

CRIAÇÃO DE PERSONAS NO DESENVOLVIMENTO DE MARCA DE UM LABORATÓRIO UNIVERSITÁRIO

Caio Fraile Gonçalves
Universidade Federal de Santa Catarina
caiofraile@gmail.com

Eixo 06: Ciências Sociais e Aplicadas

Resumo:

O presente artigo tem como objetivo analisar o processo de criação de personas para o desenvolvimento de marca de um laboratório universitário. As personas foram criadas com base em entrevistas realizadas com os membros do laboratório que tinham como objetivo o delineamento do público que estava em contato com aquele ambiente. Ao final do estudo, foram desenvolvidas quatro personas cujos perfis estavam de acordo com as atividades realizadas pelo Laboratório de Biotecnologia Ambiental (e-biotech).

Palavras-chave: Design. Personas. Criação de personas.

Introdução

O Design remete à sociedade industrial, que ansiava por uma nova forma de produção de bens de consumo. Assim, o Design se estabelece como resultado do processo de pesquisa, conceituação e desenvolvimento de produtos ou serviços que preencham as lacunas do mercado.

No desdobramento de um projeto de design, o entendimento do público ao qual determinado produto ou serviço está sendo desenvolvido pode ser realizado através de ferramentas de empatia que simulam o seu comportamento a fim de aproximar a equipe de projeto à realidade e necessidades dos usuários. Entre as ferramentas mais conhecidas, uma que se destaca é a de criação de personas.

As personas são personagens fictícios, desenvolvidos para retratar os diferentes perfis que compõe o público-alvo de uma organização, produto ou serviço. Dessa forma, a partir de informações coletadas de usuários reais, buscam traduzir seus comportamentos, motivações,

objetivos, desejos, desafios, expectativas, necessidades e preocupações a fim de conduzir o desenvolvimento de projetos de design (Vianna et al. 2011).

Desta forma, o presente artigo tem como objetivo apresentar o processo de criação de personas que fizeram parte do desenvolvimento de uma nova identidade visual para o Laboratório de Biotecnologia Ambiental do Departamento de Engenharia Química da Universidade Federal de Santa Catarina.

Desenvolvimento de personas

Como forma de apresentação, as personas ganham nomes e rostos e se materializam em forma de texto descrito (curto ou narrativo) que detalha suas principais características, objetivos e comportamentos (Vasara, 2003). De acordo com Martin & Hanington (2012) o desenvolvimento de uma descrição mais humana “facilita a empatia e comunicação, enquanto suas distinções criam objetivos de projeto úteis para um design responsável.” Com a finalidade de desenvolver as personas de forma a representar os usuários do laboratório, foram adotados os procedimentos elencados a seguir:

- a. Identificar as categorias de usuários relevantes para o desenvolvimento do projeto.
- b. Definir os perfis das personas presentes nas categorias estabelecidas.
- c. Coletar informações por meio de entrevistas, questionários e dados conhecidos pela equipe de projeto a fim de identificar as características dos usuários.
- d. Traçar o perfil das personas, descrevendo suas características, histórias, personalidades e necessidades de forma a se aproximarem das informações previamente coletadas.

Criação de personas para o projeto de marca do e-biotech

O e-biotech, Laboratório de Biotecnologia Ambiental, realiza pesquisas que buscam mitigar os impactos ambientais gerados por resíduos industriais ou urbanos, sólidos ou líquidos. Seus trabalhos são desenvolvidos com alunos de graduação e pós-graduação e em parceria com outros laboratórios e empresas, que contratam seus serviços.

No projeto de criação da marca do e-biotech foi realizado o desenvolvimento de personas de maneira a fundamentar e consolidar as decisões da equipe de projeto. Inicialmente, foi realizada uma pesquisa prévia sobre o laboratório e uma conversa com sua coordenadora para delineamento do projeto. Assim, foi perceptível duas categorias de

usuários do laboratório, com quatro perfis distintos. Deu-se início, então, ao desenvolvimento das personas.

Categorias de usuários

Categorias	Perfis identificados
Usuários que realizam pesquisas no laboratório	<ul style="list-style-type: none">• Professor-pesquisador: é docente do Departamento de Engenharia Química, gosta de se envolver em pesquisas no laboratório e orienta diversos estudantes da graduação e pós-graduação.• Graduando: está na graduação em Engenharia Química, possui interesse por disciplinas que envolvem atividades em laboratório e quer participar de iniciação científica.• Pós-graduando: utiliza o laboratório para sua pesquisa sobre resíduos e está desenvolvendo sua tese/dissertação.
Usuários que contratam serviços do laboratório	<ul style="list-style-type: none">• Empresário: possui uma empresa com descarte irregular de resíduos e procura por um parceiro para ajudá-lo a solucionar seus problemas.

Identificadas as categorias e definidos os perfis de usuários, foram realizadas entrevistas com os membros do laboratório, bem como coletados dados e documentos que continham informações relevantes a respeito dos perfis previamente delineadas. Com as informações adquiridas, foram traçadas as descrições das personas com detalhes suficientes de modo a ser crível a atuação destas junto ao laboratório. Tais descrições encontram-se na sequência.

Figura 1: Sandra, persona da professora-pesquisadora



Sandra Apolinario tem 48 anos e é professora de engenharia química na UFSC. Ela mora com o marido e sua filha em Coqueiros. Tornou-se professora universitária por incentivo da mãe, que também atuava na área, e pelo desejo de auxiliar na formação de outras pessoas. No dia a dia, se dedica a ajudar os outros pesquisadores do laboratório em seus experimentos e produções acadêmicas. Ela também procura constantemente por editais e empresas parceiras, dispostas a financiar pesquisas de impacto ambiental em seu tempo livre,

Sandra procura por palestras interessantes na internet no estilo TED Talks, e assiste a documentários na Netflix.

O e-biotech vai ajudá-la fornecendo um ambiente com equipamentos de ponta e um time a ser liderado para a realização de pesquisas que busquem a inovação e melhorias para a sociedade.

Figura 2: Matheus, persona do graduando



Matheus Braun tem 20 anos e é graduando em Engenharia Química na UFSC. Ele mora na Trindade e divide apartamento com dois amigos do curso. Escolheu a Engenharia Química por querer trabalhar com inovação e por considerar o curso do futuro. Por estar na quarta fase, ainda não teve oportunidade de estagiar em uma empresa, mas realizou disciplinas em laboratório e se identificou muito com as atividades e pesquisas desenvolvidas. Muito dedicado e comprometido com os estudos, é um dos melhores alunos de sua turma e sempre se destaca nas provas e trabalhos desenvolvidos. Matheus é descolado, adora fazer novas amizades e sair com os amigos. Quando tem um tempo livre, procura fazer trilhas, atividades ao ar livre e sempre está com um livro novo na mochila.

Podemos ajudá-lo fornecendo um ambiente com pessoal, equipamentos e metodologias adequadas para que possa explorar diversas possibilidades de pesquisas, além de aprimorar suas habilidades como futuro engenheiro químico.

Figura 3: Rejane, persona da pós-graduanda



Rejane Hoffmann tem 27 anos e é doutoranda em engenharia química na UFSC. Ela mora na Trindade e divide apartamento com sua gata Pelúcia. Seguiu carreira acadêmica por

ser apaixonada por experimentos químicos e meio ambiente e sonha em se tornar professora e pesquisadora. Rejanne é uma líder nata e está sempre disposta a ajudar a todos no laboratório, seja auxiliando nos processos de pesquisa ou indicando artigos para produção científica. Ela acredita que “a união faz a força” e que, apenas juntos, podemos solucionar os problemas do mundo. Nas horas vagas, gosta de ir ao cinema com os amigos e ler livros de literatura clássica.

Vamos ajuda-la fornecendo um ambiente com equipamentos, reagentes e demais materiais para realização de pesquisas com impacto ambiental e de melhorias para a sociedade, bem como colocando-a em contato com pessoas que trabalham em áreas correlatas, aumento sua rede de contatos.

Figura 4: César, persona do empresário



César Schutz tem 34 anos e é sócio de uma empresa de bens de consumo. Ele mora em São Paulo com a família, mas está sempre viajando a trabalho; Como sócio, ele participa das decisões importantes da empresa, levantando a bandeira da inovação para que seja destaque no mercado. Possui uma preocupação constante em diminuição de custos e no melhor controle do descarte, tratamento e valorização dos resíduos, considerando que as leis ambientais trazem penalidades graves para aqueles que as descumprem. César está sempre em busca de parcerias e procuram, nas universidades, laboratórios que possam criar melhorias para seu negócio. Em seu tempo livre, ele gosta de viajar e assistir a filmes de ação e aventura.

O laboratório vai ajudá-lo fornecendo uma equipe com o conhecimento técnico para realizar pesquisas que possam levar melhorias e inovações para sua empresa.

Conclusão

A ferramenta de personas busca um profundo entendimento dos usuários de determinado produto ou serviço. Nota-se que, com a devida adequação das informações

adquiridas por meio das entrevistas e documentos analisados, foi possível criar perfis que traduzissem de forma precisa as características do público do e-biotech.

Estabelecer personas no desenvolvimento de uma identidade visual contribuiu para a tomada de decisão em relação aos elementos gráfico-visuais que melhor traduziam a essência do laboratório. Destaca-se ainda a flexibilidade da ferramenta, visto que os perfis podem ser utilizados em diferentes cenários, como processos seletivos de bolsistas, organização de eventos e a criação de parcerias, direcionando o projeto para o público almejado.

Referências

MARTIN, Bella; HANINGTON, Bruce. **Universal methods of design: 100 ways to research complex problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions.** Rockport Publishers, Beverly: 2012.

VASARA, KRISTOFFER. **Introducing personas in a software project.** 2003. 63 f. Tese (Mestrado em Ciência da Computação) – Helsinki University of Technology, Helsinki, 2003.

VIANNA, MAURÍCIO *et. al.* **Design thinking: inovação em negócios.** MJV Press, Rio de Janeiro: 2012.