

Gabriela Unger Unruh

hume

PESQUISA EM DESIGN
E EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

GABRIELA UNGER UNRUH

hune

PESQUISA EM DESIGN
E EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO


PUCPRESS

Curitiba
2022

©2022, Gabriela Unger Unruh
2022, PUCPRESS

Este livro, na totalidade ou em parte, não pode ser reproduzido por qualquer meio sem autorização expressa por escrito da Editora.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ (PUCPR)

Reitor

Ir. Rogério Renato Mateucci

Vice-Reitor

Vidal Martins

Pró-Reitora de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação

Paula Cristina Trevilatto

PUCPRESS

Coordenação:

Michele Marcos de Oliveira

Edição:

Susan Cristine Trevisani dos Reis

Edição de arte:

Rafael Matta Carnasciali

Preparação de texto:

Juliana Almeida Colpani Ferezin

Revisão:

Juliana Almeida Colpani Ferezin

Capa e projeto gráfico:

Indianara de Barros

Diagramação:

Indianara de Barros

Conselho Editorial

Alex Villas Boas Oliveira Mariano

Aléxei Volaco

Carlos Alberto Engelhorn

Cesar Candiotta

Cilene da Silva Gomes Ribeiro

Cloves Antonio de Amassis Amorim

Eduardo Damiano da Silva

Evelyn de Almeida Orlando

Fabiano Borba Vianna

Katya Kozicki

Kung Darh Chi

Léo Peruzzo Jr.

Luis Salvador Petrucci Gnoato

Marcia Carla Pereira Ribeiro

Rafael Rodrigues Guimarães Wollmann

Rodrigo Moraes da Silveira

Ruy Inácio Neiva de Carvalho

Suyanne Tolentino de Souza

Vilmar Rodrigues Moreira

PUCPRESS / Editora Universitária Champagnat

Rua Imaculada Conceição, 1155 - Prédio da Administração - 6º andar

Campus Curitiba - CEP 80215-901 - Curitiba / PR

Tel. +55 (41) 3271-1701

pucpress@pucpr.br

Dados da Catalogação na Publicação
Pontifícia Universidade Católica do Paraná
Sistema Integrado de Bibliotecas – SIBI/PUCPR
Biblioteca Central
Edilene de Oliveira dos Santos CRB 9 /1636

U58h Unruh, Gabriela Unger
2022 Hune : pesquisa em design e experiência do usuário / Gabriela Unger Unruh.
-- Curitiba : PUCPRESS, 2022
176 p. : il. ; 25 cm

Inclui bibliografia
ISBN 978-65-87802-98-5
ISBN 978-65-87802-97-8 (ebook)

1. Engenharia de produção. 2. Produtos novos. 3. Comportamento humano.
4. Qualidade de vida. I. Título.

Sumário

Agradecimentos	8
Introdução	10
Organização do livro	12
1 Fundamentos	15
2 O modelo HUNE	31
3 Aplicação do modelo HUNE.....	37
Dúvidas Frequentes	139
Como treinar seu olhar e fazer as perguntas certas na pesquisa	143
Referências	161

Nota da autora

O sonho de escrever este livro surgiu há 9 anos antes do seu lançamento, eu ainda nem sabia da existência do termo UX (Experiência do Usuário) e havia entregue o meu TCC (trabalho de conclusão de curso) na graduação de Desenho Industrial – projeto de produto sob o tema “Uma síntese prática da relação: forma e comportamento humano”, quando alguns professores me disseram que a minha monografia poderia dar um livro.

Após o término da graduação conversei com alguns professores que já haviam publicado para me orientar se realmente era uma boa ideia, os dois me indicaram fazer mestrado, e aproximadamente um mês depois ganhei uma bolsa de isenção para pós-graduação da minha instituição, ao mesmo tempo iniciei um curso de *coolhunting* (gestão de tendências), onde me apaixonei ainda mais por entender comportamentos humanos e sociais, conheci um pouco mais a respeito de usabilidade, e me abriu a porta para um estágio na área de usabilidade e UX.

Após terminar o curso ingressei no mestrado e no estágio nessa área que nem imaginava existir – e que amo tanto. O estágio se tornou um emprego efetivo e o mestrado em douto-

rado, me tornei professora na graduação em que me formei e tive o privilégio de aprender e crescer nessa área com pessoas incríveis, que me inspiram.

Compartilho com muita alegria e amor o conteúdo deste livro, resultado de tudo o que estudei e pratiquei profissionalmente nos últimos anos, que não tem mais muito a ver com a minha monografia – ainda bem – porque acredito que este conteúdo será de fato bem prático para quem quiser desenvolver projetos para necessidades humanas, conteúdos que algumas vezes senti falta pessoalmente, ou que havia apenas disponibilidade em outras línguas, fragmentado ou pouco prático. Então espero que seja útil para você.

Acredito que desenvolver produtos para o bem é projetar soluções para melhorar a vida e o bem-estar das pessoas. O bem pode ser feito onde cada pessoa está, ao fazer um excelente trabalho, fazer aquilo que se acredita, com honestidade, visando o bem, sendo autêntico e sendo o seu melhor nesse mundo onde a beleza está na diversidade. Ao trabalharmos juntos podemos tornar esse mundo um bom lugar de se viver, conforme o que Deus quer para cada um de nós, uma vida de amor, cuidado e plenitude.

Isso significa cuidar do bem-estar das pessoas, da terra e dos relacionamentos, onde quero contribuir um pouco com esse modelo de Design orientado às necessidades humanas, que foi desenvolvido a partir de um estudo de

doutorado que visou estruturar métodos de DCH (Design Centrado no Humano) e UX (Experiência do Usuário).

Espero que esse livro te inspire a fazer coisas melhores, não o veja apenas como uma teoria ou um modelo a ser seguido. Meu desejo é que todos possamos compartilhar e evoluir juntos. Às vezes nos vemos enraizados em modelos sociais que visam lucratividade e vantagem a qualquer custo, e parece difícil mudar a direção, mas é possível projetar visando retorno e benefícios compartilhados.

Tomo parte nesse processo de cuidado do que é essencial na vida das pessoas, para o bem-estar e para ser o que fomos criados para ser, dentro do propósito da criação.

Dedico este livro

a você, leitor.

Agradecimentos

Em toda a jornada para chegar até a publicação deste livro tive o privilégio de contar com pessoas especiais que me ajudaram muito e preciso agradecer:

A Deus, por ser tudo, ser tão bom, porque Ele nos ama e cuida de nós, e fez muitas coisas na minha vida para que eu chegasse até aqui. Agradeço a Jesus por seu imenso amor e salvação; e pelo Espírito Santo, pela parceria.

Ao Diego H. Unruh, meu marido, que em toda a minha jornada me apoiou, motivou, entendeu, suportou, e foi o melhor parceiro que eu poderia desejar, o amor da minha vida e o homem mais admirável que conheço.

Aos meus pais, Wolfgang Unger e Angela D. Unger, que me proporcionaram uma boa educação formal e em casa também, por me ensinarem nos caminhos de Jesus, e por sempre torcerem por mim.

À PUCPR, pela instituição que é, por tudo que aprendi e ainda aprendo, e que me deu tantas oportunidades na educação.

Ao Professor Dr. Luís Fernando Kasprzak, que foi meu primeiro professor na área, em ergonomia, um designer e professor inspirador, de um ânimo admirável, me orientou no início do mestrado, acreditando em mim, me

abriu a porta para a docência, profissão que tanto amo, é parceiro e um exemplo de profissional pra mim.

Aos Professores Msc. Aguilar Selhorst, Msc. Renato Bordenousky Filho e Carlos Roberto Romaniello, pelos designers e professores inspiradores que são, e pelo seu apoio em vários momentos.

Ao Professor Msc. Paulo D'Assumpção Zaniol, por ser um dos primeiros a me motivar a escrever um livro quando fiz meu TCC.

Ao Professor Msc. Ericson Straub, pelos conselhos editoriais no início dessa jornada.

Ao Professor Dr. Jaime Ramos, que me deu a primeira oportunidade de dar uma aula em sua disciplina na PUCPR.

A Paula Abas, pelo curso de gestão de tendências (coolhunting) que teve um papel importante na minha formação em pesquisa em design.

Ao Caio Márcio Almeida e Silva (Dr), que me deu a primeira aula de usabilidade e abriu as portas para o meu primeiro emprego na área.

Ao Professor Dr. Osiris Canciglieri Junior, meu professor orientador do mestrado e doutorado que realmente orienta e motiva, acreditou em mim e me deu muitas oportunidades na ciência.

A Adriana Holtz Betiol (Dra), autora do primeiro livro de usabilidade que li, profissional que admiro muito e se tornou uma mentora para mim.

A Mileni Kazedani Gonçalves (Msc), que foi uma chefe-mãe, me ensinou tudo o que sabia da área, se tornou uma amiga e me ajudou a crescer.

Ao Alexandre Barros Neves (Msc), que foi um chefe inspirador com sua experiência em usabilidade e experiência do usuário, e me deu oportunidades em trabalhos internacionais muito valiosas, me ensinando seriedade e excelência na área.

Ao Lizandro Chrestenzen, que foi um chefe parceiro, que confiava em mim e me ensinou a ser mais leve e dar tempo às coisas.

Ao Julio Bertola, diretor de design na época

em que trabalhei na Electrolux, um líder visionário e inspirador.

A Vanessa Dantas de Macedo (Msc), pelo que aprendi com ela e pela troca de destinos profissionais.

À Decana Professora Msc. Angela Leitão, uma profissional que admiro muito, parceira, que acreditou em mim e me deu muitas oportunidades na docência.

À Professora Dra. Luciane Hilu, que é uma amiga e parceira na docência, que me inspira e motiva.

Ao Professor Msc. Gustavo Ravaglio, pela amizade, conversas inspiradoras e pelo apoio na escrita.

A todos os estudantes que já passaram pela minha vida, eles me inspiram a buscar fazer o melhor sempre.

A Michele Marcos de Oliveira, por acreditar na minha tese e todo o apoio para a publicação.

À PUCPRESS, por publicar este livro tão especial para mim.

Introdução

Seres humanos são as únicas criaturas da Terra, conhecidas, que raciocinam coisas complexas, têm inteligência e criam sistematicamente. Enquanto estão na Terra, buscam tornar sua vida melhor de alguma forma (FALCONI, 1999), isso inclui cuidar de si, das outras pessoas, das outras criaturas e da própria terra.

Ao longo da vida humana na Terra, são perceptíveis as constantes mudanças, algumas chamadas de evolução e até revolução. O fato é que o ser humano por si só, e especialmente em comunidade, está em busca constante de melhorar as coisas, o exemplo disso é que, nesse processo, a humanidade passou da vida nas cavernas à vida nas cidades, com construções, fábricas, organizações, em casas com energia, água, esgoto, e redes de comunicação. Em alguns aspectos pode não ter sido a melhor maneira de executar melhorias, mas a busca continua.

Essas mudanças levam a consequências e percepções positivas e negativas, e para tudo que se mostra negativo, de alguma forma, mesmo que apenas para uma parcela da sociedade, é gerado um movimento contrário, o chamado “ponto da virada” (GLADWELL, 2002). Esse processo é estudado em tendências, e é importante para o crescimento social e humano. Mas o que isso tem a ver com esse livro? As pessoas são complexas e

mutáveis, logo é preciso entender suas necessidades, em primeiro lugar, personalidades, valores, desejos, motivações, comportamentos, reações e emoções para cuidar delas, suprimindo suas necessidades e auxiliando na obtenção de qualidade de vida por meio de soluções adequadas.

Considerar e envolver as pessoas, a quem um projeto é focado, no processo de Design, e sua relação e interação com a solução em cada fase do seu ciclo de vida, é essencial para obter bons resultados em um projeto (VINCENT *et al.*, 2014), melhor qualidade (KOLUS *et al.*, 2018), melhor aceitação no mercado, coerência contextual, e eficiência econômica durante o processo de projeto e pós-venda, criando valor social (CHOI *et al.*, 2018).

A evolução e a criação contínua de novas tecnologias são constantes antropológicas na prática social humana (BRÖDNER, 2013), novos produtos e serviços são criados com o objetivo de atender às necessidades sociais por meio da inovação (BENNETT e

MCWHORTER, 2019). Estes fatos podem estar relacionados à inovação social (SI – *Social Innovation*) com foco na melhoria da qualidade de vida das pessoas. Embora este livro não explore o tema de inovação social, a autora acredita que as organizações também podem ver seus produtos ou serviços como bens sociais e ainda se beneficiar do desempenho econômico e do desenvolvimento tecnológico, contribuindo na busca de soluções lucrativas, inovadoras e sustentáveis (BENNETT e MCWHORTER, 2019; BALYEIJUSA, 2019).

As Teorias das Necessidades Humanas (HNT – *Human Needs Theories*) propõem explicações referentes aos sentimentos humanos e o que motiva os seres humanos em suas ações e comportamentos em várias situações (MILYAVSKAYA e KOESTNER, 2011). Estes dois fatores estão diretamente conectados à teoria da motivação, um campo de pesquisa em psicologia, bem estabelecido, que apesar do número de estudos existentes, está crescendo em interesse por causa de novas descobertas na área de estudo relacionadas

à multidisciplinaridade dessas teorias sendo aplicadas, por exemplo, em práticas de negócio e experiências cotidianas, que podem adicionar valor a pesquisas que buscam compreender os aspectos humanos em projetos (KISPAL-VITAL, 2016).

Para Smeenk *et al.* (2019) pesquisas focadas na formalização de metodologias para necessidades humanas estão expandindo. Nesse contexto, o presente livro visa auxiliar no entendimento de como considerar o ser humano no desenvolvimento de produtos, por meio de um modelo de análise e avaliação das necessidades humanas no PDP (Processo de Desenvolvimento de Produtos), para auxiliar na criação de soluções focadas na adequação às pessoas, buscando a essência de cuidar do bem-estar social.

Apesar do modelo ter sido criado a partir de referências relacionadas ao desenvolvimento de produtos, com base nos conhecimentos e prática profissional da autora, acredita-se que sua aplicação possa se estender a ambientes e serviços também.

Organização do livro

Este livro foi desenvolvido para ser uma ferramenta útil, não é um livro de leitura pura, mas sim de aplicação, para designers, engenheiros e qualquer outra pessoa que queira inserir aspectos humanos em algum projeto, portanto ele apresenta o passo a passo de aplicação do modelo HUNE, e está organizado em quatro capítulos:

Fundamentos

Aqui serão apresentados conceitos básicos relacionados aos aspectos humanos no desenvolvimento de produtos.

O modelo HUNE

Aqui será apresentada a origem do modelo HUNE e uma visão geral do mesmo.

Aplicação do modelo HUNE

Aqui serão detalhadas todas as etapas do modelo com o passo a passo para sua aplicação.

Dúvidas frequentes

Aqui serão explanadas algumas dúvidas que normalmente surgem a respeito do envolvimento de pessoas no processo de pesquisa, análise e avaliação de produtos.



fundamentos

1. TERMOS

SER HUMANO

Autores em diferentes áreas de design e negócios usam termos específicos para designar as pessoas para as quais são desenvolvidos produtos e soluções, sendo os principais: “público-alvo”, “cliente”, “consumidor”, “usuário” e “stakeholder”. Estes são relacionados ao que as pessoas fazem e ao momento em que interagem com o produto.

O emprego desses termos é útil na definição dos enfoques de esforços em cada área de um projeto, porque facilitam a organização de tarefas e atividades de cada disciplina. Todavia, socialmente, privilegia um aspecto da identidade humana, negando a multiplicidade de identidade e relacionamentos, a exemplo do termo “usuário” que pode ser um estereótipo negativo, porque é normalmente usado para pessoas viciadas em drogas. Portanto, é preciso considerar se não há maneiras melhores de aplicar nomes às pessoas que reflitam sua natureza e essência (MCLAUGHLIN, 2009).

É importante considerar as motivações das pessoas para interagir com algo, entendendo os “para que”, “onde”, “como”, explorando o “para quem” na sua essência, nas dificuldades, necessidades reais e profundas das pessoas, e procurar entender o que pode melhorar sua vida. Sendo assim, neste livro serão enfatizados os termos “humano” e “pessoa”.

Veja em seguida a definição de cada termo.



Público-alvo

Grupo específico de pessoas para o qual algo é direcionado.



Cliente

A pessoa que recebe serviços.



Consumidor

A pessoa que compra algo.



Usuário

A pessoa que utiliza algo, que interage com algo.



Stakeholder

Pessoas que têm algum direito, fatia, crédito, influência ou interesse em algo.

Fonte: Elaborado pela autora.

REPERTÓRIO

Conjunto de experiências, conhecimentos, conceitos, valores, cultura e personalidade individuais de cada ser humano.

TAREFA

Atividades requeridas para alcançar um objetivo (ISO 9241-11:2018).

EFICÁCIA

Atingir um objetivo com acurácia e completude (ISO 9241-11:2018).

EFICIÊNCIA

Recursos usados para atingir o objetivo (exemplo: tempo, número de tentativas, número de passos para completar uma tarefa, esforço físico e cognitivo) (ISO 9241-11:2018).

SATISFAÇÃO

Nível de contentamento obtido durante a realização da tarefa (ISO 9241-11:2018).

FERRAMENTA

Qualquer instrumento necessário para o desempenho de uma profissão (Dicionário Michaelis, 2021).

TÉCNICA

Conjunto dos métodos e pormenores práticos essenciais à execução de uma arte ou profissão. O modo como algo é realizado (Dicionário Michaelis, 2021).

MÉTODO

Emprego de procedimentos ou meios para a realização de algo, seguindo um planejamento; rumo. Processo lógico e ordenado de pesquisa ou de aquisição de conhecimento. Qualquer procedimento técnico ou científico (Dicionário Michaelis, 2021).

MODELO

Objeto que se destina a ser reproduzido por imitação. Que serve de referência ou de exemplo (Dicionário Michaelis, 2021).

PDP - PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

É a sistematização de etapas e atividades necessárias para o desenvolvimento de produtos para identificar oportunidades e necessidades do mercado e dos usuários, analisar restrições tecnológicas, considerando as estratégias do negócio.

Novos produtos e serviços são criados com o objetivo de atender às necessidades sociais por meio da inovação para a melhoria da qualidade de vida das pessoas. As organizações podem ver seus produtos ou serviços como bens sociais e ainda se beneficiar dos resultados econômicos.

Pesquisas focadas na formalização de metodologias para necessidades humanas estão expandindo, e este livro visa auxiliar no entendimento prático de como considerar o ser humano no desenvolvimento de produtos, por meio de um modelo de análise e avaliação das necessidades humanas no Processo de Desenvolvimento de Produtos (PDP) para auxiliar na criação de soluções adequadas às pessoas.

Seu conteúdo é baseado na pesquisa científica da autora, que contemplou o levantamento de métodos e modelos de Design Centrado no Usuário (DCU), Design Centrado no Humano (DCH), Usabilidade e Experiência do Usuário (UX) aplicados ao desenvolvimento de produtos e tem como objetivo ser ferramental e prático para qualquer pessoa que deseja desenvolver pesquisas, análises e avaliações para entender as necessidades humanas em projetos de produtos ou serviços.

ISBN 978-65-87802-98-5



9 786587 802985