus valores, as atitudes com relação ao produto/sistema, e em que condições eles usam o produto/sistema.	Nielsen (2014).
	O que se almeja aprender sobre os usuários são: suas características pessoais, objetivos e tarefas, motivações, atitudes e necessidades.	Quesenbery (2003).
	Quando forem conduzidas observações, estas devem ser precedidas de um mapeamento do ambiente no qual os usuários serão observados e de um teste preliminar para delimitação de estratégias e regras de observação.	Renzi <i>et al.</i> , 2019).
Cruzamento das informações	O primeiro foco deve ser na descrição dos padrões de comportamento, objetivos, ambiente e atitudes da persona, que são as informações críticas para o <i>design</i> , sem adicionar qualquer personalidade.	Goodwin (2005);
	Devem ser identificados padrões recorrentes dentro dos grupos de usuários, não sendo recomendado focalizar a definição de uma persona em uma pessoa isolada.	Aquino Junior e Filgueiras (2005).
	Deve-se mostrar a categorização das informações a outros parceiros e membros da equipe de projeto. Todos devem ser capazes de seguir o argumento apresentado e chegar ao mesmo resultado.	Nielsen (2014).
	Para a construção dos padrões de personas, pode se optar por: personas primária e secundária fortes; um conjunto de personas com características chave diferentes; uma matriz com duas variáveis ortogonais, por exemplo, frequência de uso de um produto e expertise de domínio; um <i>spectrum</i> , com base em uma ou duas características que sejam fortemente relacionadas.	Quesenbery (2003).
	Devem ser buscados padrões como similaridades pessoais (tipos de interação, tipos de coisas que os usuários fazem com os produtos, características pessoais, padrões de atitudes ou objetivos), similaridades de tarefas (por profissão, por padrão de uso, como frequência, e por nível de experiência), histórias compartilhadas.	Quesenbery (2003).
Elaboração das personas	As descrições das personas devem ser relacionadas a padrões de comportamento e não à descrição de tarefas.	Aquino Junior e Filgueiras (2005).
	Deve-se ter uma visão sobre as atitudes, necessidades, habilidades e objetivos dos usuários. As personas devem ser organizadas e sintetizadas em uma ou duas páginas, com a apresentação de detalhes pessoais, padrões de comportamento, objetivos, habilidades, atitudes e ambiente.	Goodwin (2005);

	As descrições das personas devem conter informações sobre ambiente de uso, período de tempo, que pode ser o turno de trabalho ou outro período relevante para o contexto de uso, soluções e frustrações atuais, relacionamentos relevantes e objetivos.	Aquino Junior e Filgueiras (2005).
	O detalhamento de cada persona deve abordar um âmbito geral (idade, gênero) e um mais específico, baseado em observações paralelas, como conversas conduzidas, durante as entrevistas, sobre os dados percebidos.	(Renzi <i>et al.</i> , 2019).
	Devem se apresentar cinco áreas na descrição: corpo (foto ou descrição de como a persona se parece); psiquê (as atitudes com relação a vida, como se a personalidade é introvertida ou extrovertida); <i>background</i> (origem social, educação, que influencia as habilidades, atitudes e entendimento do mundo); emoções e atitudes em relação à tecnologia e ao domínio de conhecimento; características pessoais marcantes.	Nielsen (2014).
	Cada persona pode ser descrita em um documento fundacional central, onde são armazenadas as informações como: dados, atributos chave, materiais de referência, objetivos, medos, atividades típicas, etc. Esses documentos servem como um repositório das informações coletadas e auxiliam a confecção do quadro de apresentação das personas.	Grudin e Pruitt (2002).
	Sugere-se o uso do menor número possível de personas por projeto, para evitar distinções desnecessárias e irrelevantes entre os personagens. As diferenças importantes a serem consideradas são comportamentais e não demográficas.	Goodwin (2005)
	Dependendo da amplitude de uso do produto estudado, deve-se utilizar um conjunto de 3 a 6 personas.	Pruitt e Grudin (2003)
Detalhamento das personas	As personas devem ter nome, detalhes pessoais como idade, gênero, família, profissão, etc.	Quesenbery (2003).
	Devem ser estabelecidos: quais são as suas necessidades de usabilidade; como elas buscam por informação; quais são os riscos para aquela persona; quais são os seus objetivos.	Quesenbery (2003).
	Após o estabelecimento das informações críticas, devem ser adicionados apenas um ou dois detalhes pessoais, como o que a persona faz depois do trabalho ou quais os seus toques pessoais no seu local de trabalho. Poucos detalhes biográficos fictícios devem ser elaborados para que as personas possam facilmente representar usuários genéricos ao invés de alvos precisos.	Goodwin (2005).
	Deve-se permitir que diferentes membros façam parte do processo de escrita das personas, como escolha das fotos, por exemplo.	Nielsen (2014).
	As personas devem ser representadas graficamente por fotos, preferencialmente do rosto, que podem ser adquiridas em bancos de imagens. Não devem ser usadas fotos de pessoas conhecidas.	Quesenbery (2003).
	Devem ser confeccionadas mais de uma foto para cada persona, com pessoas locais como modelos.	Pruitt e Grudin (2003)
Validação das	Deve-se permitir que <i>stakeholders</i> participem do processo	Nielsen (2014).

personas	de construção das personas, com a oferta de opiniões e participação em sessões de avaliação das personas.	
	As personas devem ser revisadas com <i>stakeholders</i> internos da organização e com as equipes que lidam com usuários reais.	Quesenbery (2003).
	Deve ser realizada reunião com a equipe para apresentação das personas para discussão	Grudin e Pruitt (2002)
	Devem ser realizadas sessões de verificação de sanidade (<i>sanity check</i>) com usuários que correspondem as características mais gerais das personas para verificar se eles se encaixam nas características mais específicas criadas	Grudin e Pruitt (2002)

Fonte: Os autores, 2022.

6 Conclusão

A partir da revisão da literatura foi possível observar aspectos em comum entre os métodos propostos para a elaboração de personas, porém também uma dispersão de recomendações que obrigam o interessado em utilizar o recurso, a recorrer a vários métodos para procurar abarcar todos os pontos que devem ser considerados. Já na fase exploratória do trabalho, o estudo de campo trouxe luz sobre o processo utilizado por *designers* para a criação de personas, as dificuldades, barreiras e benefícios percebidos quanto a utilização do método em projetos acadêmicos e profissionais.

No que tange à utilidade, de acordo com as entrevistas realizadas, as personas podem ser usadas para o desenvolvimento de produtos e serviços, como apontado na literatura, mas também como um importante instrumento para análise do perfil dos usuários.

Quanto ao processo de construção de personas na prática, este se dá de forma sistemática ou assistemática, a partir do conhecimento adquirido pelos *designers*, na academia e pela prática profissional. Desta forma, entende-se que são trazidas várias referências para a construção de personas, com e sem embasamento científico.

Visando auxiliar a redução de dificuldades e barreiras no processo de construção de personas, propôs-se neste trabalho, a partir da revisão da literatura e da escuta de um grupo de *designers*, um *framework* que esquematiza e simplifica as etapas necessárias à elaboração de personas e organiza os aspectos importantes a serem considerados em cada etapa.

Salienta-se, para trabalhos futuros, a importância da realização de testes com o *framework* proposto para validação da ferramenta, com a consideração de diferentes contextos de aplicação. Espera-se que a aplicação do método possa auxiliar pesquisadores e profissionais, como *designers*, na construção de personas.

Referências

- ADLER, P. J. Dealing with interviews when creating personas: a practical approach. In: STUDENT INTERACTION DESIGN RESEARCH CONFERENCE, 5., 2005. **Proceedings** [...]. Sonderborg: University of Southern Denmark, 2005.
- AQUINO JUNIOR, P. T.; FILGUEIRAS, L. V. L. User Modeling with Personas. In: LATIN AMERICAN CONFERENCE ON HUMAN COMPUTER INTERACTION, 5., 2005. **Proceedings** [...]. Cuernavaca: CLIH, 2005, p. 277-282.
- BILLESTRUP, J. *et al.* Creating and using personas in software development : experiences from practice. In: International Conference on Human-Centred Software Engineering. **Proceedings**

[...]. Paderborn: Springer, 2014, p. 251-258.

COOPER, A. *et al.* **About face: the essentials of interaction design**. 4. ed. Indianapolis: John Wiley & Sons, Inc., 2014.

COOREVITS, L. *et al.* Bringing personas to life: user experience design through interactive coupled open innovation. **Persona Studies**, v. 2, n. 1, p. 97–114, 2016.

CORDEIRO, A. M. *et al.* Revisão sistemática: uma revisão narrativa. **Rev. Col. Bras. Cir.**, v. 34, n. 6, p. 428–431, 2007.

DOTAN, A. *et al.* Designing with only four people in mind? – a case study of using personas to redesign a work-integrated learning support system. In: CONFERENCE ON HUMAN COMPUTER INTERACTION, 20., 2019. **Proceedings** [...]. Uppsala: Interact, 2009.

FREITAS, S. F. de.; AMARAL, E. da. S.; SANTOS, F. M. de V.; GARCIA, G. da. C.; SZPIZ, H.; PERDIGÃO, L. T.; ARIGONI, L. B.; GUIMARÃES, M. A.; PACHECO, R. S.; ASSANTI, V. B. **A estrutura da entrevista: uma nova abordagem**. Rio de Janeiro: Iventura, 2021.

GOODWIN, K. **Perfecting Your Personas**. Disponível em: <https://articles.ui.com/perfecting_personas/>. Acesso em: 8 dez. 2021.

GOTHELF, J. Using Proto-Personas for Executive Alignment. **UX Magazine**. 2012. Disponível em: <<https://uxmag.com/articles/using-proto-personas-for-executive-alignment>>. Acesso em: 1 ago. 2022.

GRUDIN, J.; PRUITT, J. Personas, participatory design and product development: an infrastructure for engagement. In: PARTICIPATORY DESIGN CONFERENCE, 2002. **Proceedings** [...]. Malmö: PCD, 2002. p. 144-161.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas S.a., 2003.

MONAT, A. S. *et al.* Personas : Experimento e Análise Científica do Método. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE DESIGN DA INFORMAÇÃO, 9., 2019. **Anais** [...]. Belo Horizonte: CIDI, 2019. p. 1821-1834.

MUCCHIELLI, R. **O Questionário na Pesquisa Psicossocial**. São Paulo: Martins Fontes, 1978.

NIELSEN, L. Personas. In: SOEGAARD, M.; DAM, R. F. (Org.). **The encyclopedia of human computer interaction**. 2 ed. Aarhus: Interaction Design Foundation, 2014. Disponível em: <<https://www.interaction-design.org/literature/book/the-encyclopedia-of-human-computer-interaction-2nd-ed/personas>>. Acesso em: 13 dez. 2021.

NUNES, J.; QUARESMA, M. A construção de personas e do mapa da jornada do usuário: a delimitação de modelos mentais para o design centrado no usuário ou da interação usuário-notícia. **Estudos em Design**, v. 26, n. 2, p. 3–27, 2018.

PINHEIRO, T. M.; SZANIECKI, B.; MONAT, A. O uso da metodologia de personas na produção de hipermídia adaptativa para visitas guiadas a museus. **DAPesquisa**, v. 11, n. 15, p. 255–270, 2016.

PRUITT, J.; ADLIN, T. **The Persona Lifecycle: Keeping People in Mind Throughout Product Design**. Burlington: Morgan Kaufmann, 2006.

PRUITT, J.; GRUDIN, J. Personas : Practice and Theory. In: CONFERENCE ON DESIGNING FOR USER EXPERIENCES, 3., 2003. **Proceedings** [...]. San Francisco: DUX, 2003. Disponível em: <<https://www.microsoft.com/en-us/research/wp-content/uploads/2017/03/pruitt->



grudinold.pdf>

QUESENBERRY, W. **Personas:** Bringing Users Alive. 2003. Disponível em: <<https://www.wqusability.com/handouts/personas-overview.pdf>>. Acesso em: 8 dez. 2021.

RENZI, A. B. *et al.* Construindo personas na experiência pervasiva do usuário : passeios históricos do Rio de Janeiro. In: SIMPÓSIO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN DA ESDI, 5., 2019. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: SPGD, 2019.

SCHMIDT, B.; PALAZZI, A.; PICCININI, C. A. Entrevistas online: potencialidades e desafios para coleta de dados no contexto da pandemia de COVID-19. **Refacs**, v. 8, n. 4, p. 960–966, 2020. Disponível em: <<http://seer.uftm.edu.br/revistaeletronica/index.php/refacs>>. Acesso em: 07 abr. 2022.