

# ENTREVISTA



DURAÇÃO	
Preparação	0,5 horas a 4 semanas (dependendo de acessibilidade e regulamentações legais)
Atividade	0,5 horas a 4 semanas (dependendo no número e disponibilidade de entrevistados e pesquisadores)
Acompanhamento	0,5 horas a 4 semanas (dependendo da quantidade de dados)
REQUISITOS FÍSICOS	Notebook, câmera fotográfica, gravador de voz, câmera de vídeo, consentimento legal (termo de consentimento e/ou confidencialidade)
NÍVEL DE ENERGIA	Médio
PESQUISADORE/FACILITADORES	Mínimo 1 (para melhor abordagem, tenha times de 2-3 pesquisadores por entrevista)
PARTICIPANTES	Mínimo 5 (mas tenha como objetivo pelo menos 20 por grupo)
RESULTADO ESPERADO	Texto (transcrições, notas de campo), gravações de áudio, fotos, vídeos e artefatos.

Ferramenta utilizada em diversos momentos do projeto, é de grande valia para compreender a percepção de usuários a respeito de fatos e situações, permitindo que através de histórias, relatos e impressões, consigamos apreender seus sonhos, anseios e necessidades.

As entrevistas podem ser tanto compostas por questões abertas, quanto fechadas. Em Design, entrevistas abertas são utilizadas preferencialmente nas fases de descoberta e definição, nas quais se busca compreender o problema e o usuário e identificar necessidades (explícitas ou não); enquanto entrevistas fechadas podem ser mais proveitosas em fases de desenvolvimento e entrega, com o intuito de confirmar ou refutar teorias, protótipos e produtos/serviços desenvolvidos. É importante que o pesquisador compreenda as particularidades de cada tipo para conseguir obter maior valor de cada uma delas.



## **Defina as questões de pesquisa**

Esclareça por meio das questões de pesquisa o que você deseja descobrir. É importante ter familiaridade com o tema estudado para delimitar seu enfoque, e o que exatamente precisa ser esclarecido. Defina também o porquê de realizar a entrevista (é uma entrevista para exploração ou confirmação), e o que se pretende realizar com seus resultados. A partir desses aspectos é possível decidir o tipo de entrevista a ser utilizada (aberta ou fechada, estruturadas ou não, etc.).

## **Determine quem será entrevistado**

A partir das questões de pesquisa, defina quem será entrevistado. Você pode optar por entrevistar clientes, fornecedores, prestadores de serviço, ou um público bastante específico, dependendo do enfoque desejado e do que se pretende descobrir. Identifique também qual o melhor local e horário para entrevista-los.

## **Prepare-se**

É importante reservar tempo para a preparação do protocolo de entrevista, que deve conter além das perguntas aos entrevistados (que são diferentes das questões de pesquisa), aspectos legais (permissões), definições a respeito do papel de cada integrante da equipe, como serão feitas as gravações e duração esperada.

## **Realize a entrevista**

Busque estruturar as questões da entrevista no formato de uma conversa, inicie-a com perguntas mais gerais e fáceis de responder antes de prosseguir para questões mais difíceis ou pessoais. Caso o intuito seja exploratório, opte por perguntas abertas, e tome cuidado ao formulá-las, perguntas que podem ser respondidas apenas com sim ou não impossibilitam que o entrevistado desenvolva seus pensamentos livremente. Entrevistas fechadas devem ser utilizadas preferencialmente para confirmação ao final do desenvolvimento, quando já se conhece bem o tema estudado e os usuários.

## **Registre e analise**

Durante a entrevista, esteja atento ao funcionamento dos equipamentos de gravação, e registre suas impressões logo após o término das entrevistas, comparando-as com sua equipe. Diferencie dados primários (frases literais, gravações de vídeo ou áudio e fotos) de dados secundários (suas impressões) e organize bem os dados obtidos, de forma que você possa acessá-los posteriormente. Pode-se fazer um pequeno resumo de cada entrevista, e utilizá-las para elaborar personas, mapas da jornada, mapas do sistema, etc.

# MAPA DA JORNADA DO USUÁRIO



DURAÇÃO	1 - 8 horas (dependendo da complexidade e quantidade de dados)
REQUISITOS FÍSICOS	Dados de pesquisa, personas, modelos de mapas da jornada (físicos ou digitais), papel, canetas, fita adesiva
NÍVEL DE ENERGIA	Médio
PESQUISADORE/FACILITADORES	Mínimo 1 (para uma melhor abordagem, tenha times de 2-3 pesquisadores)
PARTICIPANTES	2-12 com bom conhecimento dos dados de pesquisa ou da experiência que o mapa da jornada está representando (opcional)
RESULTADO ESPERADO	Mapas da jornada

Consiste em uma representação visual da experiência do usuário ao longo da interação do mesmo com a organização provedora de um produto ou serviço.

No mapa se representam os eventos através dos quais o usuário pode interagir com a organização durante a realização de uma tarefa específica (seja ela adquirir ou cancelar um produto ou serviço, ou mesmo atividades internas da empresa), listando os possíveis pontos de contato com a organização.

O mapa da jornada pode ser utilizado tanto como ferramenta na fase de exploração, como forma de sintetizar os dados coletados e garantir que a compreensão está correta, quanto na fase de desenvolvimento, através da geração de mapas futuros, ou mesmo para a verificação de mudanças implantadas no processo. É uma ferramenta útil para que se visualizem as etapas que funcionam bem ao longo do processo, assim como aquelas que ainda precisam ser desenvolvidas, por gerarem experiências negativas para os clientes (os chamados "painpoints").



## **Decida se será realizado um mapeamento da jornada atual ou futura do usuário**

Caso se tenha como objetivo o mapeamento da jornada atual do usuário, recolha dados coletados previamente a respeito dos usuários, ou recorra a especialistas que tenham contato direto com o processo mapeado.

Caso se opte por mapear uma jornada futura, pode-se partir de mapas do processo atual ou até mesmo pesquisa e conhecimento prévio do designer.

## **Prepare o material de apoio e o local (para desenvolvimento em grupo)**

Organize o local no qual os mapas serão desenvolvidos, posicione materiais como papel, notas autoadesivas, canetas, etc. e selecione os participantes.

Para mapas existentes, busque sempre pessoas que sejam especialistas no assunto ou que estejam envolvidas diretamente no processo, e não apenas em teoria. Já para mapeamentos de processos futuros, pode ser interessante convidar pessoas que não estão familiarizadas com o assunto, para oferecer uma nova perspectiva

## **Coloque todos na mesma página**

Apresente o que será mapeado, a persona e os materiais já disponíveis.

Nessa etapa é importante que todos compreendam o que está sendo mapeado e como será desenvolvido o processo.

## **Mapeie**

Para o mapeamento tanto de jornadas atuais quanto futuras, pode-se partir de passos conhecidos no meio da jornada, e identificar em seguida o que ocorre antes e depois daquele momento. Nesse momento, identificam-se pontos críticos e oportunidades, e quando se está mapeando jornadas futuras, é feita a geração de ideias com base nas necessidades identificadas. Selecione as melhores ideias

## **Itere**

Após a geração dos primeiros mapas, faça uma rodada de revisão e refinamento. Nesse momento, aqueles que estão realizando mapas futuros devem inserir as ideias geradas aos primeiros mapas para analisar seu impacto ao longo de todo o processo.

## **Adicione novas camadas e acompanhe**

Adicione mapas emocionais, storyboards, canais, stakeholders envolvidos, processos internos, etc. A partir da análise dos mapas, as oportunidades ficarão cada vez mais claras. Nessa etapa são feitas revisões nos materiais gerados, e pode-se planejar novas rodadas.

# OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE



A Observação participante deriva dos estudos etnográficos e consiste em um comportamento a partir do qual é possível obter informações valiosas a respeito do grupo observado. É o meio mais natural e o mais desafiador de coleta de dados, pois leva o pesquisador a descobrir a partir de participação e imersão, o 'como' e o 'porquê' do comportamento humano em um contexto específico.

<b>DURAÇÃO</b>	
<b>Preparação</b>	2 horas a 8 semanas (dependendo de acessibilidade e regulamentações legais)
<b>Atividade</b>	4 horas a 4 semanas (dependendo no número e disponibilidade de entrevistados e pesquisadores)
<b>Acompanhamento</b>	2 horas a 4 semanas (dependendo da quantidade de dados)
<b>REQUISITOS FÍSICOS</b>	Notebook, câmera fotográfica, gravador de voz, câmera de vídeo, consentimento legal (termo de consentimento e/ou confidencialidade)
<b>NÍVEL DE ENERGIA</b>	Alto
<b>PESQUISADORE/FACILITADORES</b>	Mínimo 1 (para melhor abordagem, tenha times de 2-3 pesquisadores por equipe)
<b>PARTICIPANTES</b>	Mínimo 5 (mas tenha como objetivo pelo menos 20 por grupo)
<b>RESULTADO ESPERADO</b>	Texto (transcrições, notas de campo), gravações de áudio, fotos, vídeos e artefatos.

Pode-se classificar a observação segundo o grau de envolvimento do pesquisador com o grupo observado. Os tipos de observação variam em um espectro que vai desde a 'não participação', quando o pesquisador observa os eventos por meio de vídeos, até a 'participação completa', na qual um integrante do próprio grupo adota o papel de observador ativo/pesquisador.

É importante compreender que o trânsito do pesquisador ao longo desse espectro de participação é natural, contudo, é preciso identificar o grau de participação para a compreensão da pesquisa como um todo, visto que o equilíbrio entre envolvimento e distanciamento é desafiador, e o papel do pesquisador é crucial.



A utilização da observação participante é vantajosa em situações nas quais as questões de estudo não estão totalmente claras, ou seja, ainda não se possuem informações prévias a respeito dos comportamentos ou questões sociais estudadas.

### **Faça um inventário pessoal:**

Na observação participante, mais do que em outros métodos de coleta de dados, o pesquisador é considerado uma ferramenta de pesquisa, por isso é importante que você tenha consciência de seu viés, suas qualidades e limitações e que se leve em consideração suas preferências antes de ir a campo.

### **Planeje o protocolo de campo**

Determine o local de investigação, o período de duração, os membros que serão enviados a campo, o tema ou questão específica de interesse, e quais as atribuições de cada membro do time ao longo da observação

### **Explique suas intenções**

Ao chegar em campo, é importante que você faça uma apresentação formal, explicando quais os objetivos da pesquisa, por quanto tempo pretende-se ficar no local, se haverá contrapartidas financeiras, entre outros aspectos relevantes. Os participantes da pesquisa precisam estejam a par do que está sendo feito.

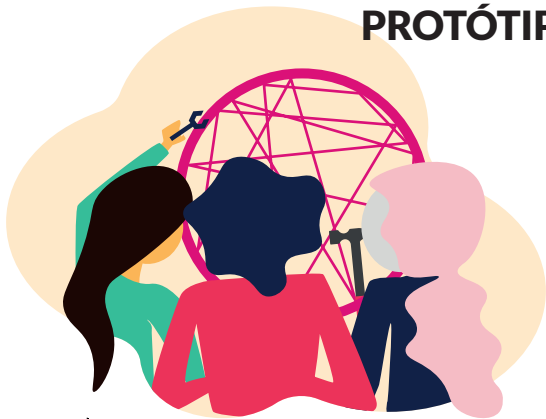
### **Colete as informações**

Busque estabelecer conexões com o grupo estudado, e além da observação de fato, é possível recorrer a outros métodos de coleta de dados, com entrevistas não estruturadas ou semi estruturadas, pesquisa em arquivos, etc. Lembre-se de manter as informações organizadas e separadas por data e evento, e mantenha o registro de suas impressões separado dos dados primários

### **Análise**

A análise dos dados pode ocorrer com base nas narrativas coletadas, na busca por padrões ou temas recorrentes, ou através da busca pela compreensão de como os acontecimentos se encaixam, qual a origem e o porquê da ocorrência dos padrões percebidos.

# PROTÓTIPOS



DURAÇÃO	0,5 horas a 4 semanas (dependendo de acessibilidade e regulamenVaria conforme a profundidade e complexidade das questões de protótipo – de 1 – 2 horas a alguns dias
REQUISITOS FÍSICOS	Espaço flexível, com boa iluminação (e espaço suficiente para construir e também simular interações com o modelo), pessoas, folhas de papelão corrugado ou <i>foamboard</i> , estiletes, tesouras, fitas, cola quente, notas autoadesivas, transparências, marcadores permanentes, câmera digital, mesa de corte
NÍVEL DE ENERGIA	Alto
PESQUISADORE/FACILITADORES	1 ou mais
PARTICIPANTES	1 ou mais; 4-8 é um bom tamanho de grupo
RESULTADO ESPERADO	Dados de pesquisa (especificamente erros, insights, e novas ideias), cenas de vídeo e fotos naturais, documentação das variações testadas

O conceito de protótipo abarca inúmeros processos e produtos e sua abrangência depende da área de design, vão desde sketches e storyboards a objetos com as mesmas características, materiais e proporções de um produto final (ALCOFORADO, 2007).

Protótipos são desenvolvidos ao longo de todo o processo de projeto. Enquanto os de baixa fidelidade são utilizados nas primeiras etapas do projeto auxiliando na geração de ideias e desenvolvimento de conceitos, os protótipos de alta fidelidade são utilizados nas etapas finais como facilitadores de comunicação, estabelecendo uma linguagem comum entre designers e stakeholders. Além disso, são sempre utilizados em testes com usuários, garantindo que este assunto sempre posição central no processo de desenvolvimento, e que as soluções contemplem seus anseios e necessidades.

Entre as ferramentas utilizadas para prototipagem estão: sketch, storyboard, protótipo de papel, mockup físico, rendering, animação, modelo, fachada, wizard of Oz, protótipo virtual, protótipo de alta fidelidade e piloto entre muitas outras. Portanto, é importante compreender um pouco cada uma delas para eleger a que melhor se ajusta a seu projeto.



## **Determine o que será testado**

Muitos aspectos do projeto podem ser testados. É importante nessa fase priorizar o que precisa ser testado com os usuários e que ferramentas podem ser desenvolvidas para auxiliar nesse teste.

## **Monte o protótipo**

Após a identificação do que será testado, monte o protótipo do produto ou serviço desenvolvido. Nessa etapa não busque ter um resultado perfeito, lembre-se de que o objetivo é testar rapidamente, portanto, procure elaborar os protótipos rapidamente para que seja possível testar os aspectos-chave.

## **Entregue para os usuários testarem**

Entregue os protótipos desenvolvidos para os usuários e faça com que eles testem. Alguns protótipos exigem que o facilitador tenha um papel ativo, mas mesmo que esse não seja o caso, é importante observar de que forma o usuário interage com o protótipo, quais são suas reações, dificuldades, expectativas, etc.

## **Busque feedback**

Além de suas observações durante a utilização dos protótipos, busque feedback com os usuários. Pergunte a respeito de suas percepções, e reforce que suas impressões são bem-vindas, mesmo críticas.

## **Itere**

A partir do feedback obtido e das observações, itere, volte ao início e refaça o protótipo com as alterações necessárias para que seja possível testar novamente o quanto antes. Repita até que você sinta segurança de que a solução está adequada para os usuários.



# ESTRATÉGIAS DE MAPAS VISUAIS



DURAÇÃO	1 – 8 horas (dependendo da complexidade e quantidade de dados)
REQUISITOS FÍSICOS	Dados de pesquisa, personas, modelos de mapas, papel, canetas, fita adesiva
NÍVEL DE ENERGIA	Médio
PESQUISADORE/FACILITADORES	Mínimo 1 (para uma melhor abordagem, tenha times de 2-3 pesquisadores)
PARTICIPANTES	Mínimo 1
RESULTADO ESPERADO	Mapas da jornada

A construção de mapas visuais no design é importante na medida em que permite compreender e esclarecer modelos mentais, nos aproximando de usuários ou stakeholders ao esclarecer um pouco como são construídos seus pensamentos, necessidades e conhecimentos.

Além de nos auxiliar a conhecer melhor de que forma nós mesmos estruturamos nossas ideias e percepções, ou ainda nos levar a novas conexões entre conceitos e facilitar o aprendizado e criação de algo novo.

Os mapas são utilizados em diferentes fases do processo de design com finalidades distintas. Podem ser utilizados tanto na fase de descoberta, com o intuito de investigar mais a fundo o problema, os usuários e os conceitos relacionados com o projeto, quanto na fase de desenvolvimento, visando ampliar a gama de possibilidades de criação ou o estudo e desenvolvimento de conceitos específicos.

Entre os tipos de mapas visuais estão mapas cognitivos, mapas conceituais e mapas mentais. Cada um deles tem suas características próprias e podem ser mais ou menos úteis dependendo do que se pretende mapear.



**Mapa cognitivo** – engloba as demais tipologias de mapa (nele estão contidos mapas conceituais e mapas mentais). Não possui uma estrutura fixa, e pode inclusive conter características de outras estratégias de visualização. Sem regras de representação, são úteis em diversos contextos, inclusive no mapeamento de modelos mentais de usuários e stakeholders, e facilitam a compreensão de conceitos e redes complexas, tendo como principal característica a grande adaptabilidade.

**Mapa mental** – é a forma mais simples de representação de mapas cognitivos, na qual se parte de um conceito central, do qual derivam conceitos e temas correlatos. Não há a definição do relacionamento entre os conceitos, e é construído segundo uma hierarquia. No design os mapas mentais são bastante utilizados no mapeamento de imagens e propostas a partir de um tema central, e como forma de exploração de escopo.

**Mapa conceitual** – mais complexo que o mapa mental, estabelece o relacionamento entre os contextos e permite a conexão entre diversos conceitos, tornando-os mais aptos à facilitação da compreensão de redes complexas. Facilita a identificação de relações não evidentes a princípio.

### **Defina o que precisa ser mapeado**

Tenha clareza do que se quer mapear, a questão ou tema central do que está sendo investigado pode alterar completamente o resultado do mapeamento

### **Escolha o tipo de mapa**

Eleja o mapa que mais se adequa às suas necessidades. Caso precise desenvolver um conceito, provavelmente um mapa mental será útil para compreender seus desdobramentos, no caso da busca por compreender o modelo mental de seus usuários, é preferível utilizar um mapa cognitivo, que com a estrutura mais livre permitirá mais flexibilidade para o usuário.

### **Expanda os conceitos**

A partir da questão ou tema central, busque expandir o conceito, pensando em relacionamentos, conexões, exemplos, etc.

### **Organize e defina conexões**

Organize os conceitos gerados conforme o tipo de mapa escolhido e estabeleça a conexão entre eles. Nesse ponto as notas autoadesivas são muito úteis, por permitir que as ideias sejam movidas livremente.

### **Analise**

Antes de finalizar o mapa, mantenha-o por perto durante algum tempo pois é possível que novas conexões ou novos conceitos surjam.

# ESTUDO DE CASO



DURAÇÃO	
Preparação	2 horas a 8 semanas (dependendo de acessibilidade e regulamentações legais)
Atividade	4 horas a 4 semanas (dependendo no número e disponibilidade de entrevistados e pesquisadores)
Acompanhamento	2 horas a 4 semanas (dependendo da quantidade de dados)
REQUISITOS FÍSICOS	Notebook, câmera fotográfica, gravador de voz, câmera de vídeo, consentimento legal (termo de consentimento e/ou confidencialidade)
NÍVEL DE ENERGIA	Alto
PESQUISADORE/FACILITADORES	Mínimo 1 (para melhor abordagem, tenha times de 2-3 pesquisadores por equipe)
PARTICIPANTES	Mínimo 5 (mas tenha como objetivo pelo menos 20 por grupo)

O método de estudo de caso é utilizado com o intuito de compreender fenômenos complexos de forma holística, analisando também seu contexto. O método é útil para a compreensão dos fenômenos, para a busca de informações e inspiração e para o estudo dos efeitos gerados por ações, mudanças ou projetos.

Antes de eleger o método a ser utilizado, alguns aspectos acerca da pesquisa devem ser observados. O estudo de caso deve ser preferencialmente utilizado quando almeja-se responder a questões de “como” e “por que”, quando os eventos comportamentais que circundam o tema da pesquisa não podem ou não precisam ser controlados, e quando o objeto principal da pesquisa se relaciona principalmente com acontecimentos contemporâneos.

**“O estudo de caso permite uma investigação para preservar as características holísticas e significativas da vida real – tais como ciclos de vida individuais, processos organizacionais e administrativos, mudanças ocorridas em regiões urbanas, relações internacionais e a maturação de alguns setores.” YIN, 2003**



## **Identifique se o estudo de caso é a ferramenta mais indicada para sua pesquisa**

Analise o que precisa ser observado, e como o estudo de caso pode trazer informações relevantes para a pesquisa.

## **Escolha o caso a ser estudado.**

Compreenda a fundo o que está sendo investigado e quais perguntas devem ser respondidas para escolher o caso a ser analisado. Posteriormente delimite o que é ou não objeto do estudo e deve ser observado, é importante ter clareza de quais são os objetivos e o que motivou a escolha desse caso. Defina o tipo de estudo de caso, será um caso único ou múltiplo, o objetivo é exploratório, descritivo ou explicativo?

## **Prepare-se**

Organize as proposições ou problemas a partir da literatura, experiência ou teorias baseadas em dados empíricos. Ao longo do estudo deve-se retornar às proposições e problemas e garantir que eles estão sendo contemplados. Defina a estrutura conceitual, ela será a âncora para seu estudo e o auxiliará a organizar as conclusões.

## **Colete os dados e realize as análises**

Utilize-se de análise de documentos e registros de arquivos, entrevistas, observação participante entre outros para coletar dados. Utilize softwares de gestão para a organização dos mesmos. Concomitantemente, inicie a análise dos dados. É interessante que se estabeleça uma estratégia analítica para melhor compreender os dados.

## **Reporte o estudo**

É aconselhável iniciar o desenvolvimento do relato do caso já na fase de coleta e análise de dados. O relato pode ser feito na forma escrita ou verbal, o importante é que seja conciso e objetivo, ao mesmo tempo em que é compreensível e completo.

# CARDS

Nome da ferramenta  
(em português)

Quadro resumo (aqui você tem uma ideia do que vai precisar para por em prática a ferramenta)

Aqui tem uma pequena explicação do que é o método

Aqui, a explicação continua

E aqui você pode ver quando é melhor usar. Lembra do *double diamond*? (se não lembra, olha lá no livro)

\*No verso, está o passo a passo.

