

INSTITUTO FEDERAL
Sertão Pernambucano
Campus Salgueiro

Como coletar dados dos usuários?

Prof. Heraldo Gonçalves Lima Junior

IHC - 5º Período de Sistemas para Internet

A high-angle, warm-toned photograph of a collaborative workspace. Several people's hands and arms are visible, interacting with various devices. One person is pointing at a laptop screen, another is holding a pen over a laptop, and a third is holding a tablet. A document with a bar chart is spread out on the wooden table. The scene is brightly lit, creating a professional and productive atmosphere.

1.


Introdução

1. Introdução

- ⊙ Dentre as técnicas utilizadas frequentemente para coletar dados e levantar os requisitos dos usuários, destacamos:
 - Entrevistas;
 - Grupos de foco;
 - Questionários;
 - Brainstorming de necessidades e desejos dos usuários;
 - Classificação de cartões (card sorting);

1. Introdução

- Estudos de campo;
- Investigação contextual..



2.

Entrevistas

2. Entrevistas

- ⦿ A entrevista é uma das técnicas mais utilizadas de coleta de dados e levantamento de requisitos. Trata-se de **uma conversa guiada por um roteiro de perguntas ou tópicos, na qual um entrevistador busca obter informação de um entrevistado.**



2. Entrevistas

- ⦿ Numa entrevista, as perguntas podem ser abertas ou fechadas;
 - **Perguntas abertas**
 - ⦿ Coleta de dados qualitativos e estudos em profundidade;
 - ⦿ Não há qualquer restrição sobre o tipo ou tamanho de resposta que o entrevistado poderá fornecer;
 - ⦿ Útil quando temos pouco ou nenhum entendimento sobre a situação;

2. Entrevistas

- ⊙ Numa entrevista, as perguntas podem ser abertas ou fechadas;
 - **Perguntas abertas**
 - Exemplo: **“O que você acha do mecanismo de busca do Web site CompreMais?”**

2. Entrevistas

⊙ Numa entrevista, as perguntas podem ser abertas ou fechadas;

○ Perguntas fechadas

- ⊙ Coleta de dados quantitativos ou quantificáveis;
- ⊙ Apresentam um conjunto predefinido de respostas dentre as quais o entrevistado deve selecionar;
- ⊙ Requerem que o entrevistado conheça as respostas prováveis;

2. Entrevistas

⊙ Numa entrevista, as perguntas podem ser abertas ou fechadas;

○ **Perguntas fechadas**

- ⊙ Exemplo: **“Num Web site de comércio eletrônico, você prefere navegar pelas seções dos produtos ou fazer diretamente uma busca pelo produto desejado?”**
restringe o espaço de resposta do usuário às duas opções oferecidas.

2. Entrevistas

⦿ Entrevistas Estruturadas:

o entrevistador se mantém fiel a um roteiro, fazendo as perguntas previamente definidas na ordem especificada.



2. Entrevistas

⦿ **Entrevistas Não Estruturadas:**

o entrevistador realiza perguntas de modo bastante flexível, usando perguntas abertas e se aprofundando mais em alguns tópicos.



2. Entrevistas

⦿ Entrevistas Semi-Estruturadas:

Faz uso de roteiro, mas, O entrevistador tem liberdade para explorar em maior profundidade as respostas fornecidas pelo entrevistado e até mesmo modificar a ordem dos tópicos abordados, mas deve manter o foco nos objetivos da entrevista.



2. Entrevistas

🕒 O Roteiro:

O roteiro de entrevistas pode conter perguntas completas ou apenas os tópicos que devem ser abordados durante a entrevista.



2. Entrevistas

Exemplo 5.2 – Roteiro (parcial) de entrevista para um professor universitário.

- 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
- Comentários adicionais

2. Entrevistas

⦿ O Entrevistador:

O entrevistador deve evitar influenciar as respostas dos entrevistados com a formulação das perguntas, expressões faciais, gestos ou entonação de voz.



2. Entrevistas

⊙ Cuidados:

- Como a entrevista se assemelha a uma conversa, devemos evitar perguntas muito longas ou complexas, que sobrecarreguem a memória do entrevistado e prejudiquem sua resposta.
- Devemos evitar utilizar termos técnicos com os quais os entrevistados não tenham familiaridade.

2. Entrevistas

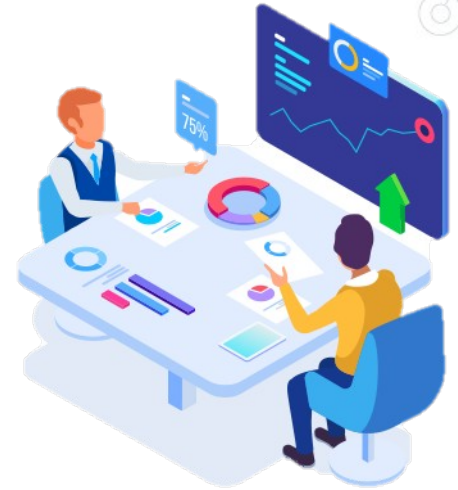
⊙ Cuidados:

- As entrevistas são muito flexíveis e podem ser utilizadas de forma independente ou em conjunto com alguma outra atividade de coleta de dados e levantamento de requisitos. Como ocorre em toda triangulação de dados, algumas informações fornecidas em uma entrevista podem ser contestadas por dados coletados utilizando outras técnicas.

2. Entrevistas

🎯 Resultados:

- O resultado de um conjunto de entrevistas é uma integração de perspectivas de múltiplos usuários, com base nos comentários recorrentes dos entrevistados. A análise das entrevistas pode ser feita **interparticipante** e **intraparticipante**.



2. Entrevistas

⊙ Resultados:

- **Análise interparticipante:** Para cada pergunta (ou item do roteiro) individual, todas as respostas de todos os entrevistados são analisadas sistemática e rigorosamente. Essa análise revela as tendências centrais das respostas.

2. Entrevistas

⊙ Resultados:

- **Análise intraparticipante:** para cada entrevistado individual, todas as suas respostas (para todas as perguntas) são analisadas, buscando identificar possíveis conflitos de opiniões, inconsistências entre respostas, sentimentos contraditórios etc.

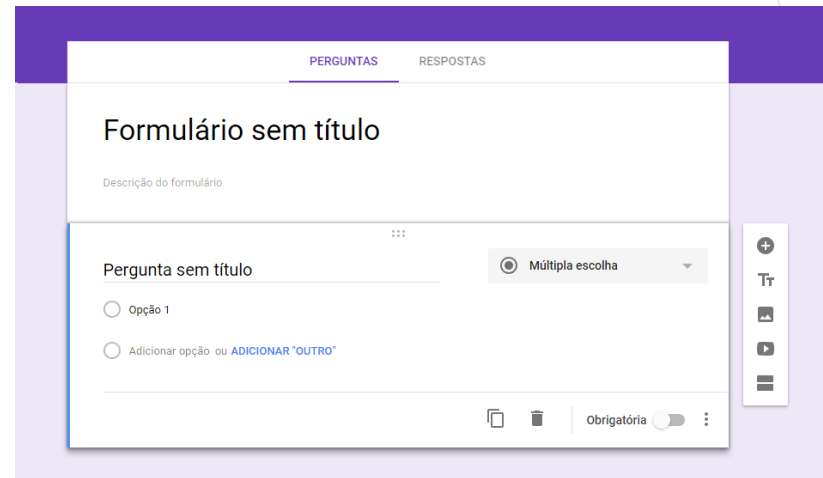


3.

Questionários

3. Questionários

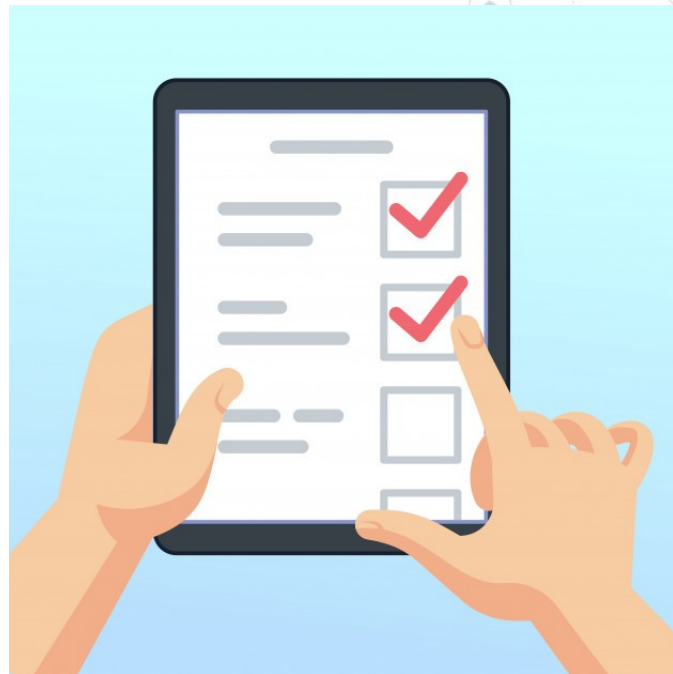
- Um questionário é um formulário **impresso ou on-line** com perguntas que os usuários e demais participantes devem responder, a fim de fornecer os dados necessários em uma pesquisa, análise ou avaliação.



The image shows a digital questionnaire interface. At the top, there are two tabs: "PERGUNTAS" (selected) and "RESPOSTAS". Below the tabs, the title "Formulário sem título" is displayed. Underneath the title is a placeholder text "Descrição do formulário". The main content area contains a question titled "Pergunta sem título" with a three-dot menu icon to its right. The question type is set to "Múltipla escolha" (Multiple choice). There is one option visible: "Opção 1". Below the options, there is a link that says "Adicionar opção ou ADICIONAR 'OUTRO'". At the bottom right of the question area, there are icons for a document, a trash can, and a toggle switch labeled "Obrigatória" (Mandatory), which is currently turned off. On the far right, there is a vertical toolbar with icons for adding a new question, text, image, video, and a list view.

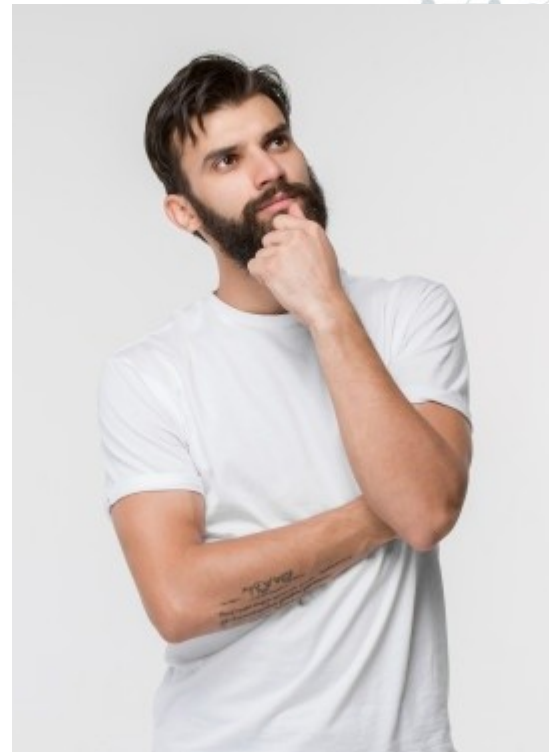
3. Questionários

- ⦿ Assim como entrevistas, questionários podem conter perguntas abertas e fechadas, mas **costumam privilegiar as perguntas fechadas**, de preenchimento rápido e de fácil análise.



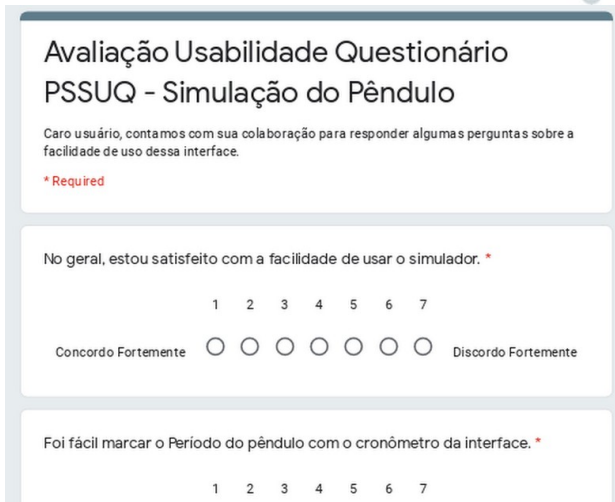
3. Questionários

- ⦿ A formulação da pergunta (e das respostas) deve ser ainda mais **cuidadosa** do que no caso de entrevistas, evitando ambiguidades e mal-entendidos.



3. Questionários

- Um questionário deve conter instruções claras sobre como responder cada pergunta, indicando explicitamente se uma pergunta admite uma única resposta ou múltiplas respostas e utilizando símbolos informativos de forma consistente.



Avaliação Usabilidade Questionário
PSSUQ - Simulação do Pêndulo

Caro usuário, contamos com sua colaboração para responder algumas perguntas sobre a facilidade de uso dessa interface.

* Required

No geral, estou satisfeito com a facilidade de usar o simulador. *

1 2 3 4 5 6 7

Concordo Fortemente ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Discordo Fortemente

Foi fácil marcar o Período do pêndulo com o cronômetro da interface. *

1 2 3 4 5 6 7

3. Questionários

- ⦿ Muitas vezes **os questionários são utilizados em conjunto com entrevistas**. Após entrevistas exploratórias, questionários podem ser utilizados para corroborar os resultados das entrevistas.
- ⦿ Como não há oportunidade de discutir sobre o questionário ou tirar dúvidas no momento de respondê-lo, **as perguntas fechadas geralmente incluem respostas neutras ou alternativas, como “não sei”, “não quero responder” ou “outros”**.

3. Questionários

- ⦿ Em alguns casos, para aumentar o número de questionários respondidos, adotamos uma estratégia de **sortear brindes dentre os respondentes**. No entanto, essa estratégia **pode falsear os dados coletados**, fornecidos por pessoas interessadas mais nos brindes do que em contribuir para a pesquisa.



3. Questionários

⦿ Um questionário típico inicia com a seguinte estrutura:

- **Informações demográficas básicas:** sexo, idade etc.
- **Detalhes relevantes sobre sua experiência:** há quanto tempo utiliza computadores e nível de experiência com o domínio em questão.

3. Questionários

- ⦿ **Perguntas gerais costumam preceder perguntas específicas;**
- ⦿ A **ordem das perguntas** deve ser cuidadosamente projetada, pois a resposta a uma pergunta pode ser influenciada por uma das perguntas anteriores;
- ⦿ **A perguntas podem ser agrupadas em tópicos** relacionados, formando uma estrutura lógica e de preenchimento mais fácil

3. Questionários

- ⦿ **Existem perguntas cujas respostas são previsíveis**, como, por exemplo, sexo (feminino ou masculino). Nesses casos, podemos oferecer um conjunto de respostas de múltipla escolha, como no exemplo a seguir:

Sexo: ☐ masculino ☐ feminino ☐ prefiro não informar

3. Questionários

- ⦿ Em alguns casos, o usuário pode **escolher mais do que uma resposta**. Esses casos devem ser bem marcados, para diferenciar das perguntas de uma única resposta.

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

☐ e-mail

☐ pesquisas gerais

☐ leitura de notícias

☐ compra de produtos

☐ transações bancárias

☐ contrato de serviços

☐ participação em redes sociais

☐ outros

3. Questionários

- ⦿ Algumas perguntas se referem a valores específicos, como idade ou renda mensal. Como alguns respondentes não se sentem à vontade em fornecer esses valores exatos, e como a análise desses dados costuma ser feita de forma agregada, é comum oferecermos **faixas de valores** como opções de resposta.

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

3. Questionários

- ⦿ Escalas facilitam a comparação das respostas dos usuários.
- ⦿ **Escala Likert:** comumente utilizada para medir opiniões, atitudes, crenças e, no caso de IHC, satisfação dos usuários com um produto ou ideia de design.

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

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

3. Questionários

- ⦿ **Escala de diferenciais semânticos:** explora atitudes bipolares sobre um item particular.

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

3. Questionários

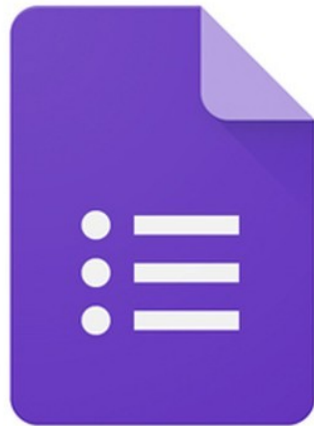
- ⦿ **Perguntas abertas** são utilizadas para obter informações livres e possivelmente mais detalhadas sobre alguns pontos. É importante fornecer espaço suficiente para o usuário se expressar.

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

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

3. Questionários

- ⦿ Para coletar dados dos usuários através de questionários, atualmente é possível utilizar formulários on-line. Existem diversos serviços gratuitos ou pagos.



Google Forms

A high-angle, warm-toned photograph of a meeting around a wooden table. Several people's hands and arms are visible, interacting with laptops, tablets, and documents. One person is pointing at a laptop screen, another is using a tablet, and a third is pointing at a document with a bar chart. The scene is brightly lit, creating a professional and collaborative atmosphere.

4.

Grupos de Foco

4. Grupos de Foco

- ⦿ Em um 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.



4. Grupos de Foco

- ⊙ Grupos de foco permitem coletar informações sobre um público-alvo sobre quem tenhamos pouca informação. Podem ser realizados para:
 - Gerar ideias;
 - Obter opiniões de pessoas sobre tópicos, conceitos ou demonstrações;
 - Obter respostas a uma série de questões;

4. Grupos de Foco

- Identificar conflitos relacionados a terminologias;
- identificar expectativas de diferentes grupos de pessoas;
- Descobrir problemas, desafios, frustrações, atitudes, preferências e aversões que surgem apenas num contexto social e por isso podem ser ignoradas por outras técnicas

4. Grupos de Foco

- ⦿ Os grupos de foco têm como vantagem permitir obter, em pouco tempo, **múltiplos pontos de vista** de um grupo de pessoas.



4. Grupos de Foco

- ⦿ **O papel do moderador** de um grupo de foco é muito importante **para assegurar que pessoas mais quietas ou tímidas participem** e evitar que as extrovertidas e agressivas dominem a discussão.



4. Grupos de Foco

- ⊙ Algumas questões típicas exploradas em grupo de foco são:
 - 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 (e.g., terminologia, procedimentos normatizados);
 - preferências e aversões dos usuários;

4. Grupos de Foco

- resultados desejados ou objetivos dos usuários;
- reações, opiniões ou atitudes dos usuários sobre um determinado produto ou conceito;
- resultados desejados para novos produtos ou funcionalidades.



5.

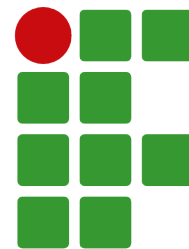
Brainstorming de Necessidades e Desejos dos Usuários

4. Grupos de Foco

- resultados desejados ou objetivos dos usuários;
- reações, opiniões ou atitudes dos usuários sobre um determinado produto ou conceito;
- resultados desejados para novos produtos ou funcionalidades.

Obrigado!

Perguntas?



**INSTITUTO
FEDERAL**

Sertão Pernambucano

Campus
Salgueiro