

# Avaliação Heurística

- Feita por peritos / avaliadores
- Adequada em designs iniciais e em protótipos
- Vantagens
  - Rapidez
  - Baixo custo
  - Fácil de aplicar

# Avaliação Heurística

- Fases
  - Treino de pré-avaliação  
Descrição aos avaliadores do perfil de utilizadores
  - Avaliação
  - Consolidação  
Junção/uniformização das avaliações (problemas, descrições, severidade)
  - Balanço  
Debater possíveis soluções (não questionar ou tentar explicar os problemas aos peritos!)

# Avaliação Heurística

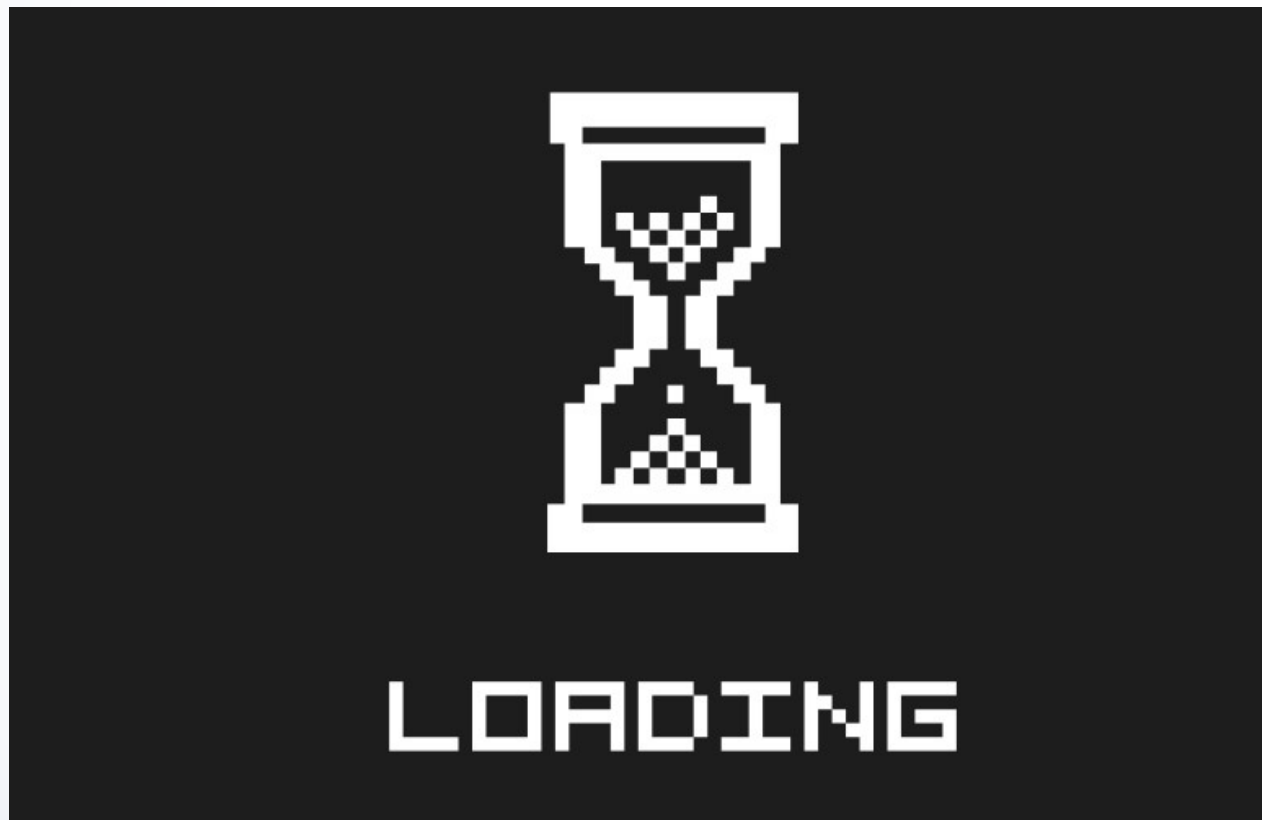
- Graus de severidade
  - Cada avaliador atribui o seu grau
  - No final são recalculados para consolidar a avaliação
  - Fatores a utilizar
    - Frequência
    - Impacto
    - Persistência

# Avaliação Heurística

- Graus de severidade
  - Classificação final
    - 0: Não há consenso em considerar como problema de usabilidade.
    - 1: Problema estético.  
Não é necessário corrigir (embora deva ser, quando possível)
    - 2: Problema de usabilidade menor.  
Pode ser corrigido, embora sem urgência.
    - 3: Problema de usabilidade importante.  
Importante corrigir com alguma urgência.
    - 4: Catástrofe de usabilidade.  
Fundamental corrigir imediatamente.

# Heurísticas de Nielsen

- H2.1 – Tornar o estado do sistema visível



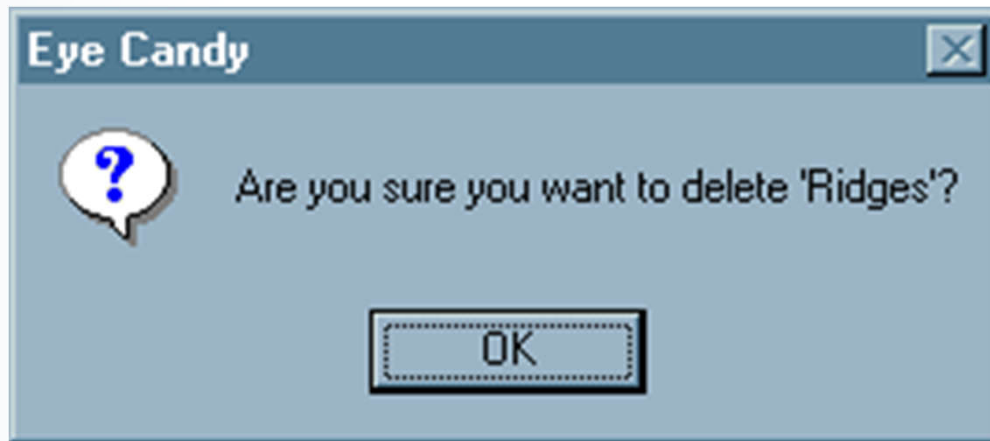
# Heurísticas de Nielsen

- H2.2 – Correspondência entre o sistema e o mundo real



# Heurísticas de Nielsen

- H2.3 – Utilizador controla e exerce livre-arbítrio



# Heurísticas de Nielsen

- H2.4 – Coerência e adesão a normas





# Heurísticas de Nielsen

- H2.5 – Evitar erros

The image shows a user interface for scheduling a campaign. It features two side-by-side calendar views for July 2014. The left calendar has the 24th highlighted with a green box, and the right calendar has the 30th highlighted with a red box. Below each calendar is a time selection field. The left field shows 'GMT 00 : 00' and the right field shows 'GMT 23 : 59'. At the bottom, a green line separates the start date from the end date. The start date is 'CAMPAIGN START THURSDAY 24 July @ 00:00' and the end date is 'CAMPAIGN END WEDNESDAY 30 July @ 23:59'.

Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
30	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2	3

GMT 00 : 00

CAMPAIGN START  
THURSDAY  
24 July  
@ 00:00

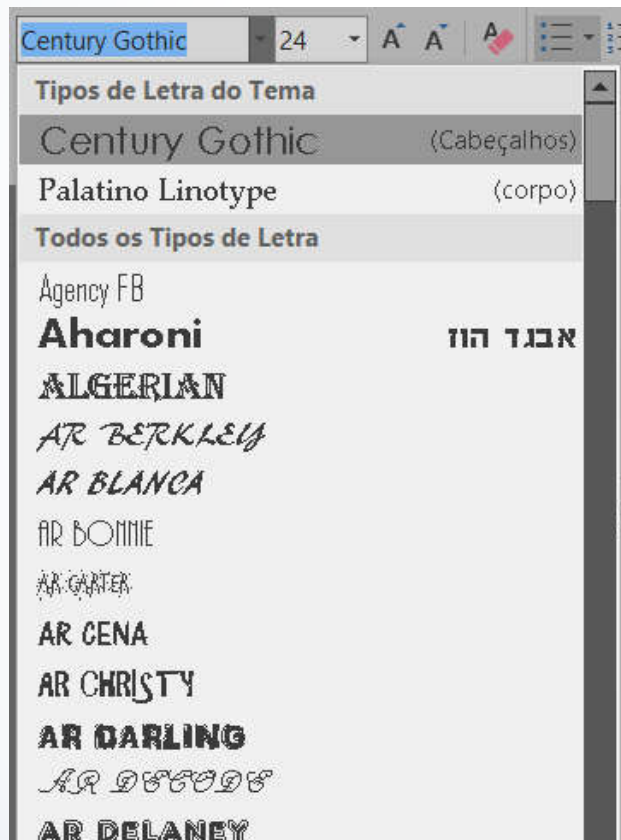
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
30	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2	3

GMT 23 : 59

CAMPAIGN END  
WEDNESDAY  
30 July  
@ 23:59

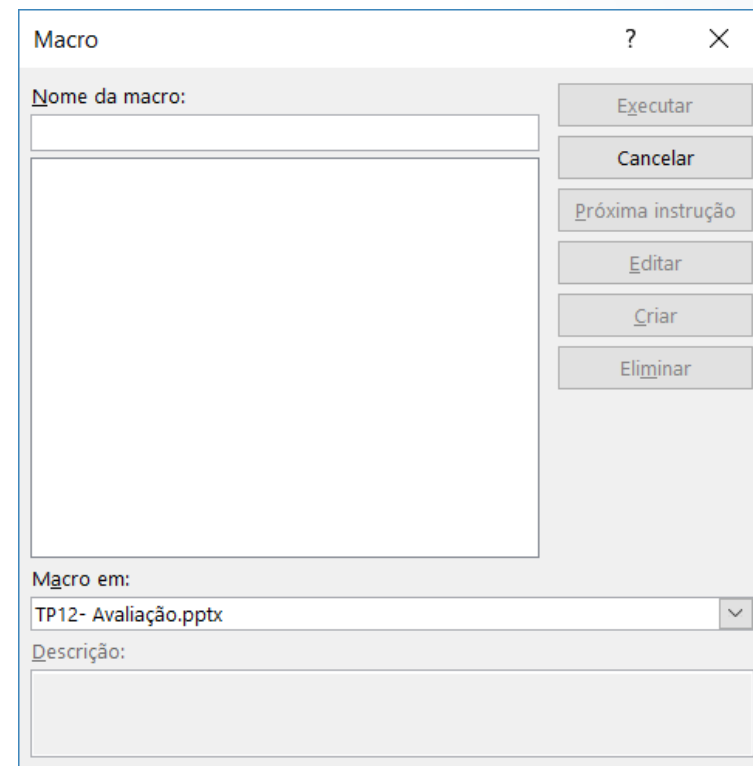
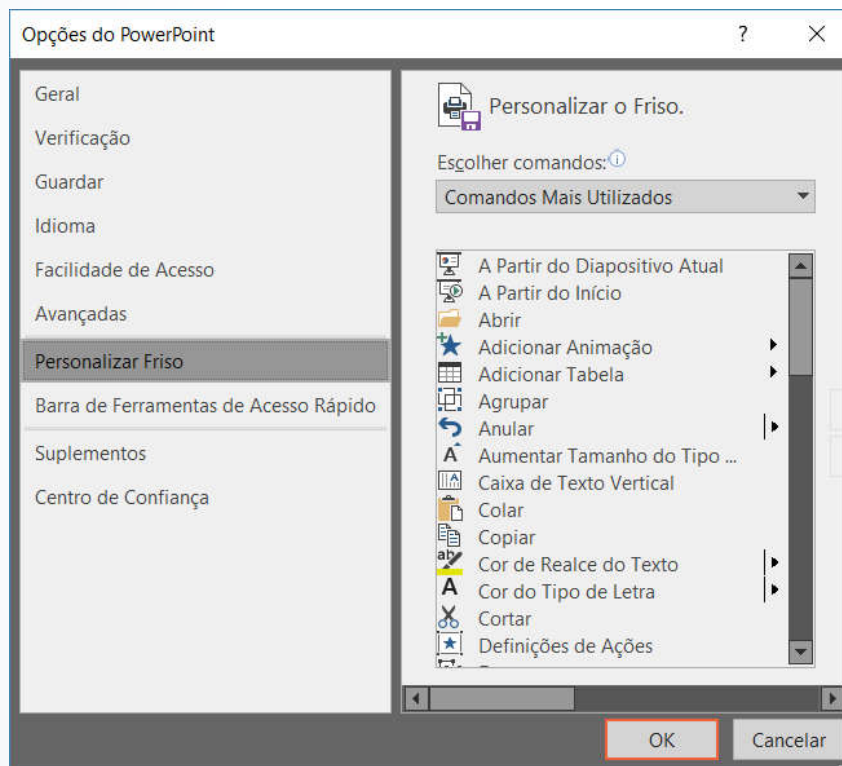
# Heurísticas de Nielsen

- H2.6 – Reconhecimento em vez de lembrança



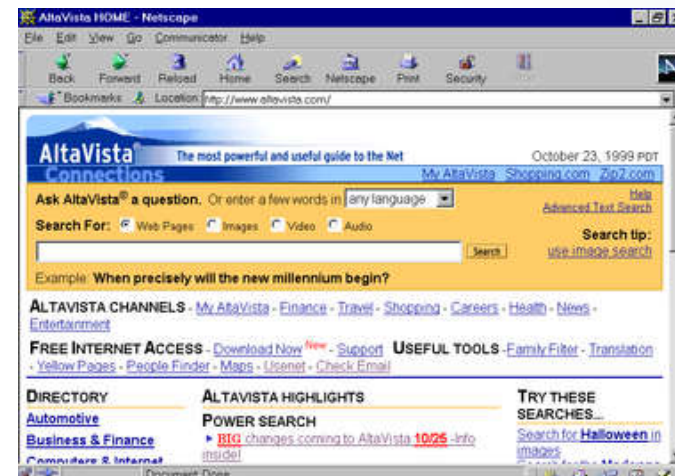
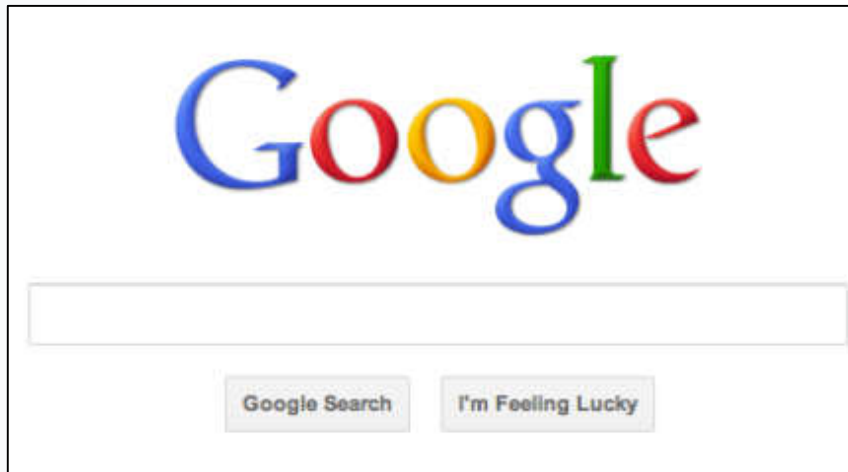
# Heurísticas de Nielsen

- H2.7 – Flexibilidade e eficiência



# Heurísticas de Nielsen

- H2.8 – Desenho estético e minimalista



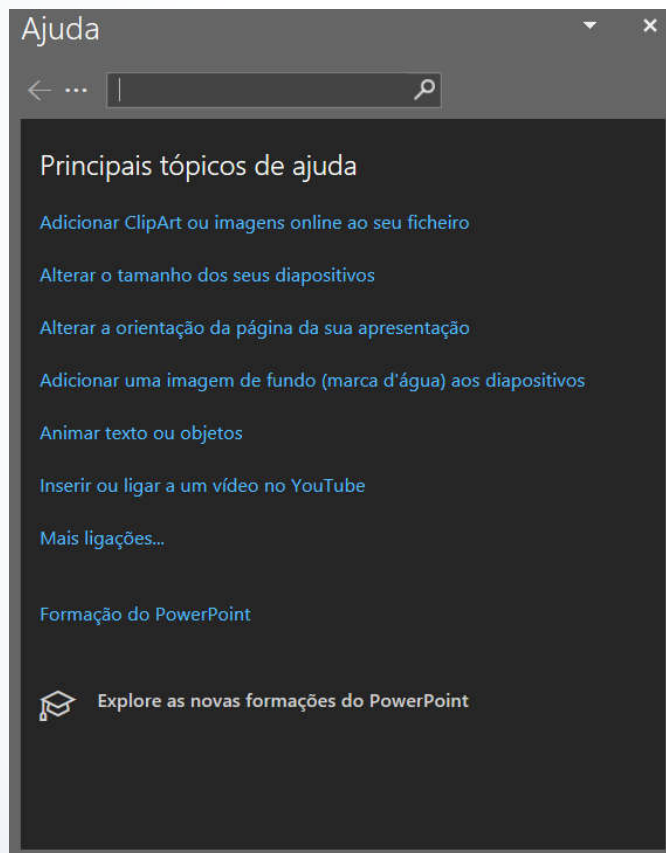
# Heurísticas de Nielsen

- H2.9 – Ajudar o utilizador a reconhecer, diagnosticar e recuperar de erros

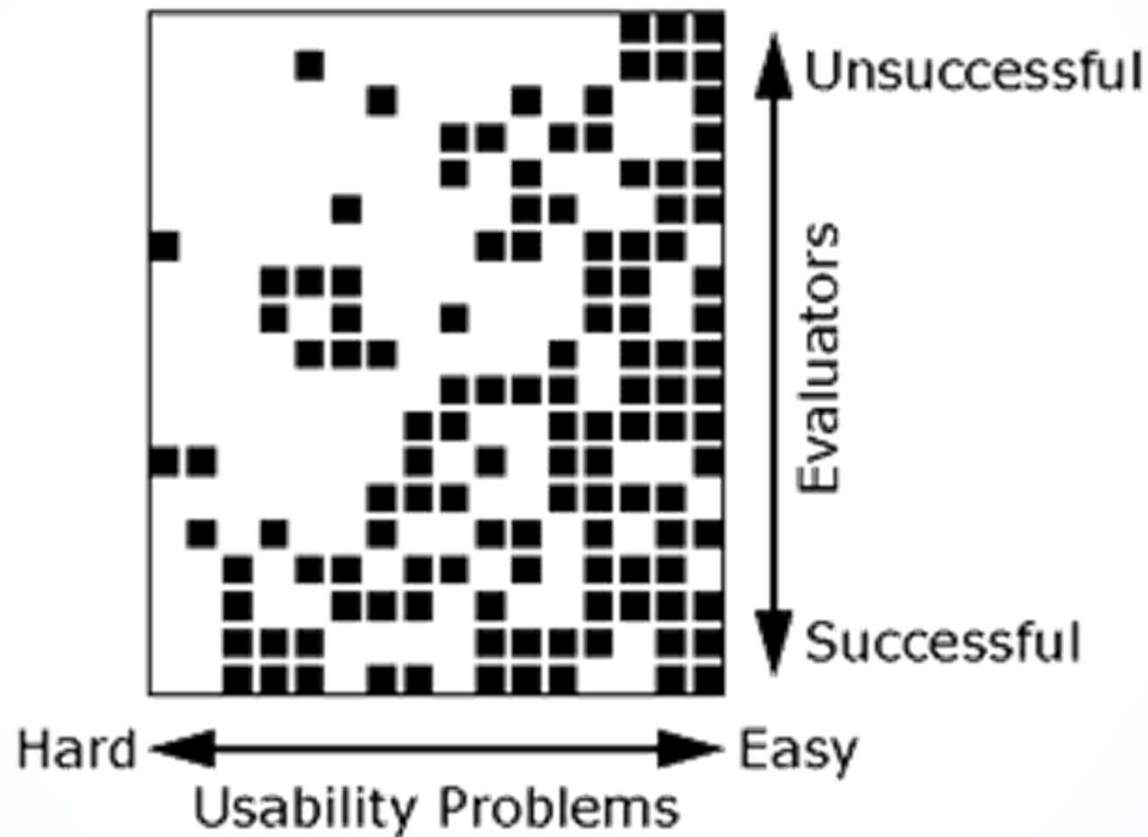


# Heurísticas de Nielsen

- H2.10 – Dar ajuda e documentação

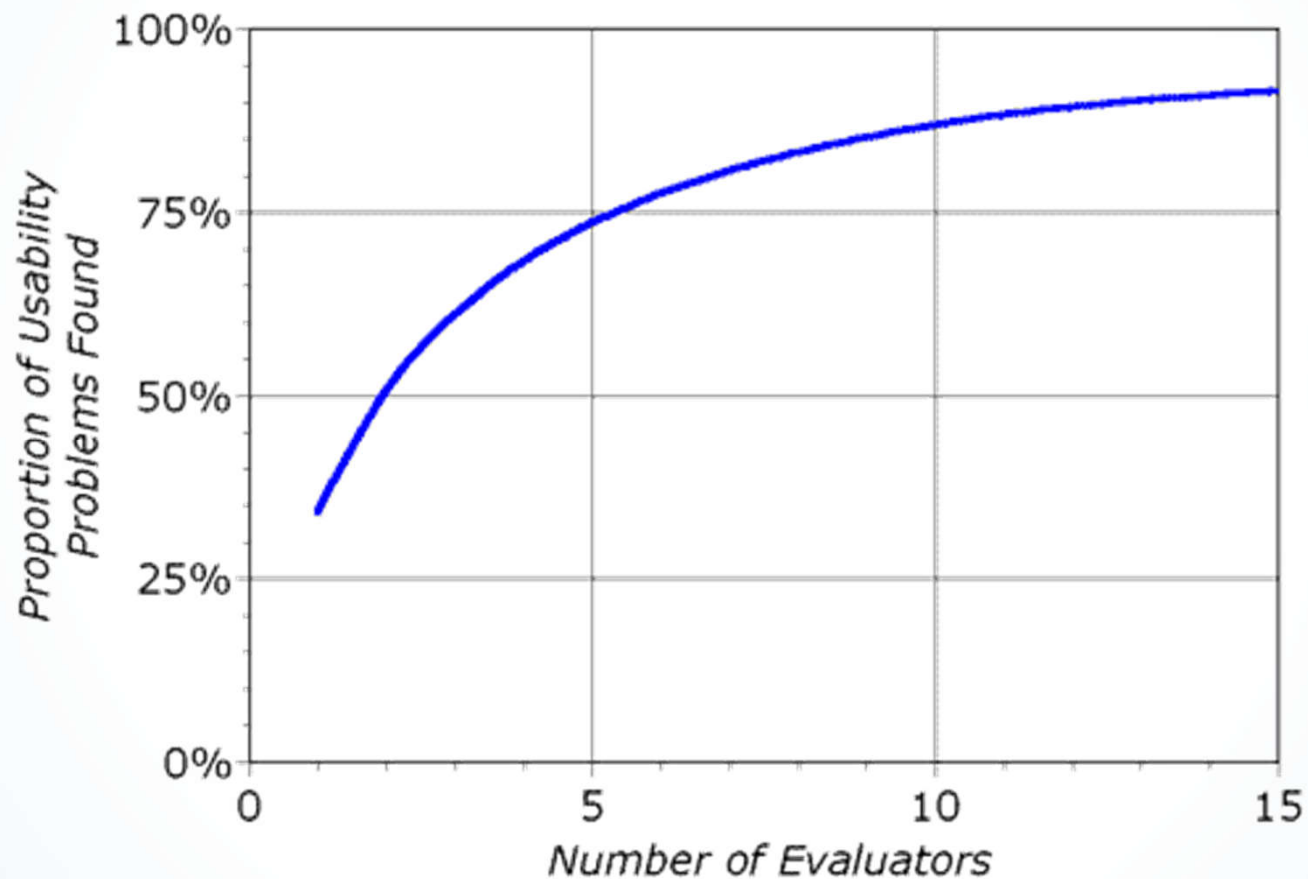


# Avaliadores



<https://www.nngroup.com/articles/how-to-conduct-a-heuristic-evaluation/>

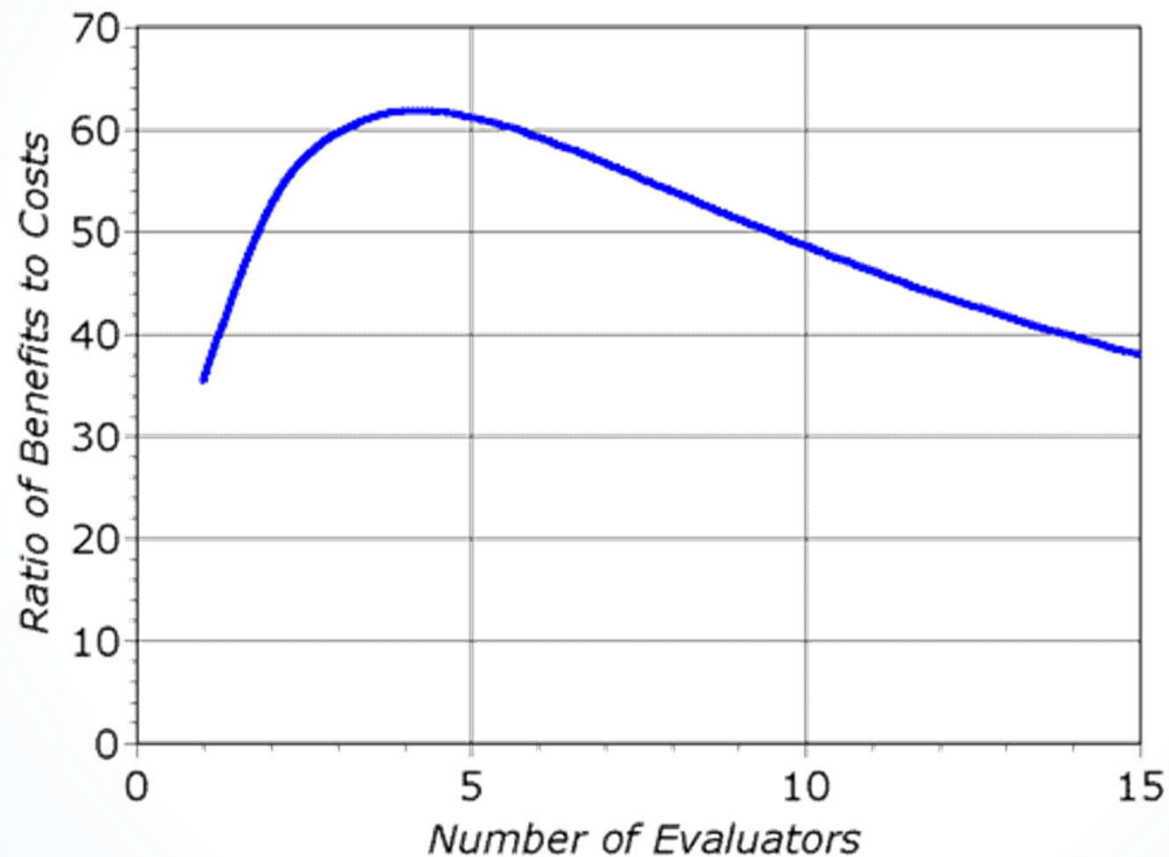
# Avaliadores



<https://www.nngroup.com/articles/how-to-conduct-a-heuristic-evaluation/>



# Avaliadores



<https://www.nngroup.com/articles/how-to-conduct-a-heuristic-evaluation/>