



Identificação de Necessidades dos Usuários e Requisitos de IHC

Capítulo 5 – Parte 2

Adaptado por: Luciana Mara F. Diniz e Thiago Silva Vilela



Barbosa e Silva 2010

Introdução

- **Apresenta:**
 - Técnicas de investigação e técnicas de análise, visando entender as necessidades dos usuários e definir os requisitos de IHC de um sistema interativo.



Como coletar dados dos usuários?

- Entrevistas
- Questionários
- Grupos de Foco (Grupos focais)
- *Brainstorming*
- Estudos de Campo
- Investigação Contextual



Perguntas Abertas e Fechadas

- **perguntas abertas** de natureza exploratória; sem restrição de tipo ou tamanho da resposta; permitem revelar opiniões ou fatos desconhecidos e inesperados.
- **perguntas fechadas** apresenta um conjunto pré-definido de respostas dentre as quais o entrevistado deve selecionar; requerem que o **entrevistador conheça as prováveis respostas.**

Quais são suas principais atividades?

Você costuma...

- () lecionar na graduação
- () lecionar na pós-graduação
- () orientar alunos de iniciação científica
- () orientar alunos de mestrado
- () coordenar o curso de graduação



Entrevista

é uma **conversa** guiada por um roteiro de perguntas ou tópicos, na qual um entrevistador busca obter informações de um entrevistado, e o entrevistador transcreve as respostas (por isso é comum gravar).



Entrevista

é uma **conversa** guiada por um roteiro de perguntas ou tópicos, na qual um entrevistador busca obter informações de um entrevistado, e o entrevistador transcreve as respostas (por isso é comum gravar).

- permite coletar muitas informações **detalhadas** e **profundas** de usuários individuais, mais do que questionários e grupos de foco
- é necessário treinar os entrevistadores (para extrair o máximo de informação necessária);
- leva tempo para entrevistar muitos usuários;
- técnica mais utilizada, rica em detalhes.



Entrevista

- Classificadas em:

ENTREVISTA ESTRUTURADA: entrevistador segue um roteiro de perguntas na ordem especificada. Não se explora novos tópicos.

ENTREVISTA NÃO ESTRUTURADA: entrevistador realiza perguntas de modo flexível, usando perguntas abertas e aprofunda em alguns tópicos. Foco: tópicos.

★ **ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA:** roteiro composto de tópicos ou perguntas que devem ser feitas em um ordem e o entrevistador explora em maior profundidade alguns tópicos.



Entrevista

- **ROTEIRO:** pode conter perguntas completas ou apenas os tópicos que devem ser endereçados na entrevista. Visa auxiliar o entrevistador de forma que a conversa se torne mais “natural” possível.

EX.: PERGUNTA LITERAL: O que você acha do mecanismo de busca do Google comparado aos demais?

TÓPICO: Mecanismo de busca – opinião geral

- Permite lembretes para que o entrevistador formule a pergunta de maneira mais adequada para cada perfil entrevistado.

- **ESTRUTURA:**

EX.: mesclar perguntas abertas e fechadas.




Parte de um Roteiro de Entrevista

- Experiência como professor de curso (tempo – área – nível):
 - Há quantos anos? Que área(s)?
 - Que nível (graduação/pós-graduação/extensão)?
- Função (atividades – frequência – satisfação)
- Quais as principais atividades? Quais as mais frequentes? E as menos frequentes?
 - De quais gosta mais de realizar? E de quais gosta menos? Por quê?
- Divisão de responsabilidades (divisão – responsável – satisfação – desejos)
 - [professor, coordenação, suporte, universidade]
 - Quem faz o quê (definição do programa, critério de avaliação)?
 - Satisfação com a divisão atual? Delegaria o quê? Centralizaria o quê?
- Utilização de tecnologias computacionais para apoiar o seu trabalho
 - (tecnologia/atividade – frequência – satisfação – desejos)
 - Usa?
 - SIM: Quais? Para quê? Com que frequência?
O que mais gosta? O que menos gosta? O que faria diferente?
 - NÃO: Já usou? Por que não usa (mais)? O que precisaria ter para você usar?
- Sistema ideal (como seria?)
- Comentários adicionais



Entrevista

- O MODO COMO A PERGUNTA É FORMULADA PODE INFLUENCIAR A RESPOSTA....
- Você gosta do mecanismo de busca do Google?
- Por que você gosta do mecanismo de busca do Google?
- O que você acha do mecanismo de busca do Google? 



Questionário

é um **formulário** com perguntas a serem respondidas pela outra pessoa.



Questionário

é um **formulário** com perguntas a serem respondidas pela outra pessoa.

- permite coletar **rapidamente** dados de muitos usuários
- geralmente é um meio rápido, fácil e barato se obter e analisar dados em maior escala;
- tende a ser menos detalhado e mais superficial, quando comparado a entrevistas e grupos de foco;
- quem elaborar o questionário deve ser experiente para evitar perguntas ambíguas ou que induzam certas respostas.



Tipos de Perguntas de Questionário (1/3)

- **escolha de um ou mais valores (caixas de seleção – check box)**

Quais atividades você realiza mais frequentemente on-line? (*marque **até duas** opções*)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> e-mail | <input type="checkbox"/> pesquisas gerais |
| <input type="checkbox"/> leitura de notícias | <input type="checkbox"/> compra de produtos |
| <input type="checkbox"/> transações bancárias | <input type="checkbox"/> contrato de serviços |
| <input type="checkbox"/> participação em redes sociais | <input type="checkbox"/> outros |

- **faixa de valores (múltipla escolha)**

Idade: abaixo de 21 21–30 31–40 41–50 acima de 50



Tipos de Perguntas de Questionário (2/3)



- **escala de Likert**

É fácil encontrar o produto desejado navegando pelas seções do site:

- concordo plenamente
- concordo parcialmente
- não concordo nem discordo
- discordo parcialmente
- discordo totalmente

- **escala de diferenciais semânticos**

Para cada par de adjetivos a seguir, marque o valor correspondente à sua opinião sobre a página de um produto do site:

- | | | | | | | |
|----------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------|
| atraente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | feia |
| clara | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | confusa |
| útil | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | inútil |

Tipos de Perguntas de Questionário (3/3)

- **perguntas abertas com espaços diferenciados para resposta**

(a) O que você acha do mecanismo de busca do site?

(b) O que você acha do mecanismo de busca do site?



Grupo de Foco

diversas pessoas (geralmente entre três e dez) são reunidas por uma ou duas horas numa espécie de discussão ou entrevista coletiva, guiada por um moderador experiente



Grupo de Foco

diversas pessoas (geralmente entre três e dez) são reunidas por uma ou duas horas numa espécie de discussão ou entrevista coletiva, guiada por um moderador experiente

- permite obter, em pouco tempo, múltiplos pontos de vista de um grupo de pessoas;
- o moderador deve assegurar que pessoas mais quietas ou tímidas participem e evitar que as extrovertidas e agressivas dominem a discussão.



Questões Típicas de Grupos de Foco

- um “dia típico” de um usuário ou o dia de trabalho mais recente;
- as tarefas que os usuários realizam e como eles as realizam;
- o domínio em geral (terminologia, procedimentos etc.);
- preferências e aversões dos usuários;
- reações, opiniões ou atitudes dos usuários sobre um determinado produto ou conceito;
- resultados desejados ou objetivos de usuários para novos produtos ou funcionalidades



Estudos de Campo

Durante um estudo de campo, um pesquisador visita usuários finais no seu próprio ambiente (p.ex., lar ou local de trabalho) e os observa enquanto desempenham uma atividade.

- permite entender o comportamento natural do usuário final no contexto do seu próprio ambiente de atuação.
- fornece informações que afetam o uso de um produto — incluindo interrupções, distrações e outras demandas de tarefa — e contexto adicional que não podem ser capturados ou replicados num ambiente de laboratório.



Formas de Estudos de Campo

- Existem várias formas de estudo de campo.
- Alguns exemplos são:
 - **observação pura**, sem interação do observador com os participantes
 - **observação participante**, com interação do observador
 - **diários de atividades**



Investigação Contextual

um estudo de campo com o envolvimento intenso do investigador como um participante **aprendiz**, incluindo entrevistas e observação



Investigação Contextual

um estudo de campo com o envolvimento intenso do investigador como um participante **aprendiz**, incluindo entrevistas e observação

- obtém dados sobre a estrutura do trabalho na prática;
- torna explícito o conhecimento tácito e não articulado sobre o trabalho, para que os designers, que não o realizam, possam entendê-lo;
- permite conhecer os detalhes do trabalho que se tornaram habituais e invisíveis.



Modelo Mestre-Aprendiz da Investigação Contextual

- entrevistador observa o trabalho do usuário, exercendo o papel de **aprendiz**;
- o usuário ensina seu trabalho ao entrevistador enquanto o realiza, exercendo o papel de **mestre**;
- o conhecimento é compartilhado de um modo mais simples e natural (socialização);
- na **investigação contextual**, o entrevistador tem a oportunidade de entrevistar o usuário, observá-lo e aprender sobre o trabalho do usuário enquanto ele o realiza.



Brainstorming: “tempestade de ideias”

Necessidades e Desejos dos Usuários

busca levantar de forma bastante livre um conjunto grande e abrangente de opiniões dos participantes em torno de um tema

- pode ser utilizado para aprender sobre as informações, tarefas ou características desejadas num produto;
- cada sessão geralmente envolve de 8 a 12 **usuários** orientados por um **moderador**;
- o moderador introduz o tema do *brainstorming*;
- os participantes não devem censurar uns aos outros;
- o objetivo é explorar necessidades e desejos dos usuários, e não projetar o sistema (não é design participativo).

