

INF1403 – Identificação da Necessidade dos Usuários

Professora Clarisse Sieckenius de Souza

03/10/2011

The Process of Interaction Design

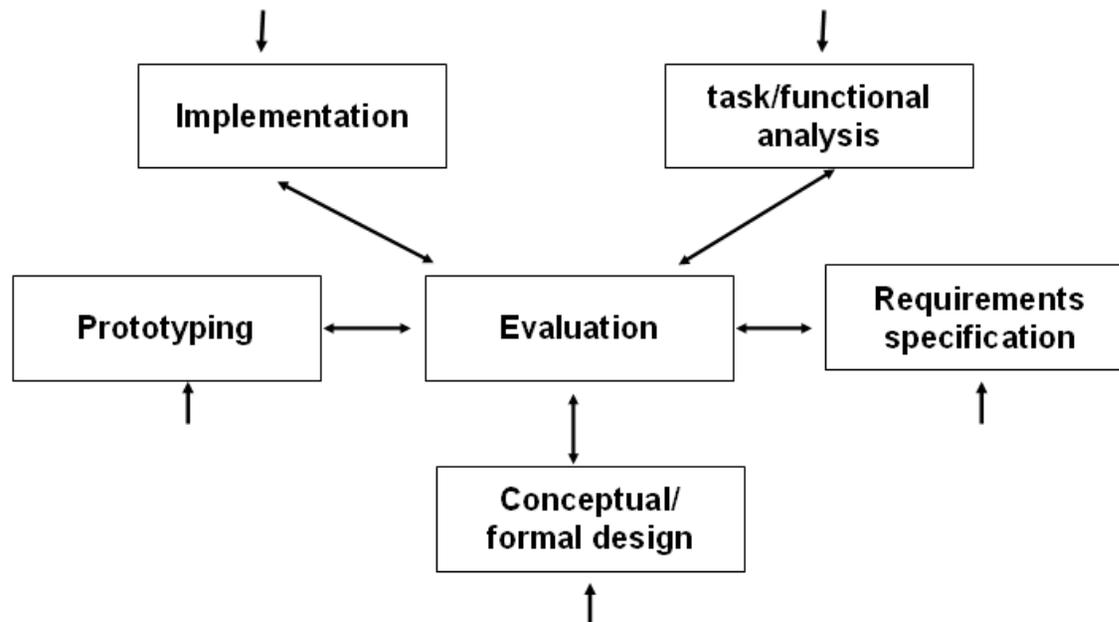


www.id-book.com

Copyright © 2002

PREECE, J.; ROGERS, I.; SHARP, H. (2002) Interaction Design. 1st Edition.
Tradução Brasileira: "Design de Interação" Ed. Bookman, Porto Alegre. 2005

The Star Model (Hartson and Hix, 1989)



www.id-book.com

Copyright © 2002

PREECE, J.; ROGERS, I.; SHARP, H. (2002) Interaction Design. 1st Edition.
Tradução Brasileira: "Design de Interação" Ed. Bookman, Porto Alegre. 2005

Projeto de IHC

- Trabalho de Curso

Tomando por base um **website de uso público, que atende a perfis de usuários bastante diferenciados**, e exercícios de avaliação do design de interação de parte dele, os alunos deverão formar duplas ou triplas para fazer o reprojeto da interação da porção avaliada, **utilizando o CUSTOMIZE YOUR WEB (CYW)**. Este software permite não apenas o apagamento, inserção, alteração, reposicionamento de elementos de uma página, mas também - havendo **suficiente conhecimento de JavaScript e HTML** para tanto - extensiva modificação da navegação no site (ou para fora dele).

Passo ZERO



- O que é um “website de uso público”?
- O que são “perfis bastante diferenciados” de usuários?
 - Discussão em sala de aula

Análise da Situação visada pelo Design

- Passo 1:
 - Quem são as pessoas afetadas?
 - O que desejam ou precisam fazer?
 - Como? Por quê? Onde? Quando?

 - Quem mais está envolvido (tem a ver) com a situação e por quê?



Começando a descobrir: diferenças entre *dito* & *feito*

- O próprio olhar
 - Perguntar para as próprias pessoas
- O olhar do outro
 - Perguntar para quem tem contato ou interação com estas pessoas
 - Observar as pessoas na situação

Perguntar para as próprias pessoas

Como perguntar e o que perguntar

Questões de ética & polidez

- **NUNCA** fazer perguntas que “invadem a privacidade” do entrevistado.
- **NUNCA** colocar o entrevistado em situação constrangedora (ao falar de si ou de terceiros).
- **NUNCA** discutir com o entrevistado, confrontá-lo ou desafiá-lo, mesmo diante de evidências claras de que ele caiu em contradição (explorar a contradição como indicador de que há mais significados a serem explorados).
- **SEMPRE** tratar o entrevistado com a máxima polidez e respeito; lembrar de que ele está fazendo um FAVOR ao entrevistador; não tem qualquer obrigação de colaborar.
- **SEMPRE** interromper ou encerrar a entrevista ao sinal de irritação, impaciência, nervosismo, constrangimento, ou qualquer outro tipo de desconforto evidenciado pelo entrevistado.

Técnicas para colher a “fala” das pessoas

- Entrevistas abertas

- Perguntas que deixam AMPLA margem de resposta para o entrevistado, sem induzir respostas presumidas pelo entrevistador. Veja a diferença entre:

- ✗ “Você acha que o Chrome é melhor do que o Firefox?”
(parte da premissa de que *alguém* acha que o Chrome é melhor)
- ✓ “Como você compara os navegadores Chrome e Firefox?”
(não presume que qualquer um dos dois seja melhor que o outro)

- Questionários fechados

- Perguntas que deixam margem CONTROLADA de variação nas respostas. Veja o exemplo:

Você acha que o Chrome e o Firefox:

- (a) São igualmente bons um quanto o outro
- (b) São igualmente ruins
- (c) São tão bons
- (d) Diferem porque o Chrome é melhor
- (e) Diferem porque o Firefox é melhor

A escala de Lickert

- Métrica para avaliar o posicionamento do respondente em relação a uma afirmação proposta (muito usada em *surveys*, pesquisas de opinião).

- Exemplo

O Chrome e o Firefox são navegadores muito parecidos entre si.

- [1] Concordo totalmente
- [2] Concordo quase totalmente
- [3] Concordo e discordo
- [4] Discordo quase totalmente
- [5] Discordo totalmente

Técnicas para colher a ação das pessoas

- Usadas em estudos *etnográficos*
 - Anotações do observador
 - Fotos e vídeos

Em situações de laboratório (artificiais, controladas)

Em campo (naturais, livres)

O que nos diz o olhar “do outro”

- O que as pessoas “dizem que fazem” não necessariamente coincide com o que podemos observar que elas fazem.
 - Elas podem ter consciência da contradição em alguns casos, mas na maioria das vezes não têm.
 - A contradição é importante! Na realidade, tanto o que elas dizem que fazem, quanto o que realmente fazem, é significativo e deve ser levado em consideração. **Por quê?**

TRIANGULAÇÃO

- Técnica de contraste entre diferentes fontes, perspectivas ou circunstâncias de coleta de dados referentes ao mesmo fenômeno.
 - Apesar do nome evocar o número ‘3’, a *triangulação* não é necessariamente uma relação entre 3 pontos: **o fenômeno** (ou fato); um **primeiro conjunto** de evidências coletadas; e um **segundo conjunto** de evidências coletadas.
 - Se houver **mais conjuntos**, a “triangulação” pode ficar ainda mais rica e melhor.

Processo de preparação de coleta de dados

- Definir o **objetivo** claro da coleta:
O que se quer saber? Por quê?
- Definir ou elaborar o **método** de coleta:
Observação da ação situada? Relato do próprio? Relato dos demais?
Outro?
- Definir ou elaborar a **técnica** de coleta:
Entrevista (aberta/fechada)? Presencial, síncrona?
Questionário (impresso/eletrônico)?
Gravação (vídeo/áudio) / registro estático (foto)?
Outra?
- Realizar **teste-piloto** do método+instrumento e refiná-lo até ficar bom.

Atividade em sala de aula (duplas ou triplas)

1. Discuta com seus colegas de grupo que aplicações na Web vocês poderiam utilizar para este trabalho.
 - Faça uma lista de pelo menos 3 delas e, para cada uma, aponte os prós e contras.
2. Selecione com seu grupo UMA das aplicações da lista que elaboraram e discuta quais os diferentes perfis de usuários a que ela deve atender.
 - Faça um lista de pelo menos 3 perfis diferentes e aponte defina pelo menos DUAS dimensões que podem ser usadas para discriminar um perfil do outro (por exemplo: familiaridade com a Internet e nível de escolaridade; ou faixa etária e infraestrutura de acesso à rede).
3. Para cada perfil encontrado em 2, apresente os valores que eles assumem nas dimensões de discriminação que seu grupo elaborou.

Atividade para casa (duplas ou triplas)

- Considerando a aplicação com que seu grupo vai trabalhar e os perfis de usuário a quem desejam contemplar, elaborem conjuntamente um roteiro de entrevista (conjunto de perguntas abertas, logicamente encadeadas) para conhecerem MELHOR os seus usuários. O roteiro deverá ser posteriormente usado em duas situações:
 - Teste-piloto da entrevista (entrevista para saber se a entrevista está bem elaborada: os dados levantados não são usados para a finalidade principal do trabalho, mas apenas para testar se as perguntas elaboradas, na ordem e da forma como são feitas, atingem o objetivo dos entrevistadores).
 - Entrevista com representantes reais do grupo de usuários visado.