

9 Referências bibliográficas

- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, p. 89-216, 2004.
- BITNER, M.J. (1992), “**Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees**”, *Journal of Marketing*, Vol. 56, April, pp. 57-71 (reproduced in Bateson, J., *Managing Services Marketing*, Dryden Press, London, 1995).
- BRANDTZÆG, P. B; FØLSTA, A. & HEIM, J. **Enjoyment: lessons from Karasek**. In: BLYTHE, M. A., OVERBEEKE, K., MONK, A. F., WRIGHT, P. C. *Funology: from usability to enjoyment*. London: Kluwer Academic Publishers, p. 43, 2004.
- CARD, S., MACKINLAY, J. E SHNEIDERMAN, B. **Readings in Information Visualization: Using Vision to Think**. San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers Inc., Chapter 1, 1999.
- CARROLL, J. M. **HCI models, theories and frameworks. Toward a multidisciplinary science**. San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers Inc., Chapter 1, 2003.
- CARROLL, J. M., ROSSON, M. B. **Usability Engineering: Scenario – Based Development of Human Computer Interaction**. San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers Inc., 422 p., 2002.
- COOPER, A. **The inmates are running the asylum. Why high-tech products drive us crazy and how to restore the sanity**. Indianapolis: Sams - Macmillan Computer Publishing, 1999. p. 261.
- DESMET, P. M. A. ‘**From disgust to desire: how products elicit emotions**’. In: MCDONAGH, D.; HEKKERT, P.; VAN ERP, J.; GYI, D. (Org.) *Design and emotion*. London: Taylor & Francis, p. 8, 2004.
- DUMAS, J. S.; REDISH, J. C. **A Practical Guide to Usability Testing**. United Kingdom: Intellect Books, p. 22-416, 1999.
- Department of the Army. (1985). *Field manual (FM 101–5–1, October 21)*. Washington, DC: Author. DUNCAN, J., & HUMPHREYS, G. W. (1989). **Visual search and stimulus similarity**. *Psychological Review*, 96, 433–458.
- EYSENCK, M. W. **Principles of Cognitive Psychology - 2nd Edition**. New York: Psychology Press, p.436, 2003.
- FLEMING, J. **Web Navigation: Designing the User Experience**. Sebastopol: Richard Koman Editor, 1998.

FOLKLORE. Foster City, CA: Sony Computer Entertainment America, 2007. 1 Blue-ray Disc. PlayStation 3.

FROHLICH, D., MURPHY, R. (1999) **Getting physical: what is fun computing in tangible form?** In: Computers and Fun 2, Workshop, 20 Dec. York. UK.

GRANDJEAN, E. **Ergonomics in Computerized Offices**. London: Taylor & Francis, 1994. 227p.

IIDA, I., MÜHLENBERG, P. **O Bom e o Bonito em Design**. In: 7º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design – P&D’06, 2006, Paraná.

JORDAN, P.W. **Foreword**. In: BLYTHE, M. A., OVERBEEKE, K., MONK, A. F., WRIGHT, P. C. *Funology: from usability to enjoyment*. London: Kluwer Academic Publishers, p. 11, 2004.

JORDAN, P.W. **How to Make Brilliant Stuff That People Love and Make Big Money Out of It**. England: John Wiley & Sons Inc., 126 p., 2002.

JORDAN, P. **An introduction to usability**. London: Taylor & Francis Group Books Ltd., 120 p., 2001.

JORDAN, P. W. **Designing Pleasurable Products**. London: Taylor & Francis Group Books Ltd., 216 p., 2000.

KANO, N., SERAKU, N., TAKAHASHI, F., TSUJI, S. 1984. **“Attractive Quality and Must-Be Quality.”** *Quality: The Journal of the Japanese Society for Quality Control* 14 (April): 39-48.

KROEMER, K., GRANDJEAN, E. **Manual de Ergonomia: adaptando o trabalho ao homem**, São Paulo: Bookman, 215-230, 2005.

KUNIAVSKY, M. **Observing the user experience: a practitioner’s guide to user research**. San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers Inc., 2003.

LIDWELL, W., HOLDEN, K., BUTLER, J. **Universal principles of design: 100 ways to enhance usability, influence perception, increase appeal, make better design decisions, and teach through design**. USA: Rockport Publishers Inc., 216p., 2003.

MCDONAGH, D.; HEKKERT, P.; VAN ERP, J.; GYI, D. **Design and emotion**. London: Taylor & Francis, 456 p., 2004.

MIRANDA, J. E SOUSA, A. **Urbanismo e Espaços Virtuais: Divulgação e discussão na comunidade**. 9º Encontro Português de Computação Gráfica, 2000.

MOGGRIDGE, B. **Designing interactions**. The MIT Massachusetts: Press, 766 p., 2007.

MOTTA, P. C. **Pesquisando a satisfação do consumidor**. Rio de Janeiro: Imprinta Express Gráfica e Editora Ltda., 155 p., 1999.

MORAES, A. **Ergonomia, percepção e cognição**, 2004b. 14 transparências: color.

MORAES, A. In: **Diagnóstico Ergonômico do Processo Comunicacional do Sistema Homem-Máquina de Transcrição de Dados: Posto de Trabalho do Digitador em Terminais Informatizados de Entrada de Dados**. Rio de Janeiro, 1992. p. 371-376. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ.

NIELSEN, J. **Ten Usability Heuristics (Nielsen, 2005)**. Disponível em: http://www.useit.com/papers/heuristic/heuristic_list.html. Acessado: 15/01/08.

NTUEN, C. A. and ROGERS, L. D. INTERNATIONAL JOURNAL OF COGNITIVE ERGONOMICS, 2001, 5(2), 137-147. Lawrence Erlbaum Associates, Inc. **Effects of information presentation refresh rate and moving objects on saccade latency**. Department of Industrial and Systems Engineering North Carolina A&T State University.

NORMAN, D. A. **Emotional Design: Why we love (or hate) everyday things**. Cambridge: Basic Books, 257 p., 2004.

NORMAN, D. A. **The Design of everyday things**. USA: Basic Books, 257p., 1988.

NORMAN, K. L. **Questionnaire for User Interaction Satisfaction – University of Maryland (Norman, 1989)**. Disponível em: <http://www.lap.umd.edu/QUIS/index.html>. Acessado: 18/07/06.

PREECE, J., ROGERS, Y. & SHARP, H. **Interaction design: beyond human-computer interaction**. New York: John Wiley & Sons, Inc., 519p., 2002

ROBINSON, M. **‘The comprehension shift, HMI of the future – designers of the future’**. In: MCDONAGH, D.; HEKKERT, P.; VAN ERP, J.; GYL, D. Design and emotion. London: Taylor & Francis, p. 18, 2004.

ROY, M.C., DEWIT, O. AND AUBERT, B.A. (2001). **‘The impact of interface usability on trust in Web retailers’**. Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy, Vol. 11 No. 5, pp. 388-98.

RUSSEL, W., DARGEL, M. Marketing Intelligence & Planning. 2004,

22 (3), 310–320. Emerald Group Publishing Limited. **From servicescape to “cyberscape”**. Hull University Business School, UK.

SAFFER, D. **Designing for interaction: creating smart applications and clever devices**. Berkeley: New Riders, 231p., 2007.

SCAPIN, D. L., BASTIEN, J. M. C. **Ergonomic criteria for evaluating the ergonomic quality of interactive systems**. In: Behaviour & information technology. London, Taylor & Francis, v.16, n 4/5, julho/outubro 1997. Pp 220-230.

STERNBERG, R. J. **Psicologia cognitiva**. Porto Alegre: ARTMED Editora, 494 p., 2000.

SURI, J. F. **Design expression and human experience: evolving design practice**. In: MCDONAGH, D.; HEKKERT, P.; VAN ERP, J.; GYI, D. Design and emotion. London: Taylor & Francis, p. 13, 2004.

TEIXEIRA, E. A. **Estudo ergonômico da interface de produtos Web focados na transmissão de alta velocidade**. Rio de Janeiro, 2003. p 264. Dissertação (Mestrado em Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

WILLIAMS, R., DARGEL, M. From service to cyberscape. **Marketing Intelligence & Planning**. V.22, n.3, 2004, pp. 310-320.

WRIGHT, P., MCCARTHY, J., MEEKISON, L.. **Making sense of experience**. In: BLYTHE, M. A., OVERBEEKE, K., MONK, A. F., WRIGHT, P. C. Funology: from usability to enjoyment. London: Kluwer Academic Publishers, p. 43, 2004.

10 Anexos

10.1 Tabelas do questionário de “*Personas*”

Gênero do personagem	
Feminino	1
Masculino	11
Número de respondentes	12

Gênero do personagem (Teixeira - 2007).

Idade do personagem		
17 - 21	5	50%
22 - 27	1	10%
28 - 33	4	40%
Número de respondentes	10	

Idade do personagem (Teixeira - 2007).

Estado civil	
Solteiro	10
Casado	2
Número de respondentes	10

Estado civil do personagem (Teixeira - 2007).

Nacionalidade	
Brasileira	12
Outras	0
Número de respondentes	12

Nacionalidade do personagem (Teixeira - 2007).

Naturalidade	
Rio de Janeiro/RJ	6
São Paulo/SP	4
Minas Gerais/MG	1
Campo Grande/MS	1
Número de respondentes	12

Naturalidade do personagem (Teixeira - 2007).

Cor da pele	
Branca	4
Nissei	1
Sem resposta	7
Número de respondentes	12

Cor da pele do personagem (Teixeira - 2007).

Alto x Baixo	
Alto	6
Baixo	2
Sem resposta	4
Número de respondentes	12

Altura do personagem (Teixeira - 2007).

Magro x Gordo	
Magro	4
Gordo	1
Sem resposta	7
Número de respondentes	12

O personagem é magro ou gordo (Teixeira - 2007).

Cor do cabelo	
Preta	3
Castanha	3
Tingidos	1
Sem resposta	5
Número de respondentes	12

Cor do cabelo (Teixeira - 2007).

Cor dos olhos	
Azul	1
Castanha	2
Preta	1
Sem resposta	8
Número de respondentes	12

Cor dos olhos (Teixeira - 2007).

Classe social	
Média	6
Média alta	4
Alta	2
Número de respondentes	12

Classe social do personagem (Teixeira - 2007).

Bairro	
Ipanema (RJ)	2
Leblon (RJ)	1
Flamengo (RJ)	2
Botafogo (RJ)	1
Tijuca (RJ)	1
Pinheiros (SP)	1
Jardim Paulista (SP)	1
Cotia (SP)	1
Carandá Bosque (SP)	1
Sem Resposta	1
Número de respondentes	12

Bairro do personagem (Teixeira - 2007).

Família - Como é ?	
2 pessoas	2
3 pessoas	3
4 pessoas	3
5 pessoas ou +	4
Número de respondentes	12

Família do personagem (Teixeira - 2007).

Relação com a família	
Muito boa	3
Boa	6
Normal	1
Ruim	2
Número de respondentes	12

Relação do personagem com a sua família (Teixeira - 2007).

O personagem possui muitos amigos?	
Sim	9
Não	3
Número de respondentes	12

Amizades do personagem (Teixeira - 2007).

Tipo de roupa preferida	
Casual	9

Clássica	1
Grunge	2
Número de respondentes	12

Tipo de roupa do personagem (Teixeira - 2007).

Sonhos do personagem	
Profissional	5
Financeiro	5
Ambos	2
Número de respondentes	12

Sonhos do personagem (Teixeira - 2007).

Planos concretos para o futuro	
Profissional	9
Não tem	3
Número de respondentes	12

Planos do personagem para o futuro (Teixeira - 2007).

Existe alguma diferença entre o estilo de vida que o personagem tem e o que ele gostaria de ter?	
Sim	5
Não	7
Número de respondentes	12

Estilo de vida do personagem (Teixeira - 2007).

Grau de Instrução	
1º grau incompleto	1
2º grau incompleto	2
3º grau incompleto	6
3º grau completo	2
Mestrado	1
Número de respondentes	12

Grau de instrução do personagem (Teixeira - 2007).

Idiomas falados pelo personagem	
Inglês	10
Inglês e outros	2
Número de respondentes	12

Idiomas falados pelo personagem (Teixeira - 2007).

Morou fora do país	
Sim	2
Não	10
Número de respondentes	12

O personagem morou fora do país (Teixeira - 2007).

Profissão do personagem	
Estudante	7
Analista de sistemas	1
Designer gráfico	2
Pró-reitor administrativo	1
Trabalho em cartório	1
Número de respondentes	12

Profissão do personagem (Teixeira - 2007).

Frequência com que o personagem faz cursos e busca aprimorar seu conhecimento	
Freqüentemente	6
Eventualmente	2
Nunca	4
Número de respondentes	12

Frequência com que o personagem faz cursos (Teixeira - 2007).

O personagem tem facilidade de ser autodidata?	
Sim	12
Não	0
Número de respondentes	12

O personagem é autodidata (Teixeira - 2007).

Atividades do personagem em seu tempo livre	
Praia	25%
Internet	50%
TV	25%
Jogos	50%
Esportes	25%
Saída com amigos	25%
Outros	8%
Número de respondentes	12

Atividades do personagem em seu tempo livre (Teixeira - 2007).

Hobby	
Sim	11
Não	1
Número de respondentes	12

Hobby do personagem (Teixeira - 2007).

Quais?	
Jogos eletrônicos	33%
Esporte	25%
Outros	8%
Número de respondentes	12

Tipos de hobby do personagem (Teixeira - 2007).

Ele prefere o dia ou a noite para o seu lazer?	
Dia	4
Noite	7
Ambos	1
Número de respondentes	12

Período do dia para realizar atividades de lazer (Teixeira - 2007).

Programas preferidos do personagem em família	
Cinema	17%
Restaurante	17%
Progs caseiros	50%
Nenhum	17%
Outros	8%
Número de respondentes	12

Programa preferido em família (Teixeira - 2007).

Programas preferidos do personagem com os amigos	
Beber	50%
Conversar	17%
Jogar (futebol, jogos virtuais e video games)	17%
Ir a festas	33%
Outros	8%
Número de respondentes	12

Programa preferido com os amigos (Teixeira - 2007).

Programas preferidos do personagem quando ele está sozinho	
Jogar (video game/computador)	50%
Internet	50%
TV	25%
Ler	17%
Outros	8%
Número de respondentes	12

Programa preferido pelo personagem quando está sozinho (Teixeira - 2007).

Que forma de comunicação o personagem prefere?	
E-mail	33%
ICQ	67%
Telefone	50%
Presencial	42%
Número de respondentes	12

Forma de comunicação preferida pelo personagem (Teixeira - 2007).

Como o personagem avalia a sua relação com aparelhos tecnológicos ou eletrônicos?	
Boa	3
Muito boa	3
Ótima	6
Número de respondentes	12

Relação com aparelhos tecnológicos (Teixeira - 2007).

Aparelhos eletrônicos que o personagem possui em casa	
TV	100%
DVD	100%
Computador	92%
Som	42%
<i>iPod</i>	33%
Celular	25%
Video game	50%
Câmera digital	33%
<i>Mp3 player</i>	17%
Outros	8%
Número de respondentes	12

Aparelhos eletrônicos que o personagem possui em casa (Teixeira - 2007).

Qual foi o último aparelho eletrônico que o personagem comprou?	
<i>iPod</i>	5
Celular	2
<i>Home theater</i>	1
Câmera digital	1
<i>MP3 player</i>	1
TV	2
Número de respondentes	12

Último aparelho eletrônico comprado pelo personagem (Teixeira - 2007).

Computador usado pelo personagem	
<i>Notebook</i>	2
PC	8
Mac	1
Não sabe	1
Número de respondentes	12

Computador do personagem (Teixeira - 2007).

Marca do computador do personagem	
Hp	1
Toshiba	1
Positivo	1
Dell	2
Apple	1
Sem marca	6
Número de respondentes	12

Marca do computador do personagem (Teixeira - 2007).

Sistema operacional instalado no computador do personagem	
<i>Windows</i>	11
OSX	1
Número de respondentes	12

Sistema operacional do computador do personagem (Teixeira - 2007).

O personagem tem o hábito de customizar seu ambiente de trabalho?	
Sim	10
Não muito	2
Número de respondentes	12

Customização do ambiente de trabalho (Teixeira - 2007).

Principais aplicativos instalados no computador do personagem	
<i>Office</i>	67%
Jogos	33%
<i>Internet Explorer</i>	33%

MSN	25%
<i>Photoshop</i>	42%
<i>Flash</i>	17%
Outros	8%
Número de respondentes	12

Principais aplicativos instalados pelo personagem (Teixeira - 2007).

Última atualização feita pelo personagem nos aplicativos instalados em seu computador	
Recente	3
Há dois meses	1
Há seis meses	1
Sempre que há versão nova	2
Automática	2
Eventual	1
Sem resposta	2
Número de respondentes	12

Última atualização feita pelo personagem (Teixeira - 2007).

Frequência com que o personagem usa a Internet	
Diariamente	11
Dias alternados	1
Número de respondentes	12

Frequência com que o personagem usa a Internet (Teixeira - 2007).

Finalidade com que o personagem usa a Internet	
Trabalho	17%
Pesquisas	50%
Entretenimento	25%
MSN	42%
E-mail	42%
<i>Downloads</i>	25%
Outros	8%
Número de respondentes	12

Finalidade com que o personagem usa a Internet (Teixeira - 2007).

Conteúdos mais procurados pelo personagem na Internet	
Notícias	33%
Novidades/ Pesquisas em geral	58%
Sites aparelhos eletrônicos	17%
Vídeos e músicas	42%
Jogos	33%
Outros	8%
Número de respondentes	12

Conteúdos mais procurados pelo personagem na Internet (Teixeira - 2007).

O personagem prefere navegar ou usar ferramenta de busca?	
Navegar	1
Busca	5
Ambos	6
Número de respondentes	12

O personagem prefere navegar ou usar ferramenta de busca? (Teixeira - 2007).

O personagem faz <i>downloads</i> de filmes, áudio e programas pela Internet?	
Sim	12
Não	0
Número de respondentes	12

O personagem faz *downloads* de filmes, áudio e programas pela Internet (Teixeira - 2007).

O personagem acredita que se diferencia por conhecer e usar este site?	
Sim	7
Não	4
Não muito	1
Número de respondentes	12

O personagem acredita que se diferencia por conhecer e usar este site? (Teixeira - 2007).

Quais são os outros sites similares que ele usa?	
Nike	1
PlayStation e Nintendo	2
Olinux e Geomatrix	1
Sony, Gametrailers, gamespot	1
Sites em Flash em geral	1
Não conhece outros	6
Número de respondentes	12

Sites similares usados pelo personagem (Teixeira - 2007).

O personagem acredita que o produto funciona melhor do que os similares?	
Sim	7
Não	4
Não conhece outros	1
Número de respondentes	12

O site funciona melhor que os similares? (Teixeira - 2007).

Horário em que ele acessa o site	
Tarde	2
Noite	4
Horários diversos	6
Número de respondentes	12

Horário em que o personagem acessa o site (Teixeira - 2007).

Local em que ele acessa o site	
Casa	7
Trabalho	3
Local disponível	1
Sem resposta	1
Número de respondentes	12

Local em que o personagem acessa o site (Teixeira - 2007).

Tarefas realizadas pelo personagem no site	
Busca de informações	6
Pesquisa sobre o video game	2
Jogos e promoções	1
Curiosidade	3
Número de respondentes	12

Tarefas realizadas pelo personagem no site (Teixeira - 2007).

Qual é a meta principal do personagem no site?	
Novidades	6
Diversão	3
Conhecer o produto	3
Número de respondentes	12

Meta principal do personagem no site (Teixeira - 2007).

10.2 Cenário

“Pedro, brasileiro de 21 anos, reside no Flamengo - zona sul do Rio de Janeiro - com seus pais e dois irmãos. Ele é o mais velho, tendo ainda Júlia de 15 anos e Matheus de 10 anos. Por sempre ter feito esporte Pedro é alto e magro, não faz questão de usar roupas arrumadinhas, pois só admite usar aquelas que tenham um estilo mais casual. Esse carioca tem os cabelos castanhos como a mãe e os olhos expressivos do avô. Com essas características é fácil imaginar que ele é o aluno mais paquerado do último período da faculdade de Design. Além da faculdade ele está terminando o seu curso de inglês, tendo uma grande fluência mesmo sem ter morado fora do país.

No pouco tempo livre que tem, ele gosta de estar junto dos seus familiares mesmo que o fone do seu *iPod* sempre esteja tocando uma música em seus ouvidos, de beber com seus amigos nas festas do final de semana e jogar o seu videogame com seu pai e o irmão mais novo. Pedro tem bastante facilidade para lidar com novos aparelhos tecnológicos, sendo autodidata com tecnologia em geral, o que ajuda a entender por que ele faz mais uso do ICQ – em seu PC – do que o próprio telefone celular.

A Internet é utilizada por ele diariamente para fazer pesquisas, principalmente no site XBOX 360. Essa página foi indicada por Christiano, seu melhor amigo da faculdade que é louco por *games*, onde ele busca por novidades e informações sobre os consoles de terceira geração. Esse site foi acessado na casa do seu amigo após a faculdade, representando uma importante fonte de decisão para ambos poderem escolher dentre os video games mais modernos, tais como: PlayStation 3, o Nintendo Wii e o próprio XBOX 360.

Tarefas:

1. A razão principal para buscar essas informações sobre o console é a qualidade gráfica dos novos jogos. E, como Pedro gosta muito de carros, ele resolveu **procurar pelo vídeo do jogo “Project Gotham Racing 3”**¹ – game este que tinha sido recomendado pelo seu amigo Christiano.
2. Abílio, o seu outro grande colega de faculdade, enviou uma imagem pelo ICQ com adesivos (*skin*) para personalizar o console. Por estar com o site do produto aberto, ele resolveu **buscar pelos skins apresentados na página para customizar o XBOX 360**².
3. Pedro se lembrou ainda que o *desktop* do seu amigo de faculdade tinha um papel de parede do site. Como ele tinha visto o caminho feito por Christiano, recordou que deveria **retornar ao estágio inicial do site**³ **para encontrar o papel de parede contendo o símbolo do botão que liga o aparelho**⁴ (XBOX 360).⁴

10.3 Questionário de “Avaliação dos Prazeres”



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO



Número de identificação _____

Idade _____

Gênero _____ masculino

_____ feminino

Instruções

Considere como foi a qualidade da sua interação com o site XBOX 360 e marque a opção que melhor corresponder com a experiência percebida ao realizar as tarefas propostas.

ATENÇÃO: Você não está sendo avaliado, mas sim o site em função das suas considerações. Sendo assim, a sinceridade de suas respostas e a riqueza de detalhes são fundamentais para o sucesso da pesquisa. Desde já, agradeço a sua colaboração.

1. Eu me sinto estimulado(a) quando estou usando este site.

0	1	2	3	4
Discordo fortemente		Neutro		Concordo fortemente

2. Eu me divirto quando uso o site.

0	1	2	3	4
Discordo fortemente		Neutro		Concordo fortemente

3. Eu me sinto atraído(a) pela página.

0	1	2	3	4
Discordo fortemente		Neutro		Concordo fortemente

4. Eu me sinto excitado quando estou utilizando o site.

0	1	2	3	4
Discordo fortemente		Neutro		Concordo fortemente

5. O site me fornece satisfação.

0	1	2	3	4
Discordo fortemente		Neutro		Concordo fortemente

6. Eu posso confiar na página.

0	1	2	3	4
Discordo fortemente		Neutro		Concordo fortemente

7. Eu sentiria falta se não tivesse conhecido o <i>site</i> .				
0	1	2	3	4
Discordo fortemente		Neutro		Concordo fortemente
8. Eu tenho confiança neste <i>site</i> .				
0	1	2	3	4
Discordo fortemente		Neutro		Concordo fortemente
9. Eu tenho orgulho do produto.				
0	1	2	3	4
Discordo fortemente		Neutro		Concordo fortemente
10. Eu sinto prazer em usar o <i>site</i> .				
0	1	2	3	4
Discordo fortemente		Neutro		Concordo fortemente
11. Eu me sinto relaxado(a) em usar a página.				
0	1	2	3	4
Discordo Fortemente		Neutro		Concordo fortemente
12. O <i>site</i> me deixa entusiasmado(a).				
0	1	2	3	4
Discordo fortemente		Neutro		Concordo fortemente

10.4 QUIS

DOUTORADO EM DESIGN/PUC-RIO

QUIS: Questionnaire for User Interaction Satisfaction

Eduardo Ariel de Souza Teixeira



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO



Instruções

Primeiro você deve acessar o site do XBOX 360 para se familiarizar com o produto. Em seguida, comece a responder o questionário. Por fim, entregue o questionário para o pesquisador.

O endereço do site é <http://www.xboxemea.com/jumpin/home.html?lang=en-us>".

ATENÇÃO: Você não está sendo avaliado, mas sim o site em função das suas considerações. Sendo assim, a sinceridade de suas respostas e a riqueza de detalhes são fundamentais para o sucesso da pesquisa. Desde já, agradeço a sua colaboração.

Número de identificação _____
Idade _____
Gênero masculino
 feminino

1ª PARTE: Experiência com o site

1.1 Há quanto tempo você conhece este site?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> menos do que uma hora | <input type="checkbox"/> de seis meses a menos do que um ano |
| <input type="checkbox"/> de uma hora a menos do que um dia | <input type="checkbox"/> de um ano a menos do que dois anos |
| <input type="checkbox"/> de um dia a menos do que uma semana | <input type="checkbox"/> de dois anos a menos do que três anos |
| <input type="checkbox"/> de uma semana a menos do que um mês | <input type="checkbox"/> três anos ou mais |
| <input type="checkbox"/> de um mês a menos do que seis meses | |

1.2 Em média, quanto tempo você utiliza o site por semana?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> menos do que uma hora | <input type="checkbox"/> de quatro horas a menos do que 10 horas |
| <input type="checkbox"/> de uma hora a menos do que quatro horas | <input type="checkbox"/> acima de 10 horas |

2ª PARTE: Experiência anterior

2.1 Com quantos sistemas operacionais você já trabalhou?

- nenhum 3-4
 1 5-6
 2 mais do que 6

2.2 Dos dispositivos, softwares e sistemas abaixo, assinale os que você pessoalmente usou e com os quais está familiarizado:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Terminal de computador | <input type="checkbox"/> Modems |
| <input type="checkbox"/> Computador pessoal | <input type="checkbox"/> Scanners |
| <input type="checkbox"/> Lap top | <input type="checkbox"/> Processador de texto |
| <input type="checkbox"/> Monitor colorido | <input type="checkbox"/> Programa de edição de imagens |
| <input type="checkbox"/> Touch screen | <input type="checkbox"/> Software de planilhas |
| <input type="checkbox"/> Drive de disquete | <input type="checkbox"/> Programa de bases de dados |
| <input type="checkbox"/> Drive de CD-ROM | <input type="checkbox"/> Jogos de computador |
| <input type="checkbox"/> Teclado | <input type="checkbox"/> Reconhecimento de voz |
| <input type="checkbox"/> Mouse | <input type="checkbox"/> Sistema de edição de vídeo |
| <input type="checkbox"/> Track ball | <input type="checkbox"/> Programa CAD |
| <input type="checkbox"/> Joy stick | <input type="checkbox"/> Ferramentas de prototipagem rápida |
| <input type="checkbox"/> Tablet | <input type="checkbox"/> E-mail |
| <input type="checkbox"/> Tablet gráfica | <input type="checkbox"/> Internet |
| <input type="checkbox"/> Capacete de realidade virtual | |

3ª PARTE: Impressões sobre a utilização do site

Por favor, circule o número que mais reflete suas impressões sobre o uso do site

*Não aplicável= NA

3.1 Reações ao site:

3.1	Terrível	Maravilhoso	
	1 2 3 4 5 6 7 8 9		NA
3.2	Frustrante	Satisfatório	
	1 2 3 4 5 6 7 8 9		NA
3.3	Tedioso	Estimulante	
	1 2 3 4 5 6 7 8 9		NA
3.4	Difícil	Fácil	
	1 2 3 4 5 6 7 8 9		NA
3.5	Capacidade inadequada	Capacidade adequada	
	1 2 3 4 5 6 7 8 9		NA
3.6	Rígido	Flexível	
	1 2 3 4 5 6 7 8 9		NA

4ª PARTE: Tela

4.1	Layouts das telas facilitam	Nunca	1 2 3 4 5 6 7 8 9	Sempre	NA
4.1.1	Quantidade de informação que pode ser apresentada na tela	Inadequada	1 2 3 4 5 6 7 8 9	Adequada	NA
4.1.2	Organização da informação na tela	Ilógica	1 2 3 4 5 6 7 8 9	Lógica	NA
4.2	Seqüência das telas	Confusa	1 2 3 4 5 6 7 8 9	Clara	NA
4.2.1	Próxima tela em uma seqüência	Imprevisível	1 2 3 4 5 6 7 8 9	Previsível	NA
4.2.2	Voltar para a tela anterior	Impossível	1 2 3 4 5 6 7 8 9	Fácil	NA
4.2.3	Progressão das tarefas relativas ao trabalho	Confusa	1 2 3 4 5 6 7 8 9	Claramente definida	NA

Por favor, escreva seus comentários sobre o tópico "Tela":

5ª PARTE: Aprendizagem

5.1	Aprendizado para operar o sistema	Difícil 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Fácil	NA
5.1.1	Início da utilização	Difícil 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Fácil	NA
5.1.2	Aprendizado de recursos avançados	Difícil 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Fácil	NA
5.1.3	Tempo para aprender a usar o site	Lento 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Rápido	NA
5.2	Exploração de recursos por tentativa e erro	Desencorajador 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Encorajador	NA
5.2.1	Exploração dos recursos	Arriscado 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Seguro	NA
5.2.2	Descoberta de novos recursos	Difícil 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Fácil	NA
5.3	Relembrando nome e uso dos comandos	Difícil 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Fácil	NA
5.4	Tarefas podem ser realizadas de uma maneira direta	Nunca 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Sempre	NA
5.4.1	Números de passos por tarefa	Muitos 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Corretos	NA
5.4.2	Passos para completar uma tarefa seguem uma sequência lógica	Nunca 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Sempre	NA
5.4.3	Feedback ao finalizar uma tarefa	Confuso 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Claro	NA

Por favor, escreva seus comentários sobre o tópico "Aprendizagem":

6ª PARTE: Desempenho do site

6.1	Velocidade do site	Muito lenta 1 2 3 4 5 6	Rápida o suficiente 7 8 9	NA
6.1.1	Tempo de resposta para a maior parte das operações	Muito lento 1 2 3 4 5 6	Rápido o suficiente 7 8 9	NA
6.1.2	Taxa de Informação exibida na tela	Muito lenta 1 2 3 4 5 6	Bastante rápida 7 8 9	NA
6.2	O sistema é confiável	Nunca 1 2 3 4 5 6	Sempre 7 8 9	NA
6.2.1	Operações são	Não confiáveis 1 2 3 4 5 6	Confiáveis 7 8 9	NA
6.2.2	Falhas no sistema ocorrem	Freqüentemente 1 2 3 4 5 6	Raramente 7 8 9	NA
6.2.3	Sistema avisa você sobre problemas potenciais	Nunca 1 2 3 4 5 6	Sempre 7 8 9	NA
6.3	O site tende a ser	Barulhento 1 2 3 4 5 6	Quieto 7 8 9	NA
6.3.1	Sons gerados pelo site são	Desagradáveis 1 2 3 4 5 6	Agradáveis 7 8 9	NA
6.4	Correção de erros	Difícil 1 2 3 4 5 6	Fácil 7 8 9	NA
6.4.1	Capacidade para desfazer operações	Inadequada 1 2 3 4 5 6	Adequada 7 8 9	NA
6.5	Facilidade de uso depende do seu nível de experiência	Nunca 1 2 3 4 5 6	Sempre 7 8 9	NA
6.5.1	Você pode concluir as tarefas sabendo apenas poucos comandos	Difícilmente 1 2 3 4 5 6	Facilmente 7 8 9	NA
6.5.2	Você pode usar recursos/atalhos	Difícilmente 1 2 3 4 5 6	Facilmente 7 8 9	NA

Por favor, escreva seus comentários sobre o tópico "Desempenho do site":

7ª PARTE: Multimídia

7.1	Qualidade imagens/fotografias estáticas	Ruim 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Boa 1 2 3 4 5 6 7 8 9	NA
7.1.1	Imagens/ Fotos	Confusa 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Clara 1 2 3 4 5 6 7 8 9	NA
7.1.2	Luminosidade das imagens/fotos	Escura 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Clara 1 2 3 4 5 6 7 8 9	NA
7.2	Qualidade dos vídeos	Ruim 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Boa 1 2 3 4 5 6 7 8 9	NA
7.2.1	Foco das imagens dos vídeos	Confuso 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Claro 1 2 3 4 5 6 7 8 9	NA
7.2.2	Luminosidade das imagens dos vídeos	Escura 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Clara 1 2 3 4 5 6 7 8 9	NA
7.2.3	Tamanho da janela do vídeo é adequado	Nunca 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Sempre 1 2 3 4 5 6 7 8 9	NA
7.3	Cores usadas são	Artificiais 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Naturais 1 2 3 4 5 6 7 8 9	NA
7.3.1	Quantidade de cores disponíveis	Inadequada 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Adequada 1 2 3 4 5 6 7 8 9	NA

Por favor, escreva seus comentários sobre o tópico "Multimídia":

10.5
Site XBOX 360

10.6

Arquivos e planilhas