

Aula 22 – Pesquisa Quantitativa: Surveys e Questionários

Desvendando Opiniões em Larga Escala: O Poder dos Surveys e Questionários

Imagine que você está trabalhando no lançamento de um novo aplicativo de finanças. As primeiras semanas são animadoras, mas logo você percebe um padrão preocupante nos dados: 70% dos novos usuários abandonam o aplicativo após a primeira semana. Os números gritam que há um problema, mas sussurram sobre o porquê. Será que a interface é confusa? A proposta de valor não está clara? As funcionalidades são inadequadas? Fazer entrevistas individuais com milhares de pessoas é inviável. Como, então, ouvir a voz de todos?

É exatamente esse o desafio que vamos solucionar nesta aula. Entraremos no mundo da **pesquisa quantitativa**, especificamente nos *surveys* e *questionários*. Essas ferramentas são como megafones que nos permitem fazer perguntas a centenas ou milhares de pessoas simultaneamente, transformando opiniões e percepções subjetivas em dados estruturados e mensuráveis. Ao final desta aula, você será capaz não apenas de decidir quando um survey é a ferramenta certa, mas também de construir perguntas que extraíam respostas honestas, entender os caminhos para analisar os dados coletados e, por fim, conhecer ferramentas padronizadas que são verdadeiros atalhos para medir a usabilidade de qualquer sistema.

Nossa jornada começará entendendo o momento exato de usar essa poderosa ferramenta. Depois, mergulharemos na arte e na ciência de elaborar perguntas eficazes, explorando desde as famosas escalas Likert até as perguntas de múltipla escolha. Em seguida, abordaremos como distribuir sua pesquisa e como dar os primeiros passos na análise dos resultados. Para finalizar, apresentaremos questionários consagrados no mercado, como o SUS e o PSSUQ, verdadeiros padrões da indústria que conectarão seu trabalho às melhores práticas de ergonomia e usabilidade, alinhadas a normas como a ISO 9241.

O Momento Certo para Lançar a Rede

Quando os Números Precisam de Voz: A Hora de Usar Surveys

Vamos voltar ao nosso aplicativo de finanças. Você e sua equipe têm algumas hipóteses sobre o motivo da alta taxa de abandono. O designer acredita que a navegação é confusa. O gerente de produto acha que a funcionalidade de importação de extratos não funciona bem. O marketing suspeita que os usuários não perceberam o principal benefício do app. São todas opiniões válidas, mas baseadas em intuição. Agir sobre qualquer uma delas sem evidências seria como apostar o orçamento do projeto em um jogo de cartas.

📄 **Surveys vs. Entrevistas:** Enquanto métodos qualitativos são perfeitos para explorar a profundidade de um problema com poucos usuários, os surveys são projetados para validar hipóteses e medir a frequência de um comportamento ou opinião em uma população ampla.

É neste ponto de interrogação em grande escala que os *surveys* se tornam indispensáveis. Eles não dizem *tudo* sobre *alguém*, mas dizem *algo* sobre *todos*. O objetivo aqui não é descobrir problemas novos e desconhecidos, mas sim quantificar a extensão de problemas que você já suspeita que existam.

Pense em um médico que precisa entender a saúde de uma cidade inteira. Entrevistar cada cidadão em profundidade (pesquisa qualitativa) seria impossível. Em vez disso, ele aplica um *survey* em massa, com perguntas-chave sobre dieta, exercícios e sintomas comuns. Essa pesquisa não dará o diagnóstico completo de um único paciente, mas revelará padrões em larga escala: "30% da população é sedentária", "45% relata ter dores de cabeça frequentes". Da mesma forma, um *survey* de usabilidade funciona como um **diagnóstico de saúde pública** para o seu produto, revelando as "doenças" (problemas) mais prevalentes entre seus usuários.

Isso nos leva ao uso prático: você usará *surveys* para validar suposições antes de investir recursos, para medir a satisfação do usuário ao longo do tempo ou para segmentar seu público e entender se diferentes grupos (como iniciantes e avançados) enfrentam diferentes desafios. Mas, para que esse diagnóstico seja preciso, o instrumento de medição — o questionário — precisa estar perfeitamente calibrado.

A Arquitetura da Pergunta Perfeita

Construindo Pontes, Não Muros: A Arte de Elaborar Perguntas

Fazer uma pergunta parece a coisa mais natural do mundo. Fazemos isso desde que aprendemos a falar. No entanto, no contexto de uma pesquisa, uma pergunta mal formulada pode ser desastrosa. Ela pode confundir o respondente, induzi-lo a uma resposta que não é a sua ou, pior, ser interpretada de maneiras diferentes por pessoas diferentes. O resultado? Dados sujos, inválidos, que levam a decisões equivocadas. É como tentar construir uma casa com uma fita métrica que muda de tamanho a cada medição.

Pergunta Ruim

"Você não acha que nosso novo design de checkout, que é muito mais moderno, é melhor que o antigo?"

- Tendenciosa
- Contém jargões
- Adjetivos influenciam

Pergunta Boa

"Em uma escala de 1 a 5, quão fácil foi encontrar o botão para finalizar sua compra?"

- Neutra
- Clara
- Mensurável

O desafio é construir perguntas que funcionem como pontes transparentes e robustas, conectando diretamente a sua dúvida à mente do respondente. Uma boa pergunta tem apenas uma interpretação possível, é neutra e não embute um julgamento de valor, e é fácil de ser respondida.

A elaboração de uma pergunta eficaz é como a **lapidação de um diamante**. O diamante bruto é a sua dúvida ("Por que as pessoas não finalizam a compra?"). A lapidação é o processo de refinar essa dúvida em facetas claras e precisas, que são as perguntas. Cada faceta (pergunta) deve ser cortada em um ângulo exato para refletir a luz (a verdade do respondente) da forma mais pura possível. Uma única faceta mal cortada pode comprometer o brilho de toda a pedra.

Essa preocupação com a clareza e a neutralidade nos força a pensar nos diferentes tipos de "ferramentas de lapidação" que temos à nossa disposição. As mais comuns e poderosas no universo quantitativo são as escalas, as perguntas de múltipla escolha e, com muito cuidado, as perguntas abertas. Vamos começar explorando como medir algo tão subjetivo quanto um sentimento.

Medindo o Intangível com Escalas

O Termômetro da Opinião: A Magia da Escala Likert

Com frequência, o que mais queremos saber sobre nossos usuários não são fatos concretos, mas percepções, sentimentos e atitudes. Queremos medir o nível de "satisfação", a "facilidade de uso", a "confiança" ou a "utilidade" de um sistema. Como podemos pegar esses conceitos abstratos e transformá-los em números que possamos analisar e comparar? Tentar fazer isso com perguntas de "sim" ou "não" é muito limitador. Um "sim" para "você está satisfeito?" não nos diz *quão* satisfeito o usuário está.

Pergunta Sim/Não

"Você está com febre?"

Limitado: Só diz se há ou não problema

Escala Likert

"Qual sua temperatura?"

Rico: Mostra a intensidade do problema (37.5°C, 38°C, 39.2°C)

É aqui que a **Escala Likert**, desenvolvida nos anos 1930 pelo psicólogo Rensis Likert, se torna uma de nossas ferramentas mais valiosas. Em vez de fazer uma pergunta direta, você apresenta uma afirmação e pede ao respondente que indique seu nível de concordância com ela. Geralmente, isso é feito em uma escala de 5 ou 7 pontos, variando de "Discordo Totalmente" a "Concordo Totalmente", com um ponto neutro no meio. Essa abordagem permite capturar a intensidade e a nuance da opinião do usuário.

Pense na Escala Likert como um **termômetro de opinião**. Ela mede a "temperatura" da atitude do usuário em relação a uma afirmação específica, permitindo análises muito mais ricas, como calcular a média de satisfação de um grupo.

Exemplo Prático de Escala Likert

Para avaliar a usabilidade de um novo software:

- "Eu acredito que a maioria das pessoas aprenderia a usar este software muito rapidamente." (Discordo Totalmente ... Concordo Totalmente)
- "Eu achei as diversas funções neste software muito bem integradas." (Discordo Totalmente ... Concordo Totalmente)

Isso nos leva a um universo de possibilidades. Mas, e quando as opções de resposta não representam um gradiente de sentimento, mas sim categorias distintas?

Oferecendo Caminhos Claros

O Cardápio de Opções: A Escolha Múltipla Bem Feita

Às vezes, nosso objetivo não é medir a intensidade de um sentimento, mas sim entender em qual categoria um usuário se encaixa ou qual opção ele prefere entre várias disponíveis. Se você perguntar de forma aberta, "Qual seu principal motivo para usar nosso serviço?", você pode receber centenas de respostas escritas de formas diferentes, mesmo que o significado seja o mesmo. Analisar e agrupar essas respostas manualmente seria um trabalho hercúleo e propenso a erros.

📌 Regras de Ouro para Múltipla Escolha:

- **Coletivamente Exaustivas:** Cobrir todas as possibilidades razoáveis
- **Mutuamente Exclusivas:** O respondente não deve sentir que duas opções se aplicam

A pergunta de **múltipla escolha** resolve esse problema ao apresentar um conjunto predefinido de opções para o respondente. É uma das formas mais eficientes de coletar dados quantitativos. Pense na elaboração de uma pergunta de múltipla escolha como a criação de um **cardápio em um restaurante**. Em vez de o garçom perguntar "O que você gostaria de comer hoje?", o que geraria um caos de pedidos, ele oferece um menu com categorias claras: Entradas, Pratos Principais (Carne, Peixe, Massa), Sobremesas. Isso estrutura a escolha, facilita o trabalho da cozinha (a análise dos dados) e garante que o resultado seja algo que você pode de fato processar.

Exemplo Prático

Pergunta: "Qual a principal barreira para a adoção de nossa nova funcionalidade?"

1. Não sabia que ela existia
2. Não entendi como usá-la
3. Tentei usar, mas não funcionou como esperado
4. Não parece útil para minhas necessidades
5. Outro (especifique)

A opção "Outro (por favor, especifique)" no final da sua lista é como o "Prato do Dia": uma válvula de escape para casos não previstos no cardápio principal. Isso nos dá dados limpos e fáceis de transformar em um gráfico de barras, mostrando exatamente onde a equipe de produto precisa focar seus esforços.

A Armadilha das Perguntas Abertas

A Caixa de Sugestões: O Uso Estratégico de Perguntas Abertas

Já vimos como estruturar respostas com escalas e opções de múltipla escolha. Esses métodos são a espinha dorsal da pesquisa quantitativa, pois geram dados fáceis de analisar. Contudo, há momentos em que a maior riqueza está naquilo que não sabemos perguntar. As críticas mais construtivas, as sugestões mais inovadoras e a verdadeira "voz do cliente" muitas vezes não cabem em caixas pré-definidas.

⚠ Cuidado com Perguntas Abertas

- Aumentam o esforço cognitivo do respondente
- Elevam a chance de abandono da pesquisa
- Demandam análise manual complexa
- Podem gerar dados difíceis de quantificar

✅ Quando Usar Perguntas Abertas

- Como seguimento a respostas específicas
- Para capturar insights não previstos
- No final da pesquisa (opcional)
- Quando a resposta quantitativa indica problema

É para capturar essa riqueza que usamos as **perguntas abertas**, que permitem ao respondente escrever livremente. No entanto, elas vêm com um grande alerta: use-as com extrema moderação dentro de um *survey* quantitativo.

Pense nas perguntas abertas como a **caixa de sugestões** de uma loja física. A loja não espera que todo cliente pare para escrever uma sugestão. Ela está lá, em um canto estratégico (geralmente no final da experiência), para aqueles que têm algo realmente importante a dizer. O gerente sabe que terá que ler cada bilhete individualmente, e que muitos podem não ser úteis. Mas ele também sabe que, ocasionalmente, um desses bilhetes pode conter uma ideia ou uma crítica que transformará o negócio. O erro seria colocar uma caixa de sugestões na frente de cada prateleira.

Uso Estratégico

Se um usuário deu uma nota muito baixa (1 ou 2) na pergunta "Qual seu nível de satisfação com nosso atendimento?", uma pergunta aberta condicional pode aparecer:

"Lamentamos por sua experiência. Você poderia nos contar um pouco mais sobre o que aconteceu?"

Isso foca o esforço do respondente e lhe dá insights qualitativos exatamente onde eles são mais necessários.

Do Rascunho à Realidade

A Jornada do Respondente: Como Estruturar Seu Questionário

Um questionário eficaz é muito mais do que uma simples lista de perguntas bem formuladas. Ele precisa ter um fluxo narrativo, uma ordem lógica que guie o respondente de forma suave do início ao fim. Uma pesquisa mal estruturada é como um filme com as cenas fora de ordem: mesmo que cada cena individual seja boa, a experiência geral é confusa, frustrante e a maioria das pessoas desiste no meio do caminho. A organização das perguntas tem um impacto direto na taxa de conclusão e na qualidade das respostas.

01

Abertura e Aquecimento

Inicie com uma breve introdução que explica o propósito da pesquisa e o tempo estimado para conclusão. As primeiras perguntas devem ser fáceis, gerais e interessantes para engajar o participante, como perguntas sobre frequência de uso.

03

Perguntas Sensíveis

Questões demográficas mais delicadas (como renda) ou perguntas que pedem críticas mais diretas devem vir após o corpo principal. Nesse ponto, o respondente já investiu tempo e está mais propenso a fornecer essas informações.

Pense na montagem de um questionário como o trabalho de um **arquiteto projetando uma visita a um museu**. O visitante não é jogado diretamente na sala da obra-prima. Primeiro, ele passa por um lobby acolhedor (introdução), depois por galerias que contam uma história em ordem cronológica ou temática (corpo principal) e, por fim, chega à grande exibição. A jornada é planejada para ser coerente e evitar o cansaço, garantindo que o visitante veja tudo de importante sem se sentir perdido.

02

Corpo Principal

Esta é a parte central, onde você agrupa as perguntas por tema. Se você está avaliando um site de e-commerce, pode ter uma seção sobre a busca de produtos, outra sobre a página de detalhes e uma terceira sobre o processo de pagamento. Manter os tópicos agrupados ajuda o respondente a manter o foco.

04

Fechamento

Finalize com uma pergunta aberta e ampla, como "Você tem alguma outra sugestão para nós?". Por fim, agradeça sinceramente o tempo e a contribuição do participante.

Lançando a Rede no Lugar Certo

Onde Encontrar Seus Usuários: Distribuição e Amostragem

Você passou horas, talvez dias, aperfeiçoando seu questionário. Cada pergunta é uma obra de arte, a lógica é impecável. Agora, o que acontece se você enviar essa obra-prima apenas para os seus colegas de trabalho ou para um grupo de amigos que não tem nada a ver com o público-alvo do seu produto? Você obterá respostas, mas elas serão inúteis. Ter o melhor *survey* do mundo não adianta nada se ele for respondido pelas pessoas erradas.



E-mail

Ideal para uma base de usuários cadastrados. Permite personalização e envio de lembretes.



Interceptação no Site/App

Um pop-up ou banner que convida os usuários a responderem à pesquisa enquanto usam o produto. Ótimo para obter feedback contextualizado.



Redes Sociais

Permite um alcance amplo e rápido, mas pode resultar em uma amostra menos qualificada e mais enviesada.



Painéis de Respondentes

Serviços de terceiros onde você pode "contratar" respondentes com um perfil demográfico específico.

A etapa de **distribuição** e **amostragem** é tão crítica quanto a elaboração das perguntas. A escolha do canal é como **decidir onde montar sua barraca para vender um produto**. Se você vende artigos de luxo, não vai para a feira popular. Se vende ferramentas agrícolas, não vai para o shopping center. Você precisa ir onde seu cliente está. Da mesma forma, a distribuição do seu *survey* deve ser feita nos canais onde seu público-alvo real se encontra e interage.

- ❑ **Amostragem Aleatória:** Para obter resultados que possam ser generalizados para toda a sua base de usuários, o ideal é buscar uma amostra aleatória, onde cada usuário tem a mesma chance de ser selecionado. Isso evita o "viés de seleção", onde você acaba ouvindo apenas os usuários mais engajados (ou os mais insatisfeitos), que não representam o todo.

Decifrando os Ecos dos Dados

Transformando Respostas em Insights: A Análise Básica

As respostas começaram a chegar! Sua planilha está se enchendo com linhas e mais linhas de dados. A primeira reação pode ser de euforia, seguida rapidamente por um sentimento de sobrecarga. Olhar para uma massa de dados brutos é como olhar para uma floresta densa: você sabe que há coisas valiosas lá dentro, mas não consegue ver as árvores individuais ou os caminhos. O valor não está nos dados em si, mas na história que eles contam.

O primeiro passo para decifrar essa história é a **estatística descritiva**. O nome parece complicado, mas a ideia é simples: resumir e descrever os principais padrões dos dados.

Frequências e Porcentagens

Usadas para perguntas de múltipla escolha. Elas mostram quantas pessoas escolheram cada opção.

Exemplo: "62% dos respondentes afirmaram que a principal dificuldade foi 'Não entender como usar a funcionalidade'"

Medidas de Tendência Central

Usadas para escalas numéricas, como a Likert. A média lhe dá um senso geral da opinião.

Exemplo: "A nota média de satisfação com o atendimento foi de 3.2 em 5"

Medidas de Dispersão

Isso complementa a média, mostrando o quão espalhadas estão as respostas.

Insight: Uma média 3.2 com desvio padrão baixo = consenso. Desvio alto = opiniões polarizadas

Pense nesse processo como **preparar um relatório meteorológico**. Os dados brutos são milhares de pontos de medição de temperatura, vento e umidade. A estatística descritiva transforma isso em informações úteis: "A temperatura média foi de 25°C (média), com máxima de 30°C e mínima de 20°C (dispersão), e a chance de chuva é de 80% (frequência)". É essa síntese que transforma números em uma narrativa compreensível e acionável.

O Poder dos Atalhos Validados

Na Dúvida, Use o Mapa: Questionários Padronizados de Usabilidade

Até agora, falamos sobre como construir seu próprio questionário. É uma habilidade poderosa, mas também cheia de armadilhas. Como você pode ter certeza de que as perguntas que você criou realmente medem o conceito de "usabilidade" de forma confiável? E como você sabe se a pontuação que seu produto obteve é "boa" ou "ruim" em comparação com outros produtos no mercado? Criar e validar um questionário do zero é um processo científico complexo.

Felizmente, para muitos conceitos comuns como a usabilidade, a comunidade acadêmica e a indústria já fizeram esse trabalho pesado por nós. Existem os **questionários padronizados**: conjuntos de perguntas que foram rigorosamente testados, refinados e validados ao longo de milhares de estudos. Eles são como receitas de bolo de um chef renomado — você sabe que, se seguir os passos, o resultado será consistente e de alta qualidade.

Confiabilidade

Você está usando um instrumento de medição que já se provou eficaz em milhares de estudos.

Benchmarking

Como esses questionários são amplamente utilizados, existem dados de referência para comparação com a média da indústria.

Usar um questionário padronizado oferece duas vantagens imensas. É como usar um **mapa criado por cartógrafos experientes em vez de tentar desenhar o seu próprio**. O mapa pronto não só é mais preciso, como também usa uma legenda universal que todos entendem, permitindo que você se localize e compare sua posição com a de outros.

Dizer "nosso produto teve uma nota 75" significa pouco. Dizer "nosso produto teve uma nota 75, enquanto a média da indústria é 68" é um insight poderoso.

Vamos conhecer agora dois dos "mapas" mais importantes e úteis no mundo da avaliação de usabilidade: o SUS e o PSSUQ.

O Canivete Suíço da Usabilidade

SUS (System Usability Scale): A Medida Rápida e Confiável

Imagine a seguinte situação: sua equipe acabou de lançar uma nova versão do site e os stakeholders perguntam: "E aí, a usabilidade melhorou?". Eles não querem um relatório de 50 páginas, eles querem um número, um indicador claro que resuma o impacto da mudança. Você precisa de algo rápido de aplicar, fácil de calcular e simples de comunicar.

10

Perguntas

Apenas 10 perguntas simples e diretas

1986

Criado em

Por John Brooke, testado por décadas

68

Média Histórica

Pontuação de referência da indústria

0-100

Escala

Pontuação final fácil de comunicar

Para essa necessidade, a ferramenta perfeita é o **System Usability Scale (SUS)**. A genialidade do SUS está em sua simplicidade e na forma como suas perguntas se equilibram, alternando entre afirmações positivas e negativas para manter o respondente engajado e evitar respostas automáticas.

Pense no SUS como o **exame de vista rápido que o oftalmologista faz**. Com poucas perguntas ("Melhor com essa lente ou com essa?"), ele consegue chegar a um número preciso (o seu grau) que é universalmente compreendido e suficiente para a grande maioria das necessidades. O SUS não diz *por que* a usabilidade é boa ou ruim, mas ele dá uma nota geral, de 0 a 100, que é incrivelmente robusta e confiável para fins de comparação.

📄 Como Interpretar o SUS:

- **Acima de 68:** Usabilidade na direção certa
- **Abaixo de 68:** Problemas que precisam de atenção
- **Acima de 80:** Excelente usabilidade
- **Abaixo de 50:** Problemas sérios de usabilidade

A aplicação é simples: após um usuário interagir com o sistema, ele responde às 10 perguntas. Um cálculo específico (que possui muitas calculadoras online para ajudar) transforma as respostas em uma única pontuação. O SUS é a ferramenta ideal para *benchmarking*: comparar seu produto com concorrentes, ou a versão A com a versão B em um teste, e comunicar resultados de forma clara e direta.

Um Mergulho Diagnóstico Mais Profundo

PSSUQ: Quando os Detalhes Fazem a Diferença

O SUS nos dá uma nota geral fantástica, um "check-up" da saúde da usabilidade do nosso sistema. Mas, e se o resultado desse check-up for preocupante? Se a nota for 55, sabemos que temos um problema, mas não sabemos *onde* está o problema. É na qualidade visual da interface? Na utilidade das informações apresentadas? Na eficiência geral do sistema? Para obter esse nível de detalhe diagnóstico, precisamos de uma ferramenta mais específica.

SYSUSE

Usefulness do Sistema: Mede se o sistema ajuda o usuário a ser mais produtivo, eficiente e a completar suas tarefas.



INFOQUAL

Qualidade da Informação: Avalia se a informação (tutoriais, mensagens de erro, textos) é clara, fácil de entender e útil.

INTERQUAL

Qualidade da Interface: Mede a percepção do usuário sobre a interface ser agradável, intuitiva e visualmente organizada.

É aqui que entra o **Post-Study System Usability Questionnaire (PSSUQ)**. Como o nome sugere, ele é tipicamente aplicado após um estudo de usabilidade. Ele é um pouco mais longo que o SUS (geralmente 16 perguntas) e sua grande vantagem é que o resultado não é apenas uma nota geral, mas também é dividido em três sub-escalas.

Se o SUS é o exame de vista rápido, o PSSUQ é o **exame de sangue completo**. Ele não apenas diz se você está saudável ou não (a nota geral), mas detalha os níveis de colesterol, glicose e triglicerídeos (as sub-escalas). Se a sua pontuação geral de usabilidade é baixa, o PSSUQ pode revelar que o problema não está na interface (que pode ser bonita e agradável), mas sim na qualidade da informação (os textos são confusos). Esse nível de detalhe é crucial para direcionar os esforços da equipe de design e desenvolvimento para o lugar certo.

A escolha entre SUS e PSSUQ, portanto, depende da sua necessidade: você quer uma nota rápida para comparar ou um diagnóstico detalhado para agir?

Escolhendo a Ferramenta Certa

O Jogo de Ferramentas do Pesquisador: SUS vs. PSSUQ

Agora que conhecemos essas duas poderosas ferramentas, a questão natural que surge é: "Qual delas eu devo usar no meu projeto?". A resposta não é "uma é melhor que a outra", mas sim "cada uma é melhor para um tipo de trabalho". Escolher entre SUS e PSSUQ é como um carpinteiro escolhendo entre um martelo e uma furadeira. Ambas são ferramentas excelentes, mas para finalidades distintas. Tentar usar um martelo para fazer um furo preciso não é eficiente.

Pergunta Central: "Estamos melhores ou piores?"

A simplicidade e a pontuação única e comparável do **SUS** são imbatíveis. Perfeito para:

- Relatórios executivos
- Acompanhamento de métricas (KPIs)
- Testes A/B rápidos
- Comparações com concorrentes

Pergunta Central: "Onde exatamente estamos falhando?"

As sub-escalas do **PSSUQ** fornecem um diagnóstico muito mais rico. Ideal para:

- Análise pós-teste de usabilidade
- Identificação de áreas problemáticas
- Direcionamento de melhorias
- Priorização de recursos

Critério	SUS (System Usability Scale)	PSSUQ (Post-Study System Usability Questionnaire)
Objetivo Principal	Medição rápida e global da usabilidade percebida	Diagnóstico detalhado da usabilidade em sub-dimensões
Número de Itens	10	16
Resultado Final	Uma única pontuação global (0 a 100)	Pontuação geral + 3 pontuações de sub-escala
Ideal Para	Benchmarking, comparações rápidas, monitoramento de KPIs	Análise pós-teste de usabilidade, identificação de áreas problemáticas
Comunicação	"Nossa nota de usabilidade subiu de 65 para 75."	"A usabilidade geral é boa, mas precisamos melhorar a clareza das nossas mensagens de erro."

Conectando os Pontos com as Normas

Surveys no Ciclo de Vida do Design Centrado no Usuário

É crucial entender que a aplicação de um *survey* não é uma tarefa isolada que acontece por acaso. Ela é uma peça estratégica dentro de um processo muito maior e mais estruturado: o **Design Centrado no Usuário (DCU)**. Esse processo, que é a espinha dorsal de normas internacionais como a **ISO 9241**, coloca o ser humano no centro de todas as decisões de projeto. As normas não são apenas documentos burocráticos; são guias consolidados com as melhores práticas para garantir que a tecnologia sirva às pessoas, e não o contrário.

01

Entender e Especificar o Contexto de Uso

[Surveys aqui](#): Mapear necessidades, dores e comportamentos de uma grande base de usuários

02

Especificar os Requisitos do Usuário

Definir o que o sistema deve fazer para atender às necessidades identificadas

03

Produzir Soluções de Design

Criar protótipos e soluções baseadas nos requisitos

04

Avaliar o Design

[Surveys aqui](#): Questionários como SUS e PSSUQ validam se o design atende aos requisitos de usabilidade

A norma ISO 9241-210 define o ciclo de vida do DCU, que se desenrola em quatro fases principais. Os *surveys* e questionários que estudamos nesta aula são ferramentas vitais em pelo menos duas dessas fases.

- 📄 **Conexão com a Legislação Brasileira:** A Norma Regulamentadora 17 (NR-17), que trata da Ergonomia, visa "estabelecer as diretrizes e os requisitos que permitam a adaptação das condições de trabalho às características psicofisiológicas dos trabalhadores". No mundo digital de hoje, "condições de trabalho" incluem os softwares e sistemas que usamos diariamente. Um sistema com baixa usabilidade, que causa frustração e aumenta a carga mental, é um fator de risco ergonômico.

Portanto, usar questionários para medir e melhorar a usabilidade não é apenas uma boa prática de UX, mas uma contribuição direta para a saúde e segurança no ambiente de trabalho.

Consolidação e Próximos Passos

Da Coleta à Ação: Resumo e Sua Próxima Missão

Nesta aula, nossa jornada nos levou das incertezas de um problema de negócio à clareza dos dados quantitativos. Vimos que *surveys* são como sonares que mapeiam o vasto oceano das opiniões dos usuários, revelando padrões em larga escala. Aprendemos a construir as pontes que conectam nossas dúvidas às mentes dos respondentes — as perguntas —, utilizando a precisão das escalas Likert para medir sentimentos e a clareza da múltipla escolha para categorizar informações. Descobrimos que a estrutura de um questionário é uma jornada planejada e que a análise inicial transforma uma avalanche de números em insights acionáveis.

Mais importante, adicionamos à nossa caixa de ferramentas os "mapas" prontos dos questionários padronizados, como o ágil SUS e o diagnóstico PSSUQ. Compreendemos que essas ferramentas não existem no vácuo, mas são peças fundamentais no ciclo do Design Centrado no Usuário, conectando nosso trabalho prático às diretrizes de normas globais como a ISO 9241 e a NR-17. Agora, você tem o conhecimento necessário para parar de adivinhar e começar a medir o que seus usuários realmente pensam e sentem.

Em Prática

1. Antes de criar seu próximo *survey*, defina em uma única frase a decisão que você pretende tomar com os resultados.
2. Ao escrever uma pergunta, aplique o "teste da clareza": leia-a para alguém de fora do projeto. Se essa pessoa hesitar ou precisar de explicação, simplifique-a.
3. Em seu próximo projeto, mesmo que pequeno, aplique o SUS. É um exercício de cinco minutos que gera uma métrica poderosa e comparável.

Autoavaliação

1. **(Nível: Fácil)** Qual é a principal vantagem de usar uma Escala Likert em vez de uma pergunta de "Sim/Não" para medir satisfação?
 - A) É mais rápido para o usuário responder.
 - B) Permite capturar a intensidade da opinião do usuário.
 - C) Gera dados mais fáceis de analisar.
 - D) Funciona melhor em dispositivos móveis.
2. **(Nível: Médio)** De acordo com as boas práticas de estruturação de um questionário, onde você deveria posicionar as perguntas demográficas mais sensíveis, como faixa de renda?
 - A) Logo no início, para qualificar o respondente.
 - B) Exatamente no meio do questionário.
 - C) Próximo ao final, mas antes da última pergunta.
 - D) Não se deve fazer perguntas sensíveis em *surveys* online.
3. **(Nível: Difícil - Estilo Concurso)** Uma equipe de UX deseja avaliar a usabilidade de um novo software de intranet. O objetivo principal é obter um diagnóstico detalhado que aponte se as falhas percebidas em testes anteriores estão mais relacionadas à clareza das informações (textos e rótulos) ou à organização visual da interface. Considerando os objetivos, qual questionário padronizado seria o mais adequado e por quê?
 - A) SUS, pois fornece uma pontuação única e fácil de comparar com benchmarks da indústria.
 - B) PSSUQ, pois suas sub-escalas (SYSUSE, INFOQUAL, INTERQUAL) permitem um diagnóstico diferenciado das fontes do problema de usabilidade.
 - C) Um questionário aberto, pois ele captura melhor a voz do usuário e suas críticas específicas.
 - D) Ambos, aplicando o SUS primeiro e depois o PSSUQ para confirmar os resultados.
4. **(Nível: Especialista)** Ao analisar os resultados de uma pergunta em escala Likert de 5 pontos, você calcula uma média de 3.8 e um desvio padrão muito alto. O que essa combinação de métricas sugere sobre as opiniões dos usuários?
 - A) A maioria dos usuários teve uma opinião positiva e consistente.
 - B) A opinião geral é ligeiramente positiva, mas há uma grande polarização ou discordância entre os respondentes.
 - C) Houve um erro no cálculo, pois o desvio padrão não se aplica à Escala Likert.
 - D) A maioria dos usuários escolheu a opção neutra, indicando indiferença.

Questão Discursiva Curta

Você é o responsável por um portal de notícias e os dados mostram que os usuários não estão usando a nova funcionalidade de "Salvar Artigo para Ler Depois". Descreva brevemente como você usaria um *survey* para investigar as possíveis razões para a baixa adesão.

Gabarito: 1-B, 2-C, 3-B, 4-B.

Resposta Discursiva (Exemplo)

Eu criaria um survey curto para ser exibido aos usuários logados. Começaria com uma pergunta de múltipla escolha para segmentar ("Você já usou a função 'Salvar Artigo?"). Para os que responderam "Não", eu apresentaria outra múltipla escolha para validar hipóteses ("Qual o principal motivo para não usar? a) Não sabia que existia; b) Não vejo utilidade; c) Tentei e não funcionou"). Finalizaria com uma pergunta aberta opcional para capturar outras razões.

Conexão com a Próxima Aula

Agora que dominamos a arte de *perguntar* em larga escala de forma assíncrona, o que acontece quando queremos *observar o comportamento* do usuário, ainda em escala, mas de forma mais direta? A **Aula 23 – Pesquisa**

Quantitativa: Testes de Usabilidade Não Moderados nos mostrará como plataformas online nos permitem coletar métricas comportamentais (como taxas de sucesso, tempo na tarefa e mapas de cliques) de centenas de usuários realizando tarefas reais em nosso sistema, sem a necessidade de um moderador presente.



Livro "The Survey Checklist" (NN/g)

Um guia prático e direto do Nielsen Norman Group para criar surveys eficazes e evitar os erros mais comuns.



Site MeasuringU.com

Uma fonte de conhecimento sobre estatísticas de usabilidade, com calculadoras e benchmarks para o SUS e outros questionários.



NOTA IMPORTANTE: As informações regulatórias/legais/técnicas desta aula estão atualizadas até 2025. Consulte sempre fontes oficiais para verificar alterações.