

# User Stories

## Histórias de Usuário

### Aula 07

---

**Histórias de usuário na descrição  
de um cenário de Teste**

Senac

# O que são histórias de usuário?

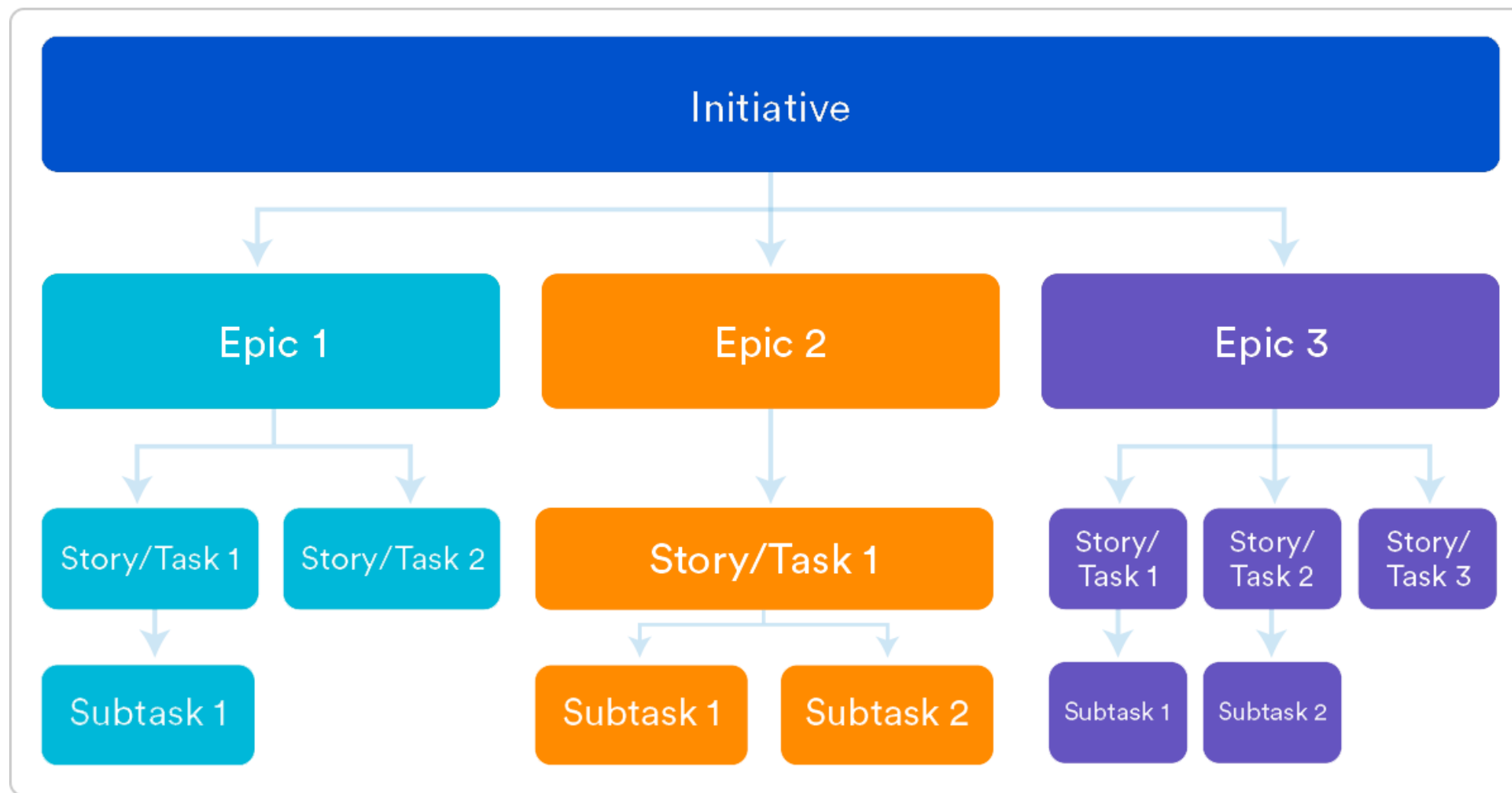
- Histórias de usuário são representações de necessidades dos usuários que podem ser utilizadas para definir e organizar os requisitos de um sistema. Elas escrevem funcionalidades de maneira simples e curta, apenas com detalhes suficientes para fazer uma estimativa de risco razoavelmente baixo. Devem ser focadas nas necessidades e nos benefícios para o usuário, evitando descrever detalhes de tecnologia, banco de dados e algoritmos específicos. Além disso, elas servem de guia para a criação de testes de aceitação.
- Elas estão relacionadas aos requisitos funcionais de negócio, ou seja, não devem ser escritas para um sistema e sim para o usuário.



## REQUISITOS:

Necessidades que o sistema deverá atender e as restrições sob as quais **deverá operar**. Usualmente, são escritos em linguagem natural para que sejam compreendidos por todas as partes interessadas.

Quando bem escritos habilitam o time de desenvolvimento a trabalhar, sem precisar de alinhamentos frequentes com as áreas de negócio.



# Por que criar histórias de usuários?

- Para equipes de desenvolvimento novatas na metodologia ágil, as histórias de usuários às vezes parecem uma etapa adicional. Por que não apenas dividir o projeto grande ([o epic](#)) em uma série de etapas e pronto? Porque as histórias dão à equipe um contexto importante e associam as tarefas ao valor que elas agregam.
- As histórias do usuário trazem vários benefícios:

# As histórias mantêm o foco no usuário.



- Uma lista de afazeres mantém o foco da equipe nas tarefas que precisam ser realizadas, mas uma coleção de histórias mantém o foco da equipe em resolver problemas de usuários reais.

# As histórias permitem a colaboração.



- Com a meta final definida, a equipe pode trabalhar em conjunto para decidir como atender melhor o usuário e alcançar essa meta.

# As histórias impulsionam soluções criativas.



- As histórias incentivam o pensamento crítico e criativo da equipe sobre a melhor maneira de resolver para chegar na meta final.



# As histórias criam ritmo.

- Com cada história resolvida, a equipe de desenvolvimento experimenta pequenos desafios e pequenas vitórias, criando um ritmo.

# Trabalhando com histórias de usuários

- Depois de escrever uma história, ela deve ser integrada ao fluxo de trabalho. Em geral, a história é escrita pelo proprietário do produto, gerente de produto ou gerente de programa e enviada para revisão.
- Durante uma reunião de planejamento de sprint ou iteração, a equipe decide quais histórias vão ser trabalhadas nesse sprint. Então, as equipes discutem os requisitos e a funcionalidade que cada história de usuário requer. Esta é uma oportunidade para a equipe ser técnica e criativa na implementação da história. Assim que forem combinados, esses requisitos são adicionados à história.

- Outro passo comum nessa reunião é dar uma pontuação para as histórias com base em sua complexidade ou tempo de conclusão. As equipes podem usar tamanhos de camisetas, a sequência de Fibonacci ou o Planning Poker para fazer estimativas adequadas. Uma história deve ser concluída em um sprint, então, à medida que a equipe especifica cada história, precisa decompor histórias que ultrapassariam esse prazo de conclusão.

# Como escrever histórias de usuário

- **A definição de "concluído"** – A história em geral é "concluída" quando o usuário consegue realizar a tarefa descrita, mas não esqueça de definir bem o que seria isso.
- **Definição de subtarefas ou tarefas** – Decida quais etapas específicas precisam ser realizadas e quem é responsável por cada uma delas.
- **Personas do usuário** – Para quem? Se existirem diversos usuários finais, considere criar diversas histórias.
- **Etapas ordenadas** – Escreva uma história para cada etapa de um processo maior.
- **Ouçá ao feedback** – Fale com os usuários e capture o problema ou necessidade deles. Não há necessidade de fazer suposições quando você pode obter informações dos clientes.
- **Tempo** – O tempo é um assunto delicado. Muitas equipes de desenvolvimento evitam qualquer discussão sobre tempo, confiando apenas em estruturas de estimativa. Como as histórias devem ser possíveis de concluir em um sprint, as histórias que poderiam demorar semanas ou meses para serem concluídas devem ser divididas em histórias menores ou consideradas um epic.

Uma vez que as histórias do usuário estiverem definidas com clareza, verifique se elas estão visíveis para toda a equipe.

# E por que as Histórias de Usuário são importantes?



- As histórias de usuário são uma ferramenta vital no apoio ao desenvolvimento de software centrado no usuário, eficiente, flexível e alinhado com as expectativas. Elas promovem uma abordagem colaborativa e orientada a valor, contribuindo para a entrega de produtos de alta qualidade.

## UMA HISTÓRIA DE USUÁRIO DEVE COMUNICAR

PARA QUEM

O QUE

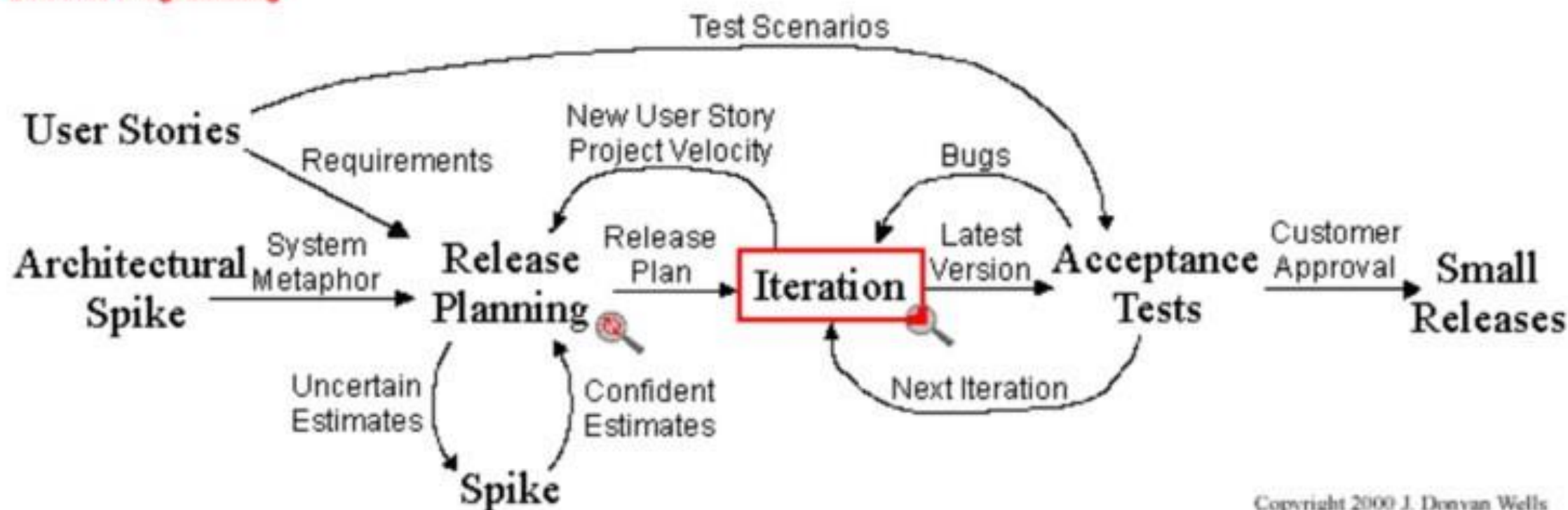
POR QUÊ

# Origem da user story

- Elas tiveram sua origem nos anos 80, dentro do cenário do Extreme Programming (XP), e foram desenvolvidas com o propósito de expressar os anseios dos usuários por determinadas funcionalidades. Entretanto, no contexto atual, as histórias de usuários são empregadas em várias situações e metodologias ágeis, sendo frequente encontrar indivíduos que erroneamente associam essa prática exclusivamente ao framework Scrum, desconhecendo sua raiz no XP. Abaixo temos uma ilustração de como as histórias de usuário se relacionam com as demais atividades:



# Extreme Programming Project





# Passos para escrever boas Histórias de Usuário



- Escrever boas histórias de usuário envolve compreender as necessidades dos usuários, manter as informações sucintas, focar no valor que elas proporcionam, estabelecer uma comunicação fluida, definir critérios de aceitação claros e garantir que as histórias sejam testáveis e priorizadas adequadamente. Esses elementos ajudam a equipe a manter o foco nas necessidades dos usuários, aprimorar a colaboração e entregar produtos de alta qualidade.

# O conceito dos 3Cs

- No ano de 2001, Ron Jeffries, escreveu um artigo onde abordou os três elementos fundamentais das histórias de usuários: cartão, conversa e confirmação. Essa ideia ficou reconhecida como 3Cs.

# 3Cs

## OS TRÊS ASPECTOS DA HISTÓRIA DE USUÁRIO



Ron Jeffries

### CARTÃO

Tangibiliza a história de usuário de forma sucinta e objetiva.

### CONVERSA

Incentiva a comunicação fluída e as interações entre os indivíduos.

### CONFIRMAÇÃO

Promove a eficácia da comunicação garantindo que os objetivos sejam atendidos.

## C – Cartão

- Tangibiliza a história de usuário de forma sucinta e objetiva. Ele não contém todas as informações que constituem o requisito. Seu propósito é ter o texto suficiente para identificar o requisito e lembrar a todos qual é a história.

## C – Conversa

- Incentiva a comunicação fluida e as interações entre os indivíduos. O requisito é detalhado pelo cliente através de conversas com o time de desenvolvimento, onde podem ocorrer trocas de ideias e aprimoramentos. Apesar de ser bastante verbal, podem ser utilizados alguns documentos de apoio nesta conversa, sendo enfatizado que a melhor complementação é através de exemplos.

# C – Confirmação

- Promove a eficácia da comunicação, garantindo que os objetivos sejam atendidos. Mesmo que tenhamos documentação detalhada e diversas conversas a respeito do que precisa ser feito, uma confirmação através de testes de aceitação é necessária. Quem define como uma história será confirmada é o próprio cliente e é através deles que a equipe irá demonstrar que a história foi entregue corretamente.
- No artigo, Ron Jeffries defende que, em equipes com menos experiência, outros artefatos como: casos de uso, planilhas, esboços, etc, são desejados e podem até ser úteis em alguns casos, porém ele salienta que, empiricamente, pouquíssimas vezes considerou esse tipo de documentação valiosa, sendo um forte defensor de confirmação por meio de exemplos, de preferência automatizados, mesmo em situações de alta complexidade. Em última instância, ele recomenda iniciar com o conceito de 3Cs e, caso necessário, adicionar outros documentos que se mostrem relevantes.

- Juntos, esses três aspectos ajudam a equipe de desenvolvimento a ter uma compreensão sólida dos requisitos, a construir a funcionalidade desejada de maneira colaborativa e a garantir que as expectativas do cliente ou usuário sejam atendidas. O conceito dos 3Cs é uma ferramenta valiosa para melhorar a comunicação, a colaboração e a qualidade no processo de desenvolvimento de software.

Para  
quem

O que

Por quê



# Para quem

- É importantíssimo identificar o autor da ação, quem será o beneficiário da funcionalidade. Boas histórias de usuário focam no usuário e uma excelente forma de identificar esse papel é através de personas.
- Personas são representações fictícias do usuário do produto, onde descrevemos seus comportamentos e suas principais características, dando atenção especial às suas necessidades, objetivos, preocupações e desafios. A partir dessas definições ficamos mais aptos a elaborar funcionalidades que atendam às reais necessidades dos nossos usuários.

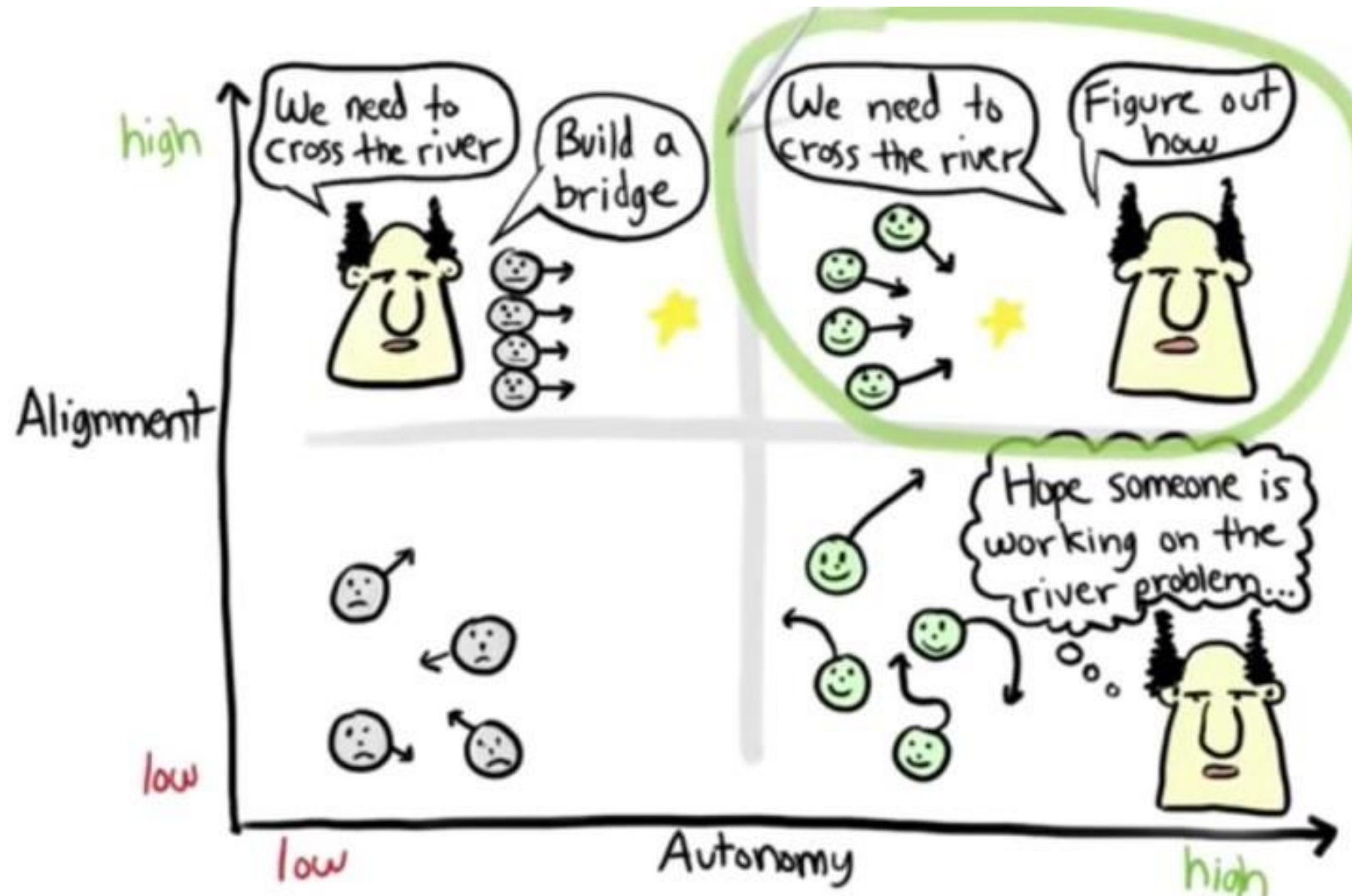
# O que

- Qual funcionalidade deve ser desenvolvida para este usuário. É importante manter a perspectiva do que precisamos e não como isso deve ser realizado. O trabalho de determinar como a funcionalidade será desenvolvida deve ser determinado pelo time de desenvolvimento.
- Há uma figura em vídeo sobre o as práticas utilizadas pelo Spotify que exemplifica claramente a importância sobre alinhamento e autonomia:

- Reparem que, sem autonomia e sem alinhamento não há nem motivação, nem entregas. Porém, somente o alinhamento sem autonomia gera desmotivação e ainda nos faz perder oportunidades de resolver o problema de outras formas. Em contrapartida, autonomia sem alinhamento gera desperdício, onde as pessoas produzem sem saber se o que estão fazendo é realmente o necessário para resolver os problemas.
- O ideal é termos um equilíbrio entre autonomia e alinhamento, onde temos o direcionamento, mas podemos decidir o melhor caminho a ser seguido. Reparem que na imagem essa situação é representada no quadrante superior direito, onde o personagem do líder expressa a necessidade de “atravessar o rio” deixando a equipe decidir como fazer isso.

- Faço apenas um adendo a esta figura que poderia trazer ainda mais significado, se o líder trouxesse o motivo da necessidade. Por exemplo, se a necessidade é atravessar o rio é porque necessitamos de uma pedra que está do outro lado, talvez conversando com o líder alguém do time pudesse conhecer bem este lado do rio e ter o conhecimento que poderíamos encontrar essa pedra sem precisar pensar em como atravessar o rio”.

# Charge representando nível de alinhamento e autonomia



# Por quê



- Aqui é o momento de focar no objetivo, deixando claro quais problemas a funcionalidade resolverá, por que a persona precisa desta funcionalidade. Ao mantermos esse motivo sempre a vista incentivamos a inovação e aumentamos a eficácia e a transparência ao priorizar histórias de usuários.



“Quando um produto dá certo, é porque todos na equipe fizeram o que precisavam fazer. Mas, quando um produto falha, é culpa do gerente de produto.”

- Marty Cagan (Inspired) -

# Modelos de Histórias de Usuário

- Existem alguns modelos para escrevermos histórias de usuários. Eu particularmente prefiro o desenvolvido pela Connextra, porém é sempre interessante salientar que há outros formatos que podem ser utilizados de maneira eficiente.



### Modelo Connextra

*Como um... (Quem?)*

*Quero... (O quê?)*

*Para... (Por quê?)*

### Modelo (Mike Cohn)

*Como um... (Quem?)*

*Quero... (O quê?)*

*Porque... (Por quê?) – opcional*

### Modelo (Chris Matts)

*Para... (Por quê?)*

*Como um ..(Quem?)*

*Quero... (O quê?)*

### Modelo (5W)

*Como... (Quem? Quando? Onde?)*

*Quero (O quê?)*

*Porque... (Por quê?)*

- Vale ainda destacar que o modelo defendido pelo Mike Cohn considera o uso da cláusula “Por quê” como opcional. No entanto, apesar dele admitir que por vezes o motivo é óbvio e não precisaria ser declarado, ele afirma que na maioria das vezes prefere descrever o objetivo em suas histórias de usuário.
- Inclusive foi o Mike Cohn que popularizou o acrônimo INVEST ao incluí-lo em seu livro User Stories Applied. Todavia, foi Bill Wake, em 2003, que nos apresentou o conceito de “investir” em nossas histórias de usuário.

# Histórias de Usuário: O que é o INVEST?

- O acrônimo INVEST, foi introduzido e popularizado por Mike Cohn em seu livro “User Stories Applied”, ou em português, “Histórias de usuário aplicadas”. O modelo proposto por Cohn permite a flexibilidade de adicionar ou não a cláusula “Por quê” em suas histórias de usuário. E, embora ele reconheça que em algumas situações o motivo seja evidente e dispensável, sua preferência é frequentemente incluir o objetivo na descrição das histórias.
- No entanto, o conceito de “investir” em histórias de usuário foi apresentado por Bill Wake em 2003. Bill propõe que uma narrativa de qualidade deve aderir a certos princípios:

# I – Independente

- Cada narrativa não deve se entrelaçar com outras, o que viabiliza a implementação em qualquer sequência. Compreensivelmente, a completa independência nem sempre é viável, mas quanto mais isolada uma narrativa for, mais fácil será determinar sua prioridade.

# N – Negociável

- As narrativas devem ser construídas em colaboração entre o cliente e a equipe de desenvolvimento, permitindo ajustes à medida que as circunstâncias mudam.

# V – Valiosa



- É imperativo que a narrativa agregue valor ao cliente, abrangendo até mesmo os elementos técnicos, que devem ser apresentados de maneira que o cliente perceba seu valor.

## E – Estimável

- A equipe deve ser capaz de estimar a narrativa, para isso, uma compreensão plena é essencial.

## S – Pequena (Small):

- As melhores narrativas costumam ser concisas, minimizando incertezas e facilitando a avaliação de esforço.



# T – Testável

- A narrativa deve ser verificável e, para tal, critérios de aceitação são empregados.
- Esse conjunto de características contribuem para que uma história de usuário seja mais clara, gerenciável e, portanto, mais propensa a ser aceita com sucesso **NOS critérios de aceitação.**

# Template e exemplos de histórias de usuários

- As histórias do usuário em geral são expressas em uma frase simples, como as seguintes:
- **"Como [persona],**
- **eu [quero],**
- **[para que]."**

# Detalhando:

- "Como [persona]": para quem estamos criando? Não estamos em busca de apenas um cargo, estamos em busca da persona da pessoa. Max. Nossa equipe deve ter um entendimento comum de quem é Max. A gente espera ter entrevistado vários Max. A gente entende como essa pessoa trabalha, como ela pensa e o que ela sente. A gente tem empatia pelo Max.
- "Quer": aqui descrevemos a intenção da pessoa, não os recursos que ela usa. O que ela quer alcançar mesmo? Esta declaração não deve tratar de implementação – se estiver descrevendo qualquer parte da IU e não a meta do usuário, você entendeu errado.
- "Para que": como a vontade imediata dele de fazer algo se encaixa no cenário geral? Qual é o benefício geral que ele quer alcançar? Qual é o grande problema que precisa de solução?

Por exemplo, é possível escrever histórias do usuário assim:

- Como Max, eu quero convidar meus amigos, para que a gente possa aproveitar este serviço juntos.
- Como Sascha, eu quero organizar meu trabalho, para que eu me sinta mais no controle.
- Como gerente, eu quero conseguir entender o progresso dos meus colegas, para que eu possa ter relatórios melhores dos nossos acertos e falhas.
- Esta estrutura não é necessária, mas é útil para definir o "pronto". Quando essa persona pode obter seu valor desejado, então a história está completa. As equipes podem e devem definir e seguir a sua própria estrutura.

# Entendendo a diferença entre ÉPIC (épico), FEATURE e USER STORY



# USER STORY:

- História do Usuário é a tradução para o termo em inglês User Story, e nada mais é do que aquilo que o usuário quer. Por exemplo:

*“eu, como alguém que está continuamente fora de casa, quero poder lanchar em casa pagando pelo meu lanche com o cartão de crédito para eu poder pagar só quando minha fatura fechar”. **Essa é a história do usuário.***

# ÉPICO



- Se as histórias do usuário são os menores pedaços independentes que entregam valor, o Épico é o agrupamento desses pedaços, formando uma história completa, maior.
- Ou seja, o Épico é a união dos menores pedaços independentes que façam parte de um mesmo contexto, formando a descrição/definição completa de partes maiores do produto a ser entregue.
- Vale dizer que enquanto as Histórias do Usuário são priorizadas e detalhadas, o Épico não. Ele está ali mais como um lembrete e um organizador do Backlog.
- Muitas vezes, quando não priorizado, o Épico serve como um sinalizador do Backlog, sem nenhuma User Story vinculada, apenas para que fique no radar. Porém, no momento em que alguma Feature (funcionalidade) desse épico for priorizada, será preciso escrever e detalhar as User Stories pertinentes.

# FEATURE

- Na tradução literal, FEATURE quer dizer funcionalidade. No Scrum não temos FEATURE, ou melhor, não é comum que tenhamos ao falarmos do SCRUM puro. No entanto, vale lembrar que o SCRUM é um Framework, ou seja, ele permite que façamos adaptações para que tenha (se for necessário).
- As Features estão intermediando o Épico e a User Story, não são tão grandes e nem são os menores pedaços. Elas também servem de organizadoras para seu Backlog, agrupando User Storys que façam parte de uma mesma entrega.



# A diferença entre ÉPIC, FEATURE e User Story, na Prática



- Digamos que o produto final a ser entregue seja um e-commerce, para o qual terão que ser desenvolvidas diversas funcionalidades ao longo do processo, mas que não precisam ser desenvolvidas em simultâneo.

Como isso fica na prática?

## **Na prática:**

O e-commerce é o Produto / Projeto. E se esse e-commerce tiver, por exemplo: Vitrine de Produtos, BLOG, Carrinho e Pagamento, poderemos tratar cada um desses itens como nossos épicos.

Dando um recorte mais prático para o ÉPICO  
Pagamento, vejamos como funciona:



## **ÉPICO: PAGAMENTO**

**FEATURES: Cartão de Crédito, Boleto, PIX, PAG SEGURO, ETC**

**USER STORY:** [Cartão de Crédito] Bandeira VISA – Inserção dos dados do cartão

**USER STORY:** [Cartão de Crédito] Bandeira VISA – Mensagem de cartão inválido

E assim por diante.

# Resumindo:

- A Estória do Usuário é caracterizada quando temos **o menor pedaço independente que entregue valor.**
- A Feature são funcionalidades do produto que servem como organizadoras entre as User Stories e os ÉPICOS.
- O Épico é o maior pedaço que agrupa features e histórias de um mesmo contexto.

# Introdução às histórias de usuário ágeis



- Histórias de usuários descrevem o motivo e o que há por trás do trabalho diário dos membros da equipe de desenvolvimento, muitas vezes expressos como persona + necessidade + propósito. Compreender o papel das histórias como fonte de verdade para o que sua equipe está entregando, mas também como motivo desse trabalho, é fundamental para um processo tranquilo.
- Comece avaliando o próximo, ou mais urgente, projeto grande (por exemplo, um epic). Divida em histórias menores de usuários e trabalhe com a equipe de desenvolvimento para refinamento. Assim que as histórias estiverem prontas, onde toda a equipe possa ver, você está pronto para começar a trabalhar.

# Histórias de Usuário: O que são critérios de aceitação?



- Quando falamos em critérios de aceitação estamos nos referindo aos requisitos que devem ser satisfeitos a fim de que a história de usuário seja considerada aceita. Dentro desses critérios estão incluídas as informações indispensáveis para a concepção e a operacionalização do sistema, tais como diretrizes de negócios, limitações de acesso e mensagens.
- Eles simplificam a compreensão do modo como a funcionalidade será utilizada pelo usuário e eliminam possíveis ambiguidades, promovendo maior clareza aos requisitos.

- Esses critérios precisam ser formulados com uma linguagem suficientemente clara para ser entendida por todos e devem ser desvinculados da implementação.

**Os critérios de aceitação estabelecem o que deve ser feito, não como fazer.**

# Considerações finais

- Em muitos momentos neste texto declaramos a importância de uma história de usuário ser sucinta e objetiva, não contendo todos os detalhes para implementação, pois estes serão discutidos entre cliente e equipe de desenvolvimento. No entanto, outros pontos de vista, defendem que requisitos de software bem escritos habilitam o time de desenvolvimento a trabalhar sem precisar de alinhamentos frequentes com as áreas de negócio.
- Num primeiro olhar essa frase parece contradizer o conceito da conversa amparado por Ron Jeffries em seu artigo sobre os 3Cs, porém num olhar um pouco mais profundo, verão que isso faz todo o sentido. Como agilista, defendo que pessoas de negócio e desenvolvedores devem trabalhar diariamente em conjunto por todo o projeto, mas entendo que esse trabalho precisa ser apoiado por um processo que não gere interrupções desnecessárias que tirem o foco do time.
- A chave que conecta bons requisitos com boas histórias de usuários está justamente no alinhamento e na autonomia. Boas histórias de usuário precisam prover alinhamento enquanto resguardam a autonomia do time.
- Se você gostou desse conteúdo e deseja se aprofundar ainda mais sobre as histórias de usuários, não deixe de conferir os demais artigos sobre o tema disponíveis aqui no Hub.

## *Referências:*

- <https://agilemanifesto.org/iso/ptbr/manifesto.html>
- <http://www.extremeprogramorg/rules/userstories.html>
- <https://ronjeffries.com/xprog/articles/expcardconversationconfirmation/>
- <https://ronjeffries.com/articles/019-01ff/3cs-revisited/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=4GK1NDTWbkY>
- <https://www.mountangoatsoftware.com/blog>
- <https://xp123.com/articles/invest-in-good-stories-and-smart-tasks/>
- <https://xp123.com/articles/author/bill/>
- <https://pixabay.com/pt/>