

Histórias de Usuário

Fonte: Scrum - Gestão ágil para projetos de sucesso.
- Rafael Sabbagh

O que é uma História de Usuário?

- História de Usuário ou User Story é uma descrição concisa de uma **necessidade do usuário** do produto (ou seja, de um “**requisito**”) sob o ponto de vista desse usuário. A User Story busca descrever essa necessidade de uma forma simples e leve.
- No Scrum, uma User Story representa um e apenas um item do Product Backlog
 - IMPORTANTE: User Stories não fazem parte do Scrum e, assim, seu uso é opcional

O que é uma História de Usuário?

- É uma promessa de uma conversa, um lembrete de que mais detalhes serão necessários
 - Não deve ser considerada suficiente para a realização do trabalho
- Detalhes de negócios podem ser documentados de diferentes formas e anexados a User Story
 - Critérios e Testes de Aceitação da User Story
 - Outras formas de documentação

O que é uma História de Usuário?

- Exemplo de História de Usuário, representando uma necessidade do usuário

	<p><i>Eu, enquanto Comprador de Livros, quero encontrar um livro de que sei o título para poder comprá-lo</i></p>

Product Backlog

- Lista de tudo o que se acredita que será desenvolvido pelo Time de Desenvolvimento no decorrer do projeto.
 - Em constante atualização/refinamento, ordenada de acordo com a importância para os clientes do projeto e possui apenas o nível de detalhes que é possível de se ter
- Contém as **necessidades** ou **objetivos de negócios** dos clientes do projeto e demais partes interessadas e pode também conter melhorias a serem realizadas no produto, correções de problemas, questões técnicas, pesquisas que forem necessárias etc.
 - Lista de **histórias de usuário**
 - Exceção: questões técnicas (refatoração de código ou população de um banco de dados, por exemplo), de pesquisa ou de correção de problemas dificilmente podem ser descritas sob a perspectiva do usuário
 - Sempre que possível, embutir como parte das User Stories para as quais são necessárias

<input type="checkbox"/> Lorem ipsum dolor sit amet consectetur	3
<input type="checkbox"/> Adipiscing elit duis molestie nibh quis ultricies	5
<input type="checkbox"/> Adipiscing sem odio eleifend lectus ut luctus	2

<input type="checkbox"/> Augue sapien mattis	Lorem ipsum dolor sit amet consectetur	3
<input type="checkbox"/> Mollis elementum aliquam	Adipiscing elit duis molestie nibh quis ultricies	5
<input type="checkbox"/> Erat vestibulum con	Adipiscing sem odio eleifend lectus ut luctus	2
<input type="checkbox"/> Eleifend id pretium t		

<input type="checkbox"/> Eieifend id pretium t	Augue sapien mattis ante proin massa est
<input type="checkbox"/> laculis lacinia neque	Mollis elementum aliquet eget fringilla temp
<input type="checkbox"/> Quam imperdiet a pr	Erat vestibulum consequat purus in ante
<input type="checkbox"/> Fringilla varius ante r	Eleifend id pretium tellus sagittis vestibulum
<input type="checkbox"/> Euismod tempor erat	laculis lacinia neque condimentum semper
<input type="checkbox"/> A lectus arcu non fe	Quam imperdiet a proin pulvinar odio eu
	Fringilla varius ante nunc faucibus odio
	Euismod tempor erat purus at purus aliquam
	A lectus arcu non feugiat ipsum cras dapibus

PRODUCT BACKLOG

A 4x3 grid of 12 empty rectangular boxes, each with a thin black border, intended for drawing.

Mais importantes



Próximo Sprint

Esta Release

Próximas Releases

Menos importantes



(I)



(II)



(III)

Como é a User Story?

- A User Story possui três aspectos críticos, chamados de “os três C’s”: o Cartão, as Conversas e a Confirmação (Cohn, 2004)

Cartão da User Story

- Descrição da necessidade do usuário, ou seja, a própria User Story
- Concisa, suficiente para apenas identificar qual é e de que se trata essa necessidade
 - O nome “Cartão” é dado porque frequentemente as User Stories são escritas em cartões de índice ou fichas
- Os padrões mais utilizados para se escrever o Cartão da User Story estabelece três parâmetros da necessidade do usuário: “QUEM”, “O QUÊ” e “POR QUÊ”

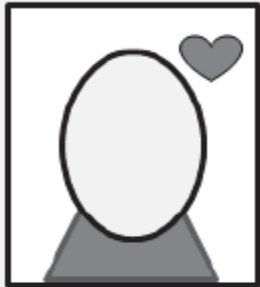
Cartão da User Story

- “QUEM” define quem é o usuário que tem a necessidade
 - Pode ser representado por um tipo de usuário do produto (como “Comprador de Livros” ou “Administrador do Sistema”, por exemplo), por uma **persona** ou até mesmo por um usuário específico
- “QUEM” ajuda a criar no leitor da User Story uma imagem mental desse usuário
 - User Stories que começam “Eu, enquanto um usuário...” ou “Eu, enquanto um cliente...”, portanto, não atingem esse objetivo e devem ser evitadas

Personas

- Uma persona é um **usuário imaginário** que **representa um grupo distinto de usuários do produto**, que tem necessidades e comportamentos específicos
- Possui um nome, que pode ser inventado ou ser emprestado de alguma personalidade conhecida, e uma descrição
 - Pode possuir uma foto

Personas



Sara Sensível

Quem

Idade: 28 anos

Gênero: Feminino

Educação: Bibliotecária

Contexto

Procura pelo príncipe encantado. Todas as amigas estão casadas e ela quer estabilidade.

O quê

Quer um bom par, que tenha os mesmos interesses.

Motivação

Quer já estar casada quando chegar aos 30.

Características

Tímida

Sabe o que quer

Exemplo de User Story para essa persona: “Para encontrar alguém com interesses parecidos com os meus, enquanto Sara Sensível, eu quero comparar os interesses de diferentes candidatos”.

Cartão da User Story

- “O QUÊ” define qual é a necessidade do usuário. Tradicionalmente, os **requisitos do produto** são representados apenas por essa parte.
- “PORQUÊ” define qual o **benefício** do usuário ao ter a funcionalidade desenvolvida para atender a essa necessidade. Em outras palavras, qual o **valor direto** obtido pelo usuário.
 - Objetivo de negócio

Ponto de vista do usuário

- O ponto de vista do usuário é o de quem tem **um problema** e não uma solução?
- Exemplo 1: “Eu, enquanto Comprador de Livros, quero buscar livros por nome para escolher o que vou comprar.”
 - Forma mais comum e aceitável. No entanto, buscar livros por nome é uma solução.
- Exemplo 2: “Eu, enquanto Comprador de Livros, quero encontrar um livro cujo nome sei para escolher comprá-lo.”
 - Uma das soluções para o problema do usuário é buscar livros por nome. Outra seria mostrar simplesmente uma lista de todos os livros para que ele possa encontrar o que precisa. Não que uma lista seja melhor que uma busca, mas essa alternativa poderia, por exemplo, ser mais adequada para uma versão inicial do sistema devido a seu custo mais baixo.
- Expressar a User Story a partir do problema e não de uma solução particular abre espaço para discussões sobre as possíveis soluções para o mesmo problema, → soluções mais adequadas podem ser encontradas

Formatos de escrita

- Formato largamente utilizado

	<p><i>Eu, enquanto <QUEM>, quero <O QUÊ> para <POR QUÊ></i></p>

Formatos de escrita

- Ênfase no benefício do usuário

	<p><i>Para <POR QUÊ>, enquanto <QUEM>, eu quero <O QUÊ></i></p>

Formatos de escrita

- Outra forma simples de se escrever a User Story é: “Um <QUEM> pode <O QUÊ> para <POR QUÊ>”.
- Por exemplo, se imaginarmos como produto um aplicativo móvel para viagens, uma de suas User Stories poderia ser: “Um Viajante de Turismo quer mostrar sua viagem para seus amigos para lhes causar inveja”.

Formatos de escrita

- Formatos propostos propõem reflexão para estabelecer quem é o usuário da funcionalidade a ser desenvolvida e qual o benefício que esse usuário obtém → alinhamento com Visão do Produto
 - Ajuda o Time de Desenvolvimento a manter seu foco no usuário e em qual benefício é esperado que ele obtenha

Conversas

- São conversas sobre a User Story, por onde a solução de negócios e os detalhes dessa solução são discutidos, negociados, definidos e então documentados na forma de Critérios e Testes de Aceitação
- Geram compreensão compartilhada sobre o que é necessário para que a funcionalidade gere valor de negócio e retorno ao investimento.
 - São imprescindíveis para o trabalho do Time de Desenvolvimento, uma vez que o Cartão não possui detalhes que permitam que o item seja desenvolvido
- Reuniões de “análise do sistema”
 - Podem ocorrer em qualquer momento, mas são geralmente parte das sessões de Refinamento do Product Backlog

Conversas

- Exemplo: “Um Viajante de Turismo quer mostrar sua viagem para seus amigos para lhes causar inveja”
 - O Time de Desenvolvimento e Product Owner, por meio de conversas, podem concluir que permitir o compartilhamento de fotos e vídeos na rede social do momento diretamente do aplicativo é a solução de negócios desejada

Confirmação

- São critérios (**Critérios de Aceitação**) e testes (**Testes de Aceitação**) deles derivados que documentamos detalhes da User Story, definindo seus limites
 - Regras que estabelecem como a funcionalidade deve se comportar uma vez implementada

Critérios de aceitação

- São expressos por enunciados pequenos e de fácil entendimento.
- São utilizados para determinar quando a funcionalidade produzida pelo Time de Desenvolvimento está completa e, assim, nada mais deve ser adicionado a ela
- Ajudam o Product Owner a determinar para o Time de Desenvolvimento o que ele precisa para que essa funcionalidade propicie valor. A partir desses critérios, o Time de Desenvolvimento gera os Testes de Aceitação
- São negociados e definidos antes do desenvolvimento da funcionalidade, geralmente em sessões de Refinamento do Product Backlog

Critérios de aceitação

- Exemplo: “Eu, enquanto Comprador de Livros, quero utilizar meu cartão de crédito no pagamento dos livros escolhidos, para ter praticidade e segurança no pagamento.”
 - Critério 1 : somente podemos aceitar cartões de crédito com bandeiras com que temos convênio.
 - Critério 2: somente podemos aceitar cartões de crédito com data de expiração no futuro.

Testes de aceitação

- São criados a partir de aplicações de exemplos aos Critérios de Aceitação, onde se verificam se dadas **entradas** estão produzindo os **resultados esperados**.
 - Servem para verificar se a funcionalidade está se comportando conforme esperado, sob um ponto de vista de negócios

Testes de aceitação

- Critério 1: somente podemos aceitar cartões de crédito com bandeiras com que temos convênio.
- Testes de aceitação:
 - Comprador de Livros utiliza cartão de crédito Visa
 - Aceitou = correto.
 - Recusou = errado, deve ser corrigido!
 - Comprador de Livros utiliza cartão de crédito MasterCard
 - Aceitou = correto.
 - Recusou = errado, deve ser corrigido!
 - Comprador de Livros utiliza cartão de crédito Amex
 - Recusou = correto.
 - Aceitou = errado, deve ser corrigido!

Testes de aceitação

- Critério 2: somente podemos aceitar cartões de crédito com data de expiração no futuro.
- Testes de aceitação:
 - Comprador de Livros utiliza cartão de crédito com expiração em 01/01/2020
 - Aceitou = correto.
 - Recusou = errado, deve ser corrigido!
 - Comprador de Livros utilizou cartão de crédito com expiração em 01/01/2000
 - Recusou = correto.
 - Aceitou = errado, deve ser corrigido!

Testes de aceitação

- Nos exemplos, pode-se ver claramente que as bandeiras de cartão aceitas são Visa e MasterCard, enquanto que Amex não
- Os Critérios e Testes de Aceitação cobrem cada aspecto de negócios da User Story e, assim, geralmente são suficientes para documentá-las

Criando boas User Stories

- Bill Wake, autor do livro “Extreme Programming Explored”, descreveu em seu blog quais seriam as características de boas User Stories. Ele formou o acrônimo INVEST (“investir”, em inglês) com a primeira letra de cada uma dessas características, afirmando que devemos “investir em boas User Stories” (Wake, 2003)

INVEST

- Independente
 - User Stories devem ser o mais desacopladas possível umas das outras, ou seja, User Stories com grande número de dependências em outras User Stories devem ser evitadas.
 - Visa ser viável alterar livremente a ordem que serão desenvolvidas e, ao fazê-lo, não ser necessário alterar suas estimativas
 - Deve ser possível entender uma User Story sem ser necessário ler quaisquer outras
- Negociável e Negociada
 - Seus detalhes serão discutidos, negociados e definidos entre as pessoas de negócios (com o Product Owner, entre elas) e o Time de Desenvolvimento
 - São as “Conversas”

INVEST

- Valiosa
 - Devem representar valor de negócio para os clientes do projeto
- Estimável
 - O Time de Desenvolvimento deve possuir detalhes suficientes — tanto técnicos quanto de negócios — para estimar o trabalho de se transformar a User Story em parte do produto, de forma que o Product Owner possa ordená-la apropriadamente

INVEST

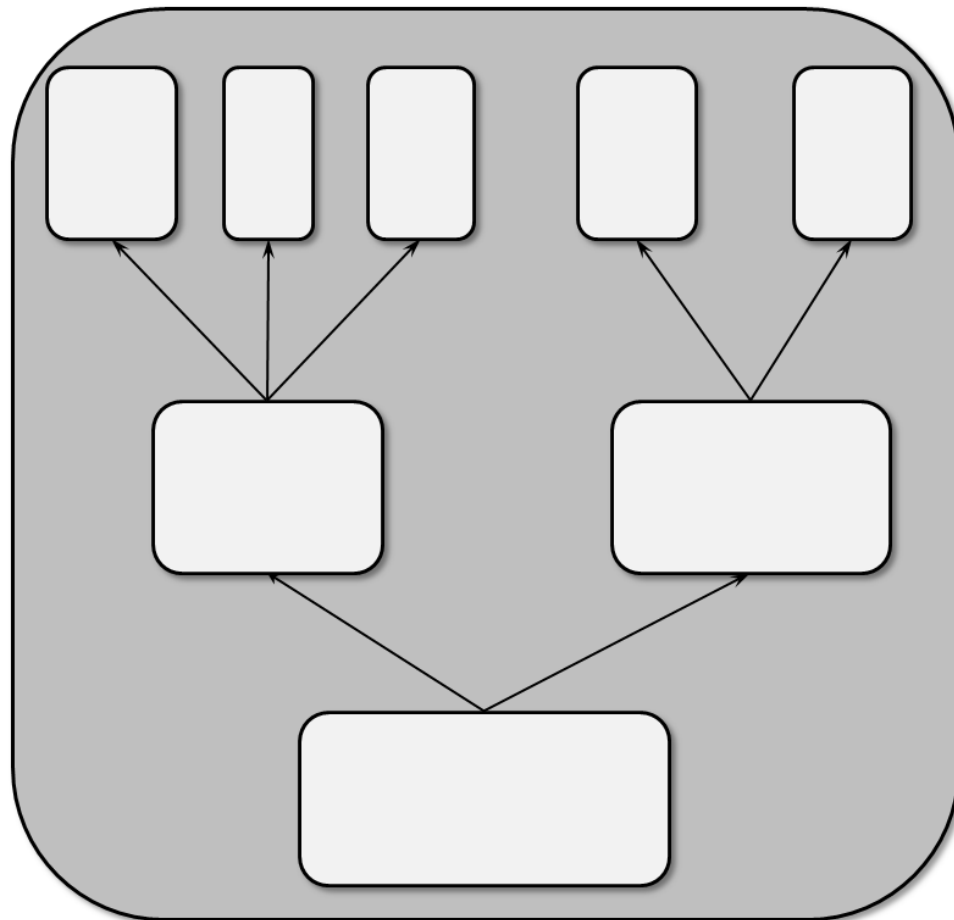
- Pequena (“Small”, em inglês) ou dimensionada apropriadamente
 - Apenas User Stories pequenas e com um bom nível de detalhes podem ser colocadas em desenvolvimento
- Testável
 - Deve ser possível verificar e confirmar que a User Story está pronta, ou seja, que foi transformada em parte do produto e está funcionando conforme esperado.
 - É a “Confirmação”

Épicos

- O Product Backlog é ordenado
 - Itens da parte superior do são pequenos e possuem detalhes suficientes que os permitem serem aceitos no próximo Sprint para desenvolvimento
 - Itens mais abaixo são cada vez maiores e menos detalhados
- Épicos são User Stories que representam itens grandes demais ou sem detalhes suficientes para serem desenvolvidos
 - Essas User Stories somente necessitarão de mais detalhes quando ganharem prioridade
- À medida que ganha prioridade, o épico ou parte dele evolui para User Stories menores

Épicos

- Epicos evoluem para User Stories menores



Temas

- Temas são coleções ou conjuntos de User Stories que estão relacionadas e, assim, podem ser agrupadas.
- Razões para agrupar User Stories em temas:
 - Juntas definem uma meta de negócios específica
 - Pode facilitar o trabalho de ordenação do Product Backlog em planejamentos mais longos, mantendo-se o foco em quais metas são mais importantes de serem atingidas primeiro ao invés de manter-se o foco em itens individuais
 - São provenientes de um mesmo épico
 - Pertencem a um Time de Desenvolvimento em um ambiente com múltiplos times trabalhando a partir de um mesmo Product Backlog
- Cada tema geralmente possui um curto título que o identifica