



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLOGIA

ESCOLA DE INFORMÁTICA APLICADA

USABILIDADE E ACESSIBILIDADE: UM ESTUDO DE CASO COM A
PLATAFORMA DE REDE SOCIAL *INSTAGRAM*

LUCAS FERNANDES PEDROSA DE OLIVEIRA

Orientador

SIMONE BACELLAR LEAL FERREIRA

RIO DE JANEIRO, RJ – BRASIL

JANEIRO DE 2022

Catálogo informatizado pelo autor

048 Oliveira, Lucas Fernandes Pedrosa de
Usabilidade e acessibilidade: um estudo de caso
com a plataforma de rede social Instagram / Lucas
Fernandes Pedrosa de Oliveira. -- Rio de Janeiro,
2022.
65 f

Orientadora: Simone Bacellar Leal Ferreira.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro,
Graduação em Sistemas de Informação, 2022.

1. Usabilidade. 2. Acessibilidade. 3. Redes
Sociais. 4. Instagram. 5. Usuários. I. Ferreira,
Simone Bacellar Leal , orient. II. Título.

USABILIDADE E ACESSIBILIDADE: UM ESTUDO DE CASO COM A
PLATAFORMA DE REDE SOCIAL *INSTAGRAM*

LUCAS FERNANDES PEDROSA DE OLIVEIRA

Projeto de Graduação apresentado à Escola de
Informática Aplicada da Universidade Federal do
Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) para obtenção do
título de Bacharel em Sistemas de Informação.

Aprovado por:

SIMONE BACELLAR LEAL FERREIRA (UNIRIO)

MORGANNA CARMEM DINIZ (UNIRIO)

RIO DE JANEIRO, RJ – BRASIL.

JANEIRO DE 2022

Agradecimentos

Gostaria de agradecer primeiramente a minha família por todo o apoio que me deram nessa jornada. Sem eles nada disso seria possível.

Também gostaria de agradecer aos professores que tive no decorrer do curso BSI, em especial a professora Simone pela disponibilização em me orientar neste trabalho.

Um grande obrigado também aos amigos Cecília e Antônio, que os conheci na faculdade. A parceria e a amizade que fizemos foram muito importantes para mim.

Por fim, um obrigado ao universo e a mim mesmo pela força, disciplina e persistência que me permitiram manter o foco, mesmo em momentos difíceis.

RESUMO

As redes sociais pregam um papel importante na sociedade atual. Elas permitem uma interação que transpassa fronteiras; compartilhamento e divulgação de informações que são capazes de mudar o rumo de uma história; e são, muita das vezes, o porta-voz das empresas que buscam alavancar suas receitas e atingir o maior número possível de pessoas. Entretanto, com a extrema competição no qual cada vez mais surgem outras plataformas de mídias sociais online, destaca-se aquela em que melhor atende às necessidades dos usuários, isto é, aquela em que mais pratica os conceitos de usabilidade e acessibilidade, colocando a satisfação do usuário como foco e objetivo principal de toda a cadeia produtiva.

A motivação pelo tema surgiu do interesse em entender a percepção que os usuários têm em relação a plataforma de rede social Instagram, em se tratando de usabilidade e acessibilidade. Por ser um aplicativo de uso massivo - cerca de 1,2 bilhões de usuários ativos (LINKA, 2021) - e que permite uma interação de alcance global, são interessantes estudos que identificam, do ponto de vista do usuário, se a mídia é eficiente e fornece as ferramentas adequadas que favorecem uma boa interação humano-computador.

Os resultados provaram que apesar de utilizado por uma grande quantidade de pessoas, o sistema ainda carece de uma usabilidade e acessibilidade adequada, uma vez que – considerando os grupos estudados - impõe barreiras na execução de certas ações e não preenche todos os requisitos exigidos pela WCAG.

Palavras-chave: Usabilidade, Acessibilidade, Redes Sociais, Instagram, Usuários

ABSTRACT

Social networks play an important role in today's society. They allow for an interaction that crosses borders; sharing and disseminating information that can change the course of a story; and they are, very often, the spokesperson for companies that seek to leverage their revenues and reach the greatest possible number of people. However, with the extreme competition in which other online social media platforms constantly appear, the one that best meets the needs of users stands out, that is, the one that most practices the concepts of usability and accessibility, placing user satisfaction as the main focus and objective of the entire production chain.

The motivation for the theme arose from the interest in understanding the perception that users have in relation to the social networking platform Instagram, in terms of usability and accessibility. As it is a massively used application - around 1.2 billion active users (LINKA, 2021) - and which allows for interaction with a global reach, studies that identify, from the user's point of view, whether the media is efficient are interesting and provides the proper tools that favor good human-computer interaction.

The results proved that despite being used by a large number of people, the system still lacks adequate usability and accessibility, since - considering the studied groups - it imposes barriers in the execution of certain actions and does not fulfill all the requirements demanded by WCAG.

Keywords: Usability, Accessibility, Social Media, Instagram, Users

Índice

1. Introdução	11
1.1 Objetivos	11
1.2 Organização do Texto	11
2. Fundamentação teórica	13
2.1 Redes Sociais	13
2.1.1 Instagram	14
2.2 Usabilidade	14
2.3 Acessibilidade	14
2.3.1 Acessibilidade na Web: WCAG	15
2.3.2 Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico: eMAG	16
2.3.3 Acessibilidade para idosos	16
2.4 Trabalhos anteriores	16
3. Metodologia	18
3.1 Escolha da rede social a ser estudada	18
3.2 Seleção dos participantes	19
3.3 Definição dos métodos de avaliação	19
3.4 Realização dos testes com os usuários	19
3.5 Análise dos resultados	20
3.6 Propostas de melhorias	20
3.7 Limitações do método	20
4. Estudo de caso	21
4.1 Definição das tarefas	21
4.2 Execução dos testes	21
4.3 Execução do teste piloto	22
4.4 Descrição do primeiro grupo de estudo	25
4.5 Descrição do segundo grupo de estudo	35
5. Análise dos resultados	44
5.1 Resultados obtidos nos questionários	44
5.2 Resultados obtidos na execução dos testes	47
5.3 Observações gerais e propostas de melhorias	53
6. Conclusão	56
6.1 Considerações finais	56

6.2 Trabalhos futuros	57
7. Referências Bibliográficas	58
Anexo A – Apresentação da pesquisa	61
Anexo B – Termo e Declaração de Consentimento	62
Anexo C – Questionário	64

Índice de tabela

Tabela 1 - Tarefas a serem resolvidas no teste piloto	21
Tabela 2 - Tarefas a serem resolvidas nos testes oficiais com os usuários	25
Tabela 3 - Perfil dos participantes do primeiro grupo de estudo	25
Tabela 4 - Perfil dos participantes do segundo grupo de estudo	35
Tabela 5 - Completude das tarefas por grupo de estudo	47
Tabela 6 - Tempo médio de exposição por tarefa	48
Tabela 7 - Tempo médio de exposição na tarefa 1.....	48
Tabela 8 - Tempo médio de exposição na tarefa 2	49
Tabela 9 - Tempo médio de exposição na tarefa 3	50
Tabela 10 - Tempo médio de exposição na tarefa 4	51
Tabela 11 - Tempo médio de exposição na tarefa 5	52

Índice de Figuras

Figura 1 – As plataformas de mídia social mais usadas pelos brasileiros	13
Figura 2 – Indicação da possibilidade de compartilhamento de conteúdo	22
Figura 3 – Opções de edição no Stories	24
Figura 4 – Representação da alternativa no Direct	26
Figura 5 – Telas de edição pré-postagem	28
Figura 6 – Demonstração da ferramenta Story	29
Figura 7 – Botão de mensagem privada no perfil de um seguidor	30
Figura 8 – Compartilhamento via botão de imagem	31
Figura 9 – Ícone de criação do Instagram	33
Figura 10 – Tela de compartilhamento via Stories	38
Figura 11 – Demonstrativo das três opções de compartilhamento para o Instagram: direct, feed e stories	39
Figura 12 – Média diária de uso	44
Figura 13 – Distribuição do tempo de uso	45
Figura 14 – Razões de escolher o aplicativo	45
Figura 15 – Distribuição dos motivos de usar o Instagram	46
Figura 16 – Classificação do nível de dificuldade da tarefa 1	48
Figura 17 - Classificação do nível de dificuldade da tarefa 2	49
Figura 18 - Classificação do nível de dificuldade da tarefa 3	50
Figura 19 - Classificação do nível de dificuldade da tarefa 4	51
Figura 20 - Classificação do nível de dificuldade da tarefa 5	52
Figura 21 – Exemplo de proposta de melhoria com o aumento do ícone	54
Figura 22 – Exemplo de proposta de melhoria com a legenda dos ícones	54
Figura 23 – Exemplo de proposta de melhoria com a mudança do idioma	55

1 Introdução

Em um mundo cada vez mais tecnológico e globalizado, as mídias sociais realizam um importante papel na integração social deste mundo hiperconectado, permitindo a troca de informações de maneira quase instantânea com usuários ao redor de todo o globo.

Apesar dos benefícios da integração e compartilhamento de ideias, as redes sociais ainda apresentam barreiras aos seus usuários. Interfaces complicadas; de difícil navegação e aprendizado; ausência de configurações voltadas à inclusão social e limitações tecnológicas são fatores que impedem a plena inclusão e o acesso à rede de maneira acessível e usável por todos.

1.1 Objetivos

O presente trabalho tem como objetivo identificar, através de uma análise de usabilidade e acessibilidade da rede social *Instagram*, se esta mídia atende ou não as necessidades e expectativas dos usuários adultos e idosos com a finalidade de propor sugestões de melhorias.

Para atingir a proposta desejada, faz-se necessário o cumprimento dos seguintes objetivos intermediários:

- a. Escolha da rede social a ser estudada
- b. Definição dos grupos de participantes
- c. Elaboração das tarefas a serem executadas
- d. Realização de testes com os usuários
- e. Análise dos resultados
- f. Propostas de melhoria

1.2 Organização do texto

O presente trabalho está estruturado em capítulos e, além desta introdução, será desenvolvido da seguinte forma:

- Capítulo II: Fundamentação teórica – Consiste na definição de conceitos de redes sociais, usabilidade e acessibilidade; necessários para o bom entendimento do projeto, bem como a apresentação da mídia social online *Instagram* - objeto de estudo deste trabalho.
- Capítulo III: Metodologia – Apresenta a estruturação passo a passo das etapas que o autor segue para a elaboração deste trabalho, incluindo limitações.
- Capítulo IV: Estudo de caso – Consiste na descrição das etapas do estudo de caso, como: definição de perfil e seleção de participantes, tarefas a serem realizadas e detalhamento da execução dos testes.
- Capítulo V: Análise dos resultados - Compila os dados coletados nos testes com os usuários, trazendo uma análise sobre eles e sugerindo propostas de melhorias.
- Capítulo VI: Conclusão – Reúne as considerações finais e sugere possibilidades de aprofundamento posterior.

2 Fundamentação teórica

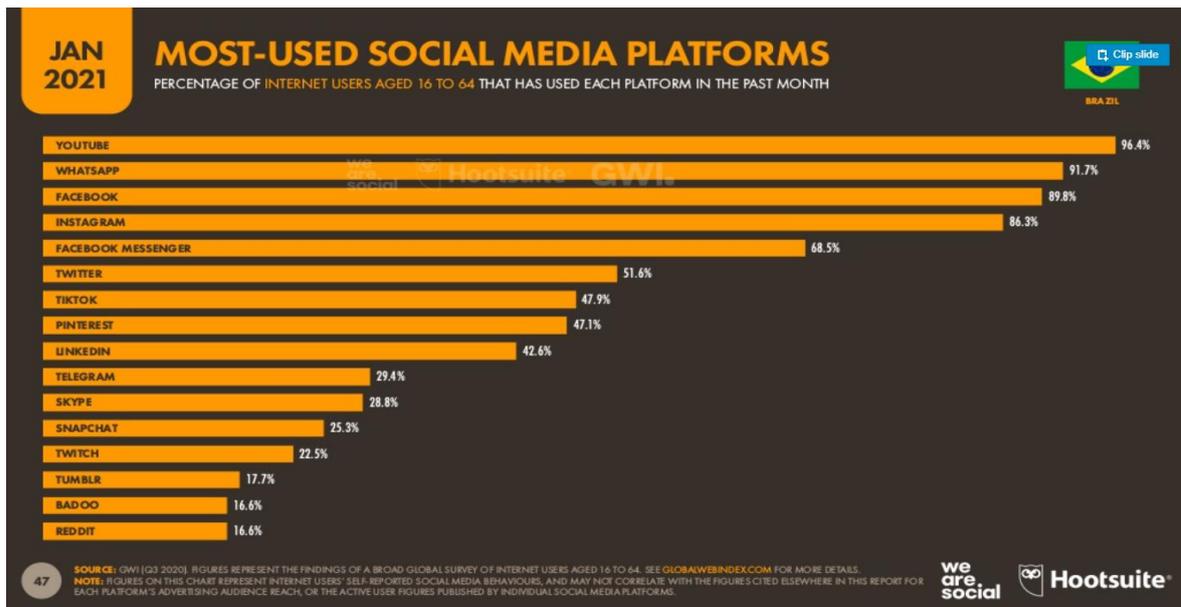
2.1 Redes Sociais

Rede social pode ser entendida como uma estrutura comunitária formada por várias pessoas que se conectam entre si, em torno de um objetivo em comum (RIBEIRO; BASTOS, 2011). No cenário virtual, as redes possibilitaram o surgimento de espaços ainda mais integradores, abertos e com relações horizontais – ausente de hierarquia, onde qualquer pessoa com pouco conhecimento tecnológico é capaz de participar ativamente da rede, produzindo, acompanhando e retirando conteúdos (VERMELHO; VELHO; BERTONCELLO, 2015).

AOL (America Online), foi uma das primeiras redes sociais virtuais que surgiram e que começaram a abrir espaço para o revolucionário mercado que existe atualmente. Criada em 1985, a rede já possibilitava a criação de comunidades online, geração de perfis pelos seus usuários, e troca de mensagens (GOBLE, 2012).

No Brasil, cerca de 150 milhões são o número de usuários ativos que acessam diariamente alguma rede social usando qualquer tipo de dispositivo. O total de horas médio gasto por dia usando alguma rede, considerando a faixa etária de 16 a 64 anos, é de 03 horas e 42 minutos e as quatro redes sociais mais usadas por esses usuários incluem o Youtube (96.4%), WhatsApp (91.7%), Facebook (89.8%) e Instagram (86.3%), como indicado na figura 1 (DATAREPORTAL, 2021).

Figura 1: As plataformas de mídia sociais mais usadas pelos brasileiros



Fonte: DataReportal, 2021

2.1.1 Instagram

O *Instagram* é uma plataforma online que permite a criação e compartilhamento de fotos, histórias e vídeos pelos usuários. Lançado em 2010, a plataforma possui atualmente versões para Web e dispositivos móveis. Dentre as suas funcionalidades, consta a busca, curtida de fotos e perfis, aplicação de filtros e transmissões ao vivo (INSTAGRAM, s.d.).

2.2 Usabilidade

A usabilidade é a característica que determina se um produto é de fácil aprendizado, não exigindo muito esforço para seu manuseio e que, eficientemente, atende ao propósito ao qual foi projetado, inviabilizando erros operacionais tanto por parte da plataforma como pelo usuário (NAU, 2016).

Como dito por Albertin (ALBERTIN, 1999), numa primeira instância, os usuários acessam um site apenas porque a plataforma se mostrou disponível em um mecanismo de busca, mas o retorno desses mesmos usuários ao site se dá somente se houver algum valor encontrado na página e ela se mostrar fácil de ser usada.

2.3 Acessibilidade

A acessibilidade consiste na garantia de qualquer pessoa, independentemente de sua condição, ter uma efetiva participação nos vários segmentos da sociedade de forma autônoma e segura sem que haja obstáculos ou entraves que dificultem ou impeçam o acesso e a liberdade de movimento, em qualquer circunstância e meio. (BRASIL, 2004).

No contexto digital, além de ser um sistema que permita que todos o utilizem, seja uma pessoa com deficiência ou não - sem barreiras e limitações - “a acessibilidade é também uma qualidade que se comprova a partir da satisfação de determinados requisitos, os quais estão especificados pelo W3C” (TORRES; MAZZONI, 2004).

2.3.1 Acessibilidade na Web: WCAG

A *World Wide Web Consortium* (W3C) é uma organização que regulamenta e padroniza as informações para o *World Wide Web* (WWW) e uma das diretrizes criadas por essa organização foi o *Web Content Accessibility Guidelines* (WCAG, s.d.).

O intuito do WCAG é garantir, através de diretivas, a construção de páginas web que não forneçam nenhuma limitação às pessoas.

A versão 2.1 do WCAG, publicada em 2018, estabelece critérios de sucesso para páginas web e *mobile* serem acessíveis e ausentes de limitações (W3C, 2018). Quatro princípios foram definidos, aos quais se algum deles não for cumprido, torna-se inacessível o acesso à plataforma. São eles:

1. **Perceptível:** as informações e componentes de interface do usuário devem ser dispostos aos usuários de forma que eles consigam perceber o que está sendo apresentado, sem que nada se perca utilizando todos os seus sentidos.
2. **Operável:** os usuários devem ser capazes de navegar e operar a interface em sua totalidade, não podendo os componentes exigirem uma interação que usuários não consigam realizar.
3. **Compreensível:** as informações e operações da interface devem ser compreensíveis, de modo que os usuários entendam e saibam o que fazer.
4. **Robusto:** os usuários devem ser capazes de acessar ao conteúdo de forma irrestrita, ainda que as tecnologias avancem e esteja defasada a tecnologia utilizada na construção da interface. Basicamente, o conteúdo deve permanecer a todo instante, acessível.

Com o objetivo de tornar as informações mais claras, englobando diferentes tipos de ambientes e conteúdos, o WCAG vem trabalhando em novas versões de suas diretrizes. O rascunho da mais atual - a versão 3.0, ainda está em construção para ser oficialmente publicado (W3C, 2021).

2.3.2 Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico: eMAG

Uma vez que a inacessibilidade dos sites do governo brasileiro excluía uma considerável parte da população nacional ao acesso à informação, o governo buscou a iniciativa de desenvolver um modelo que regulamentasse a aplicação da acessibilidade nos portais digitais de sua autoria. (BRASIL, 2014)

Em concordância com os padrões internacionais do W3C e tendo sua primeira versão lançada em 2005, o eMAG permite a implementação da acessibilidade digital de forma padronizada, de fácil execução e condizente com a realidade brasileira. Algumas de suas recomendações consistem em, por exemplo, definir como organizar o código HTML - linguagem utilizada na construção de páginas web - de forma lógica e semântica, permitindo que a hierarquia do código facilite a navegação dos sites por teclado e leitor de tela (BRASIL, 2014).

Sua versão mais recente é o eMAG 3.1 lançado em 2014, que apresenta diversas melhorias na compreensão dos textos e com inserção de novos exemplos com aplicação HTML5 e WAI-ARIA (BRASIL, 2019).

2.3.3 Acessibilidade para idosos

Em se tratando de idosos, a acessibilidade representa um importante papel na garantia da segurança e autonomia desse grupo, uma vez que com o avanço da idade, surgem fragilidades musculares e debilidades físico-motora-sensoriais que dificultam até a mais simples das atividades rotineiras. Desse modo, evidencia-se a necessidade de reduções de riscos e a busca pelo desenvolvimento e integrações de forma mais acessível, quer seja no cenário virtual ou não (TECNOSENIOR, 2018).

2.4 Trabalhos anteriores

A construção desta pesquisa foi inspirada em duas monografias. A de Rebecca Pantoja (PANTOJA, 2021), teve como foco a análise da acessibilidade na mídia social *Youtube*. Após definição das interfaces de estudo do aplicativo, a autora, levando em consideração as normas do WCAG, identificou se determinada tela preenchia ou não os requisitos definidos pela regulamentação. Seu trabalho concluiu que apenas pouco mais de 40% das telas do *Youtube* estudadas atendiam as normas, reforçando a necessidade de valorização da acessibilidade no virtual.

A segunda monografia, a de Pamela Alfaia (ALFAIA, 2021), trouxe um estudo de usabilidade e acessibilidade do aplicativo *WhatsApp*. Trabalhando com o público jovens adultos e idosos, a autora fez testes via questionários e tarefas pré-determinadas, buscando verificar as dificuldades encontradas pelos usuários ao manusear a mídia. Sua monografia permitiu chegar à conclusão de que o grupo dos idosos foram os que tiveram maior dificuldade de realizar as tarefas, como inclusão de novos contatos e compartilhamento de localização. O resultado do trabalho de Alfaia indica que, mesmo voltadas para todos os públicos, os idosos ainda enfrentam dificuldade ao usar as mídias sociais.

Há outro trabalho que serviu de apoio para o desenvolvimento desta presente pesquisa que envolveu, usando a plataforma web do *Instagram*, a análise da audiodescrição – um recurso voltado para acessibilidade do público deficiente visual. O trabalho comparou duas formas de audiodescrição: uma utilizando o texto descritivo lido pelo leitor de tela e outro utilizando a audiodescrição gravada pelo próprio autor da imagem. O projeto permitiu concluir que as imagens narradas por humanos foram preferíveis em detrimento das imagens narradas via leitor de tela, uma vez que descrevem de uma forma mais humanística, resultando em nenhuma dificuldade de compreensão por parte do público deficiente visual (MARQUES *et al.*, 2017). Esse trabalho demonstrou a importância da acessibilidade, posto que, por exemplo, encoraja ainda mais a participação de pessoas na utilização dos sistemas de mídia social.

Estudando o público adulto e idoso, a presente pesquisa traz um foco na avaliação da acessibilidade e usabilidade da plataforma *Instagram*, visando identificar se a mídia social atende as necessidades dos usuários ou não, considerando a análise dos testes e as diretrizes do WCAG 2.1.

3 Metodologia

Para identificar as limitações de acessibilidade e usabilidade impostas pelo *Instagram* e propor melhorias, foi utilizado neste projeto o método da pesquisa qualitativa via estudo de caso com dois grupos de análise: adultos e idosos, realizando uma observação comparativa entre eles. A abordagem qualitativa é a que melhor se adapta ao trabalho, uma vez que é o método de avaliação que abrange os seres humanos e suas relações estabelecidos em diversos ambientes, como o virtual (GODOY, 1995).

A pesquisa conteve as seguintes etapas:

1. Escolha da rede social a ser estudada
2. Seleção dos participantes
3. Definição dos métodos de avaliação
4. Realização dos testes com os usuários
5. Análise dos resultados
6. Propostas de melhorias
7. Limitações do método

1 Escolha da rede social a ser estudada

Instagram foi a rede social escolhida para o desenvolvimento deste projeto. Em janeiro de 2020, a rede contava com mais de 1 bilhão de usuários (HOOTSUITE, 2021) e segundo o relatório do DataReportal, em janeiro de 2021, o Brasil possuía 99 milhões de usuários ativos, sendo o terceiro país com o maior número de integrantes usando a plataforma (DATAREPORTAL, 2021). Tamanha expressividade numérica justifica o potencial que a rede tem sobre os brasileiros e o interesse em analisar a mídia neste presente trabalho.

2 Seleção dos participantes

Primeiramente, foi apresentado a potenciais participantes um documento denominado “Apresentação da Pesquisa” - que pode ser conferido no Anexo A. Este documento consta informações do pesquisador e objetivos da pesquisa, assim como também informa de que maneira será exigida a participação do voluntário.

Após aceite em participar do teste, foi apresentado um termo e declaração de consentimento – Anexo B, visando firmar oficialmente que o voluntário consentiu seguir as regras expostas, garantindo a segurança jurídica de ambas partes.

3 Definição dos métodos de avaliação

Os métodos de avaliação incluem a observação da realização das tarefas pré-definidas, conversa simultânea entre o pesquisador e os integrantes do grupo de estudo e análise das respostas do questionário.

O reconhecimento da aplicação da acessibilidade no *Instagram* é averiguado a partir da comparação do resultado encontrado nos testes com as normas definidas pelo WCAG - 2.1 e a análise da usabilidade do sistema é feita através das observações das limitações encontradas pelos usuários na realização das tarefas e respostas do formulário.

4 Realização dos testes com usuários

Para a realização do estudo de caso foram selecionados dez participantes: cinco adultos e cinco idosos, seguindo a recomendação proposta por Jacob Nielsen, no qual determina que uma avaliação com cinco usuários de um determinado grupo e em iguais condições de realização, já é capaz de detectar 85% dos problemas de interface encontrados (NIELSEN, 2010).

Os participantes receberam orientações informando o objetivo do projeto e as tarefas a serem realizadas por eles. Foi pedido também que verbalizassem as suas ações e as dificuldades encontradas, caso existissem. Ao término do teste, aplicou-se um questionário aos usuários para medir o nível de satisfação e barreiras encontradas na

execução do estudo de caso, bem como avaliar propostas de melhorias sugeridas por eles.

5 Análise dos resultados

As respostas dadas fornecidas pelos usuários no questionário após a realização do teste foram compiladas para a geração dos resultados que serviram como fundamento para a conclusão do estudo e proposta de melhorias na plataforma. A verbalização dos participantes e tempo de execução do teste também serviram como fonte de auxílio para a compreensão dos resultados encontrados.

6 Propostas de melhorias

Com a análise dos resultados obtidos e, levando em consideração as sugestões de melhorias pelos participantes, foram desenvolvidas propostas contendo os aperfeiçoamentos sugeridos para uma interface mais acessível e usável.

7 Limitações do método

Considerando o cenário pandêmico da Covid-19 no decorrer do desenvolvimento deste projeto e as restrições impostas pelo vírus como o isolamento social, uma das limitações encontradas foi a necessidade da realização dos testes garantindo um distanciamento seguro a todos e com a utilização de máscaras faciais. Todos os participantes incluindo o pesquisador estavam vacinados com pelo menos a primeira dose de uma das vacinas de combate ao vírus no momento da execução dos testes.

Uma outra limitação foi a questão de ter realizado os testes com usuários de relativa proximidade do meu círculo familiar, não abrangendo outros de características e segmentos diferentes – o que teria contribuído para uma melhor diversidade na pesquisa. Tal fato se deu pela necessidade ao máximo de evitar as interações sociais e consequente proliferação do vírus.

4 Estudo de caso

4.1 Definição das tarefas

Visando identificar o nível de acessibilidade e usabilidade da mídia social Instagram, foram definidas cinco tarefas a serem realizadas pelos usuários. As tarefas exigiram a interação do usuário com a plataforma, a postagem e exclusão de conteúdos e a busca por outros perfis. Na tabela 1, pode ser encontrada a descrição dos exercícios que foram realizados no teste piloto.

Tabela 1: Tarefas a serem resolvidas no teste piloto

	Tarefas
T1	Buscar um perfil e enviar uma mensagem por direct
T2	Compartilhar um post com um amigo
T3	Curtir e comentar uma foto postada por um seguidor
T4	Postar uma foto e excluí-la
T5	Postar um stories e excluí-lo

Fonte: do autor

4.2 Execução dos testes

Na realização dos testes, foi garantido uma distância segura entre o pesquisador e o usuário, em virtude do cenário pandêmico do Covid-19 no decorrer do desenvolvimento desta pesquisa.

Primeiramente, foi mostrado o termo de consentimento aos participantes que mostraram interesse em participar do projeto. Após aceitação, o pesquisador iniciou o teste, lendo a primeira tarefa e registrando tanto a sua verbalização como a dos usuários através de um aplicativo de gravação de voz no próprio celular como também fazendo anotações próprias - quando pertinente - das ações dos participantes. Ao término da

primeira tarefa, passou-se para o próximo exercício. Sendo assim até a finalização de todos os exercícios, dando por fim a execução do teste.

4.3 Execução do teste piloto

A fim de identificar problemas que poderiam surgir na realização dos testes como relevância e dificuldade das tarefas a serem executadas, foi desenvolvido um teste piloto com um participante idoso, uma vez que é o público que mais costuma enfrentar barreiras ao utilizar a internet.

Teste piloto com o voluntário idoso

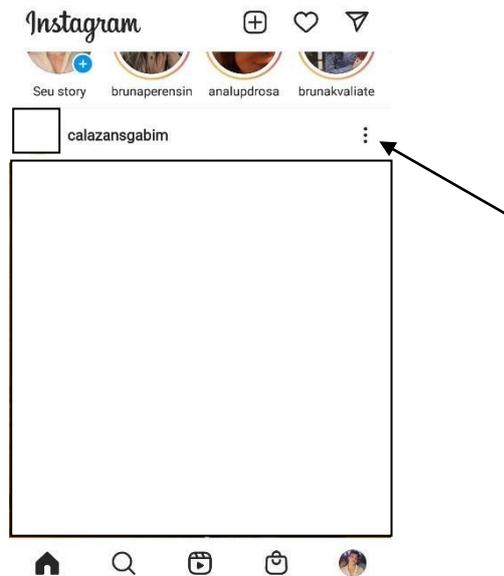
Tarefa 1 - *Buscar um perfil e enviar uma mensagem por direct*

O participante se mostrou um pouco receoso em primeira instância. Não tinha muita confiança em saber o que significava a palavra *direct*. Depois de explicado que o termo significava mensagens privadas, facilmente buscou um perfil e clicou no botão de enviar mensagens. A tarefa foi concluída em 52 segundos.

Tarefa 2 - *Compartilhar um post com um amigo*

Foi verbalizado pelo participante que achava não saber como realizar a tarefa. Após diversas tentativas de busca e ainda sem sair da plataforma, o voluntário entrou em seu perfil, escolheu uma foto, clicou no ícone dos três pontinhos como mostrado na figura 2 e conseguiu realizar o exercício. Foi curioso perceber que o usuário não saiu da plataforma para compartilhar através da galeria do seu celular – um comportamento que era esperado pelo pesquisador. Conclusão do objetivo após 05:11 minutos.

Figura 2: Indicação da possibilidade de compartilhamento de conteúdo



Fonte: do autor

Tarefa 3 - Curtir e comentar uma foto postada por um seguidor

O voluntário percorreu pelo seu *feed* até achar uma foto ao qual tivesse gostado o suficiente para curtir e comentar. Optou por essa opção, ainda que soubesse que poderia vir a pesquisar por um perfil desejado e concluir a tarefa. O exercício foi resolvido após 01:43 minutos.

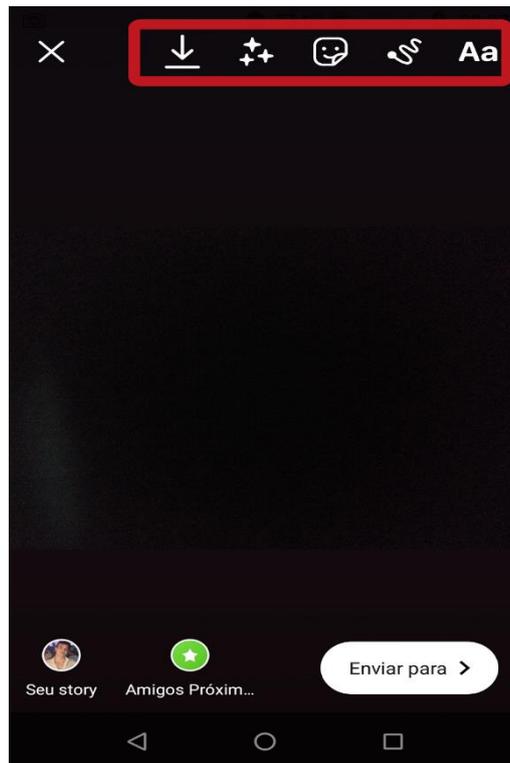
Tarefa 4 - Postar uma foto e excluí-la

O participante saiu da plataforma e selecionou a galeria do seu celular. Rapidamente escolheu uma foto e clicou na opção de compartilhamento para o *Instagram*. Já no aplicativo, entendeu que a mídia direcionava o usuário para a edição do post desejado, mas teve um pouco de dificuldade em compreender o que cada tipo de edição fazia. Verbalizou que tinha opções demais e que isso o atrapalhava. Após algumas escolhas, postou a foto e logo a excluiu com facilidade, concluindo a tarefa após 04:51 minutos.

Tarefa 5 - Postar um stories e excluí-lo

Desconhecendo da possibilidade de postar um stories dentro da própria plataforma, o voluntário seguiu os mesmos passos da tarefa 4 de sair da mídia, abrir a galeria de seu telefone, escolher um conteúdo para postar e depois compartilhar - dessa vez direcionando o compartilhamento para o *Stories*. Mostrou dificuldade em compreender os mais diversos botões que apareceram, como mostrado na figura 3. Após algumas tentativas, conseguiu finalizar o exercício depois de 04:48 minutos

Figura 3: Opções de edição no *Stories*



Fonte: do autor

O teste piloto permitiu concluir que o nível das perguntas e compreensão dos objetivos a serem executados estão adequados. As tarefas mostraram ter um nível de dificuldade ideal para a pesquisa, possibilitando que o participante fosse capaz de concluir todos os exercícios. O voluntário idoso não teve dificuldades em acessar o *Instagram* e compreender as perguntas, tendo apenas enfrentado algumas barreiras como termos técnicos em inglês, por exemplo. O teste possibilitou inferir que o nível de esforço para concluir a tarefa 2 é maior do que para concluir a tarefa 3 e relativamente igual para realizar a tarefa 4 e 5. Dessa maneira, foi alterada a ordem das questões de

modo que a tarefa 2 se tornasse a tarefa 3 e vice-versa. A tabela 2 apresenta a nova ordem das tarefas a serem executadas pelos demais voluntários.

Tabela 2: Tarefas a serem resolvidas nos testes oficiais com os usuários

	Tarefas
T1	Buscar um perfil e enviar uma mensagem por direct
T2	Curtir e comentar uma foto postada por um seguidor
T3	Compartilhar um post com um amigo
T4	Postar uma foto e excluí-la
T5	Postar um stories e excluí-lo

Fonte: do autor

4.4 Descrição do primeiro grupo de estudo

O primeiro grupo envolveu os adultos, na faixa etária dos 30 aos 59 anos. Para garantir a privacidade dos participantes, eles foram representados como A1, A2, A3, A4 e A5 nas seguintes descrições (tabela 3):

Tabela 3: Perfil dos participantes do primeiro grupo de estudo

Usuário	Sexo	Idade	Profissão	Tempo que utiliza <i>Instagram</i>	Média diária de uso no <i>Instagram</i>
A1	F	55	Professora	Menos de 1 ano	Raramente uso
A2	M	58	Motorista	Entre 1 e 2 anos	Raramente uso
A3	M	32	Estudante	Entre 2 e 4 anos	Entre 1 e 3 horas
A4	F	30	Militar	Mais de 4 anos	Entre 1 e 3 horas
A5	F	30	Estudante	Mais de 4 anos	Entre 1 e 3 horas

Fonte: do autor

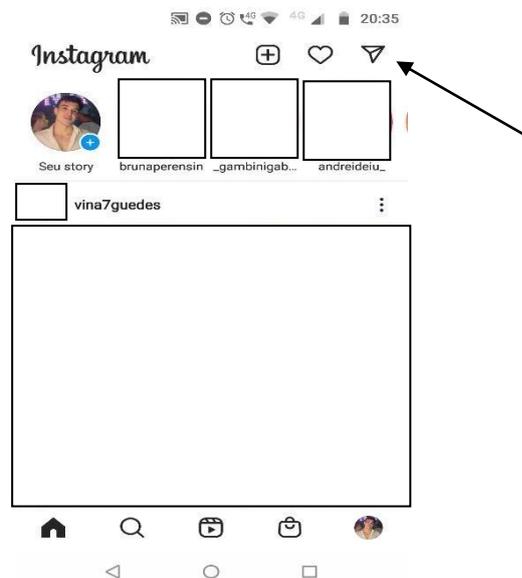
Teste com o participante A1

Tarefa 1 - *Buscar um perfil e enviar uma mensagem por direct*

O participante teve dúvidas em entender o que significava a palavra *direct*, sendo esta utilizada no *Instagram* como sinônimo de mensagem privada. Posteriormente, navegou

até o perfil privado de um seguidor e clicou no botão “Mensagem” para por fim, concluir a tarefa. O participante voluntário desconhecia o caminho alternativo na página principal do aplicativo, como mostra a figura 3, que permitia a execução da mesma tarefa. O exercício foi concluído em 59 segundos.

Figura 4: Representação da alternativa no *Direct*



Fonte: do autor

Tarefa 2 - Curtir e comentar uma foto postada por um seguidor

O usuário não sabia que poderia pesquisar por um seguidor desejado, entrar no respectivo perfil e realizar a tarefa. Optou, então, por percorrer o seu próprio *feed* na página principal até encontrar um seguidor ao qual quisesse interagir e, por fim, curtir e comentar o post, concluído a tarefa. O exercício foi resolvido após 01:37 minutos.

Tarefa 3 - Compartilhar um post com um amigo

Houve dificuldade em compreender se o compartilhamento do *post* ser feito dentro do aplicativo ou não. Desconhecendo a capacidade da mídia social de permitir o compartilhamento dentro dela mesma, o usuário saiu do sistema e navegou até a galeria do seu celular, buscando por alguma foto. Após encontrar, tentou compartilhar o conteúdo para o Instagram, mas enfrentou mais dificuldades e acabou optando por não concluir o exercício. O participante desistiu da tarefa após 02:59 minutos.

Tarefa 4 - *Postar uma foto e excluí-la*

Facilmente o participante escolheu uma foto para postar, utilizando a galeria do seu celular. Ao compartilhar para o *Instagram*, o usuário encontrou barreiras em entender exatamente como funcionava a opção que o aplicativo propicia de cortar e editar a foto. O conteúdo foi excluído com facilidade. A tarefa foi concluída após 03:14 minutos.

Tarefa 5 - *Postar um stories e excluí-lo*

O participante encontrou o *Stories* sem dificuldades. Tomou bastante tempo pensando no que escrever e como utilizar as mais diversas opções de edição, ao qual desconhecia por completo. Excluiu o conteúdo sem problemas, finalizando a tarefa após 04:05 minutos.

Teste com o participante A2

Tarefa 1 - *Buscar um perfil e enviar uma mensagem por direct*

Não era do conhecimento do participante saber o que significava a palavra *direct*. Depois de explicado que o termo significava mensagens privadas, o voluntário rapidamente buscou por um perfil desejado, completando a tarefa em 01:18 minutos.

Tarefa 2 - *Curtir e comentar uma foto postada por um seguidor*

O participante não sabia que em seu próprio *feed* já aparecia as fotos postadas por seus seguidores. Desconhecendo dessa funcionalidade, navegou até um perfil de interesse através da seção de busca e finalizou a tarefa, concluindo-a em 01:31 minutos.

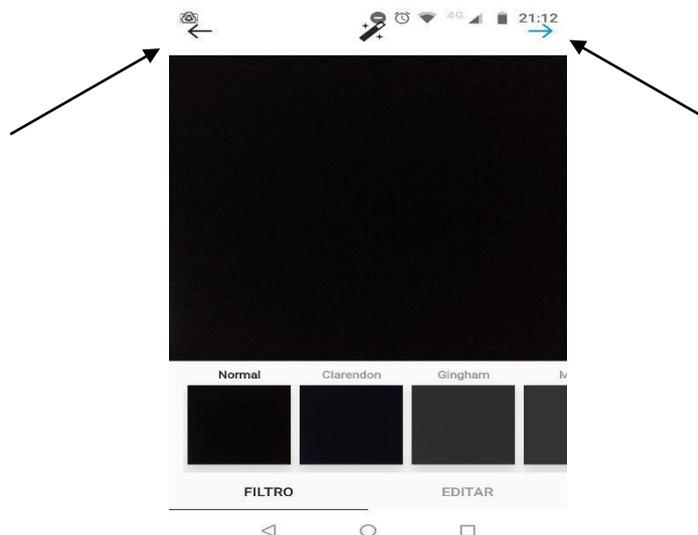
Tarefa 3 - *Compartilhar um post com um amigo*

O usuário usou o próprio *Instagram* para compartilhar o conteúdo, não saindo da plataforma. Sem barreiras, clicou em um post próprio desejado e executou a tarefa, finalizando-a em 0:36 segundos.

Tarefa 4 - *Postar uma foto e excluí-la*

Primeiramente o voluntário saiu da plataforma e navegou até seu álbum de fotos do celular, escolhendo um conteúdo para postar no *Instagram*. Por diversas vezes o participante achou que tivesse postado quando, na verdade, estava numa das páginas de edição pré-postagem que a mídia direciona. Houve muita dificuldade na navegação das setas, como mostrado na figura 5. Realizou o caminho de ida e volta da navegação diversas vezes, voltando à estaca inicial. Verbalizou que havia muitos caminhos a serem seguidos, faltando clareza. Depois de inúmeras tentativas, conseguiu realizar a postagem da foto, mas enfrentou barreiras ao excluir, uma vez que saiu da plataforma e foi até a galeria de fotos de seu aparelho para deletar ali o conteúdo, acreditando que também era deletado na mídia social. Observando que não era esse o procedimento, voltou a plataforma e conseguiu executar o exercício, concluindo a tarefa em 04:34 minutos.

Figura 5: Telas de edição pré-postagem

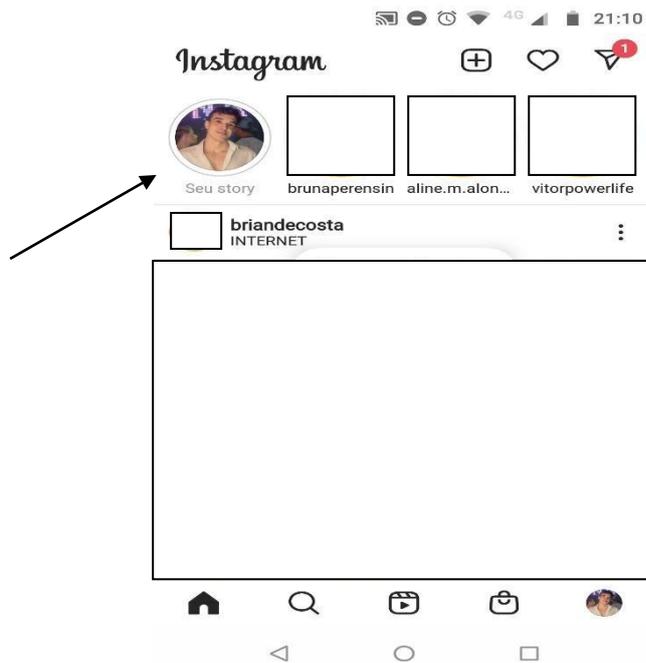


Fonte: do autor

Tarefa 5 - Postar um stories e excluí-lo

O participante realizou o mesmo procedimento da tarefa 4, acreditando que para postar um *Stories*, precisava postar no *Feed*. Demonstrando que não sabia muito bem a diferença entre esses dois termos. Posteriormente, depois de observado o nome *Story* em seu perfil do *Instagram*, como mostrado na figura 6, conseguiu incluir um conteúdo e realizar a tarefa, ainda que tenha enfrentado novamente algumas barreiras nas etapas de edição da ferramenta. A tarefa foi concluída em 09:19 minutos.

Figura 6: Demonstração da ferramenta *Story*



Fonte: do autor

Teste com o participante A3

Tarefa 1 - *Buscar um perfil e enviar uma mensagem por direct*

O participante navegou até o perfil de um seguidor, clicou na opção mensagens privadas como demonstrado na figura 7 e concluiu a tarefa, finalizando-a em 0:22 segundos.

Figura 7: Botão de mensagem privada no perfil de um seguidor



Fonte: do autor

Tarefa 2 - Curtir e comentar uma foto postada por um seguidor

O usuário percorreu o seu *feed* da plataforma até encontrar uma foto que o agradou de um seguidor e completou o exercício, curtindo e comentando o conteúdo. A tarefa foi concluída em 01:26 minutos.

Tarefa 3 - Compartilhar um post com um amigo

Para realizar a tarefa, o voluntário optou por um caminho que o diferenciou de alguns outros testes realizados com outros usuários. Navegando até o perfil de um seguidor desejado, clicou na opção mensagens privadas – similar a proposta da tarefa 1 - e clicou no botão de imagem como mostrado na figura 8, compartilhando o post por ali. O exercício foi concluído em 02:02 minutos.

Figura 8: Compartilhamento via botão de imagem



Fonte: do autor

Tarefa 4 - Postar uma foto e excluí-la

O participante verbalizou que não sabia se seria possível postar uma foto dentro da própria plataforma. Dessa maneira, saiu da mídia, escolheu uma foto na galeria de seu celular e selecionou a opção para compartilhamento no *Instagram*. Entendeu que o

aplicativo o direcionava para as páginas de edição de conteúdo, que antecedem a conclusão da postagem, que foi excluída facilmente pelo usuário. O exercício foi completo após 03:58 minutos.

Tarefa 5 - *Postar um stories e excluí-lo*

Na figura 6, é possível observar o componente de opção de postagem de *Stories* pelo usuário. Tendo conhecimento deste botão, o voluntário navegou até seu *feed*, clicou nesse componente e completou a tarefa. O participante demonstrou ter conhecimento das ferramentas de edição da plataforma, tomando apenas um pouco de tempo na edição das fotos de modo a deixá-las de um jeito que fosse de seu agrado. O conteúdo foi excluído sem dificuldade. A finalização da tarefa se deu após 02:58 minutos.

Teste com o participante A4

Tarefa 1 - *Buscar um perfil e enviar uma mensagem por direct*

Realizando o mesmo procedimento de outros participantes, o usuário A4 buscou por um perfil de um seguidor, clicou no botão de mensagens, - observado na figura 7, e finalizou a tarefa após 0:46 segundos.

Tarefa 2 - *Curtir e comentar uma foto postada por um seguidor*

O voluntário percorreu até a página principal do *Instagram* e realizou as exigências da tarefa na primeira postagem que apareceu em seu *feed*, terminando os objetivos em 0:27 segundos.

Tarefa 3 - *Compartilhar um post com um amigo*

O participante clicou no ícone observado na figura 2, selecionou a opção de compartilhamento em direct, escolheu o perfil de um seguidor e finalizou a tarefa em 01:45 minutos.

Tarefa 4 - Postar uma foto e excluí-la

Para a realização de tal tarefa, o voluntário não saiu da plataforma. Navegando até o seu perfil privado, clicou no ícone de criar – como demonstrado na figura 9, selecionou a opção de publicação e seguiu os passos direcionados pela mídia, como escolha de conteúdo para postagem e edição. Para excluir a foto, e ainda permanecendo em seu perfil, ele selecionou o conteúdo recém postado, clicou no ícone dos três pontinhos e terminou o exercício. A tarefa foi dada como concluída após 04: 31 minutos.

Figura 9: Ícone de criação do *Instagram*



Fonte: do autor

Tarefa 5 - Postar um stories e excluí-lo

Usufruindo da mesma estratégia que fez na execução da tarefa 4, o usuário A4 percorreu até o ícone de criação e, dessa vez, selecionou a opção de *Stories*. Levou um pouco de tempo na edição do conteúdo e fez a postagem. Para excluir, navegou até a página principal do *Instagram*, clicou na foto do seu perfil e excluiu o conteúdo, dando a tarefa como finalizada após 05:05 minutos.

Teste com o participante A5

Tarefa 1 - *Buscar um perfil e enviar uma mensagem por direct*

O voluntário clicou no botão de envio de mensagens diretas, como demonstrado na figura 4, pesquisou por um perfil de um seguidor desejado e enviou a mensagem, completando a tarefa em 0:35 segundos.

Tarefa 2 - *Curtir e comentar uma foto postada por um seguidor*

Para realizar esta tarefa, o participante A5 realizou os mesmos passos que fez na tarefa 1, exceto que ao invés de clicar no botão de mensagens, escolheu uma foto no perfil do seguidor e concluiu o exercício em 1:02 minutos.

Tarefa 3 - *Compartilhar um post com um amigo*

O usuário saiu da plataforma no seu celular, escolheu um conteúdo na galeria de fotos, selecionou a opção de compartilhamento por *direct* para a mídia social, escolheu o perfil de um seguidor e finalizou a tarefa em 02:31 minutos.

Tarefa 4 - *Postar uma foto e excluí-la*

Seguindo o mesmo procedimento feito em sua tarefa 3, o voluntário optou por sair da mídia, navegou até onde se encontrava as fotos em seu celular, escolheu uma e selecionou a possibilidade de compartilhar por *feed*. Não demonstrou dificuldade em compreender as ferramentas de edição que o *Instagram* oferece e realizou a postagem do conteúdo. Não enfrentou barreiras em excluir a recém postagem. A tarefa foi dada como concluída após 03:39 minutos.

Tarefa 5 - *Postar um stories e excluí-lo*

Adotando a mesma estratégia das outras duas tarefas anteriores e, optando por dessa vez compartilhar o conteúdo por *Stories*, ele fez a postagem do conteúdo. Para concluir a segunda parte do exercício, a exclusão do *Stories*, o participante foi até o seu perfil

privado e clicou no seu retrato. Visualizando sua postagem, facilmente encontrou a opção de excluir, terminando a tarefa em 02: 15 minutos.

4.5 Descrição do segundo grupo de estudo

O segundo grupo envolveu os idosos, na faixa etária dos 70 aos 85 anos. Para garantir a privacidade dos participantes, eles foram representados como I1, I2, I3, I4 e I5 nas seguintes descrições (tabela 4):

Tabela 4: Perfil dos participantes do segundo grupo de estudo

Usuário	Sexo	Idade	Profissão	Tempo que utiliza <i>Instagram</i>	Média diária de uso no <i>Instagram</i>
I1	F	75	Servidora	Entre 2 e 4 anos	Entre 1 e 3 horas
I2	F	70	Assistente Social	Entre 2 e 4 anos	Entre 1 e 3 horas
I3	F	82	Assistente Social	Menos de 1 ano	Até 1 hora
I4	F	79	Professora	Mais de 4 anos	Mais de 3 horas
I5	F	70	Servidora	Menos de 1 ano	Raramente uso

Fonte: do autor

Teste com o participante I1

Tarefa 1 - *Buscar um perfil e enviar uma mensagem por direct*

Na página principal da mídia social, o participante I1 navegou pelo seu *feed* até encontrar uma postagem de que gostou. Depois, clicou no nome desse seguidor que fez a postagem e, em sua página de perfil, clicou no botão de mensagens e realizou a tarefa, terminando-a em 01:51 minutos.

Tarefa 2 - *Curtir e comentar uma foto postada por um seguidor*

Realizando o mesmo procedimento feito em sua tarefa 1, o usuário percorreu pela página principal do *Instagram*, encontrou um conteúdo que o agradou e realizou os objetivos dos exercícios. A tarefa foi concluída em 01:12 minutos.

Tarefa 3 - *Compartilhar um post com um amigo*

Dentro da própria plataforma e em seu perfil privado, o participante escolheu a sua postagem mais recente, clicou no ícone dos três pontinhos e selecionou a opção de compartilhamento, escolheu o seguidor desejado e terminou o exercício após 00:51 segundos.

Tarefa 4 - *Postar uma foto e excluí-la*

O participante saiu da plataforma, buscou por uma foto em seu celular e selecionou a opção de compartilhar para a mídia social. Após ser levado para as páginas de edição que o *Instagram* direciona, o usuário mostrou um pouco de dificuldade em entender o fluxo de navegação e as muitas opções de edição disponíveis, mas que conseguiu realizar a postagem do conteúdo. Já para excluir, o voluntário enfrentou algumas barreiras. Após algumas tentativas, encontrou a opção de exclusão e finalizou a tarefa após 02:26 minutos.

Tarefa 5 - *Postar um stories e excluí-lo*

O participante verbalizou que desconhecia o que era *Stories* e que nunca tinha postado algo parecido. Após explicado pelo pesquisador o que significava o termo, o voluntário tentou executar a tarefa, mas logo em seguida informou que realmente não sabia. O exercício foi considerado como não concluído após 01:24 minutos.

Teste com o participante I2

Tarefa 1 - *Buscar um perfil e enviar uma mensagem por direct*

O participante pesquisou por um perfil de um seguidor, entrou no perfil desse usuário e clicou no botão de mensagens, concluindo a tarefa em 00:44 segundos

Tarefa 2 - *Curtir e comentar uma foto postada por um seguidor*

O usuário I2 navegou pelo seu *feed* até encontrar uma foto de que gostou, curtiu e comentou o conteúdo, finalizando o exercício em 01:02 minutos.

Tarefa 3 - Compartilhar um post com um amigo

O participante verbalizou que nunca tinha feito algo parecido, mas que iria tentar. Optou por explorar a plataforma, tentando encontrar alguma ferramenta que o permitisse realizar a tarefa, mas não conseguiu. Após algumas tentativas, desistiu do exercício. A tarefa foi dada como não concluída após 02:53 minutos

Tarefa 4 - Postar uma foto e excluí-la

Para realizar o exercício proposto, o voluntário saiu da plataforma, abriu a câmera de seu celular e tirou um retrato seu. Em seguida, selecionou a opção de compartilhamento para o *Instagram*. Nas páginas de edição de conteúdo ao qual a mídia social direciona, mostrou dificuldade em lidar com as mais diversas possibilidades de alteração do conteúdo. Comentou que eram muitas opções e que isso sempre o atrapalhava. Resolveu tentar algumas edições, mas demonstrando insatisfação, optou por seguir o fluxo de navegação da postagem sem fazer nenhuma alteração no conteúdo e realizou a postagem da foto. Comentou que nunca tinha feito a exclusão de uma postagem na plataforma, mas decidiu tentar e após algumas tentativas, conseguiu realizar o proposto depois de ter entrado em seu perfil e selecionado a opção de excluir na recém-postada foto. O exercício foi concluído após 05:37 minutos.

Tarefa 5 - Postar um stories e excluí-lo

O voluntário comentou que não sabia o que significava *Stories*. Após explicado pelo pesquisador o que o termo queria dizer, o usuário I2 recordou de que já tinha feito algo parecido, mas que não se lembrava muito bem de como fazer. Resolvendo tentar, navegou pela plataforma e, após um tempo buscando, conseguiu encontrar a opção de postagem na sua página privada, como demonstrado na figura 9. Escolhendo a mesma foto tirada na tarefa 4, fez a postagem do conteúdo e conseguiu realizar a exclusão sem dificuldades. A atividade foi finalizada após 04:22 minutos.

Teste com o participante I3

Tarefa 1 - *Buscar um perfil e enviar uma mensagem por direct*

Na página principal da mídia social, o voluntário clicou no *stories* de um seguidor, clicou no ícone de perfil e foi direcionado para a página privada desse seguidor. Nesta seção, o participante clicou no botão de enviar mensagens como demonstrado na figura 7 e concluiu o exercício, finalizando-o em 01:15 minutos.

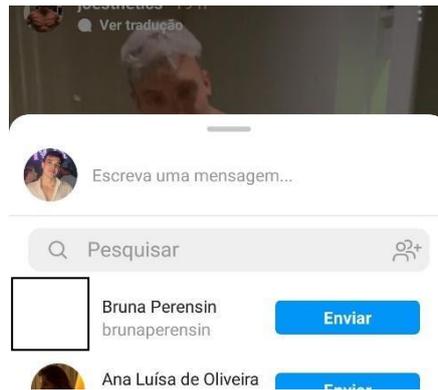
Tarefa 2 - *Curtir e comentar uma foto postada por um seguidor*

Tentando realizar a tarefa, o voluntário repetiu o mesmo procedimento feito no exercício anterior, clicando no *stories* de um seguidor. Após um tempo, saiu da seção *stories*, deslizou a tela para o lado e para o outro, demonstrando não ter domínio do *feed* da ferramenta. Verbalizou que não sabia como fazer, mas que ainda assim iria tentar. Voltando ao *stories* e direcionado para a página privada de um seguidor, clicou numa foto e conseguiu realizar a curtida. Para comentar, enfrentou dificuldades. Não sabia o que significa os ícones que a mídia fornecia. Realizando a curtida, mas não o comentário, o participante optou por desistir da tarefa, finalizando-a parcialmente após 03:57 minutos.

Tarefa 3 - *Compartilhar um post com um amigo*

Clicando no *stories* e posteriormente no ícone de perfil do seguidor, o voluntário tentou encontrar uma forma de compartilhar um conteúdo, mas não soube como. Após uma tentativa de busca, conseguiu encontrar, porém a mídia social direcionou para a tela de compartilhamento – figura 10 - confundindo o voluntário que achou já ter realizado o compartilhamento. Não sabendo como prosseguir e sair da tela, desistiu da tarefa após 03:41 minutos.

Figura 10: Tela de compartilhamento via *Stories*



Fonte: do autor

Tarefa 4 - Postar uma foto e excluí-la

Inicialmente clicou no *stories* e tentou realizar o procedimento. Depois de esclarecido que a tarefa exigia a postagem de uma foto e não um *stories*, o participante verbalizou então que para isso achava que tinha que buscar uma foto no seu próprio celular. Saiu do *Instagram*, abriu a galeria do seu aparelho telefônico, escolheu uma foto, mas teve dificuldade em compartilhar, uma vez que são três as opções de compartilhamento como mostrado na figura 11. Não sabendo o que significava ao certo os termos, desistiu da tarefa depois de 02:30 minutos.

Figura 11: Demonstrativo das três opções de compartilhamento para o *Instagram: direct, feed e stories*



Fonte: do autor

Tarefa 5 - Postar um stories e excluí-lo

Em sua página privada, clicou no botão – figura 9 – e tentou realizar a tarefa. Após algumas tentativas saiu da plataforma, abriu a galeria de seu celular, escolheu um conteúdo e clicou no botão de compartilhar. Correlacionando a tarefa proposta “postar um *stories*”, com uma das opções de compartilhamento “*stories*”, o voluntário clicou na opção correta e realizou a postagem. Em seguida, excluiu o conteúdo com facilidade e terminou a tarefa após 02:09 minutos.

Teste com o participante I4

Tarefa 1 - *Buscar um perfil e enviar uma mensagem por direct*

O voluntário I4 clicou na seção de busca do *Instagram*, observou as recomendações de usuários que a plataforma recomendava e escolheu um para enviar a mensagem. Após algum tempo escrevendo o texto, concluiu a tarefa em 02:08 minutos.

Tarefa 2 - *Curtir e comentar uma foto postada por um seguidor*

Para realizar tal tarefa, o participante não enfrentou dificuldades. Em seu *feed*, e em uma postagem de um seguidor, clicou no ícone de curtir da plataforma e comentou o conteúdo. O exercício foi finalizado após 01:16 minutos.

Tarefa 3 - *Compartilhar um post com um amigo*

Verbalizando que não sabia como realizar a tarefa, ainda assim o participante resolveu tentar. Primeiramente, dentro ainda da plataforma, o usuário chegou a ir até a opção de mensagens privadas como demonstrado na figura 8, mas acabou não encontrando a opção de enviar um conteúdo e retornou para a página principal. Depois, optou por sair da mídia e entrar no *Facebook*, afirmando que iria tentar compartilhar por lá. Dessa maneira, encontrou algum post que o agradou dentro da outra mídia, selecionou o botão de compartilhar e direcionou o compartilhamento para o *Instagram*, terminando a tarefa após 04:36 minutos.

Tarefa 4 - Postar uma foto e excluí-la

O participante comentou que nunca tinha feito algo parecido, mas que iria tentar fazer. Navegando até o perfil privado de um seguidor, tentou usar um conteúdo postado desse usuário como um *post* para trazer para o seu perfil, mas acabou não conseguindo realizar o que desejava e também não conseguia encontrar o seu próprio perfil. Após comentar que isso era muito difícil, ainda assim resolveu continuar tentando. Navegou até o seu *feed* e favoritou conteúdo. Observou que nada tinha acontecido e não soube aonde o conteúdo favoritado foi parar. Após estas tentativas, resolveu sair do *Instagram* e abrir a galeria do seu celular, escolheu uma foto e selecionou a opção de compartilhamento para o *Instagram*. Enfrentou muita dificuldade na parte de edição de conteúdo ao qual a mídia direcionava, não conseguia entender as muitas opções de edição nem compreender o fluxo de navegação. Achou que já tivesse postado diversas vezes, quando na verdade ainda se encontrava na tela de alteração do conteúdo. Após um considerável tempo, encontrou o ícone de seguimento do fluxo de navegação, como demonstrado na figura 5 e conseguiu realizar a conclusão da primeira etapa da tarefa. Para excluir, o voluntário retornou ao *Instagram* e, observando que sua foto estava no *feed*, tentou excluir por ali. Após explorar as opções de interação como curtir e comentar, observou que havia o ícone dos três pontinhos – figura 2 - e concluiu o exercício após 17:12 minutos.

Tarefa 5 - Postar um stories e excluí-lo

Para esta tarefa, o voluntário demonstrou ter um pouco mais de *expertise* que a tarefa anterior. Facilmente encontrando a opção de postagem de *Stories*, em sua página principal, clicou no ícone *Stories* e tirou uma foto. Verbalizou que não sabia o que significa os muitos ícones – figura 3 – e que isso o confundia e também comentou não saber se já tinha tirado a foto ou não. Dando seguimento ao fluxo, clicou no botão de enviar para e realizou a postagem do conteúdo. Para excluir, e na página principal do aplicativo, clicou novamente no ícone *Stories* e conseguiu realizar a exclusão da postagem, finalizando a tarefa após 04:27 minutos.

Teste com o participante I5

Tarefa 1 - *Buscar um perfil e enviar uma mensagem por direct*

Foi necessário explicar o que significava o termo *direct* para o participante compreender a tarefa proposta. Depois de explicado, verbalizou que iria tentar, mas que não sabia como fazer. No seu *feed*, deslizou a tela para baixo diversas vezes até encontrar o nome de um seguidor que gostasse e realizou um comentário na postagem. Foi explicado que não tinha sido enviado privada, e sim uma pública. O voluntário reforçou que não sabia e desistiu da tarefa após 01:55 minutos.

Tarefa 2 - *Curtir e comentar uma foto postada por um seguidor*

Realizando o mesmo procedimento feito na tarefa anterior, o usuário deslizou a tela até encontrar um seguidor desejado e comentou a foto. Para curtir, clicou na postagem duas vezes e concluiu a tarefa após 01:07 minutos.

Tarefa 3 - *Compartilhar um post com um amigo*

O usuário informou que nunca tinha feito algo parecido e que usava a plataforma apenas para olhar. Reforçou que por nenhum momento chegou a compartilhar algo com alguém e optou por não tentar a tarefa. O exercício foi dado como não concluído depois de 00:32 segundos.

Tarefa 4 - *Postar uma foto e excluí-la*

Para realizar a tarefa, o voluntário saiu da plataforma e abriu a galeria do seu celular. Escolheu um conteúdo e selecionou a opção de compartilhar. Ao ser deparado com as opções de compartilhamento para o *Instagram* – figura 11 – não soube como prosseguir e desistiu da tarefa após 02:11 minutos.

Tarefa 5 - *Postar um stories e excluí-lo*

Na página principal do aplicativo, observou que a ferramenta dava a opção de “Seu *story*” como possível de ser observado na figura 4. Clicou no ícone do seu perfil e foi

direcionado para a página de postagem de *stories*. Verbalizou que a tela era confusa e que não sabia como dar seguimento. Desistiu da tarefa após 01:35 minutos.

5 Análise dos resultados

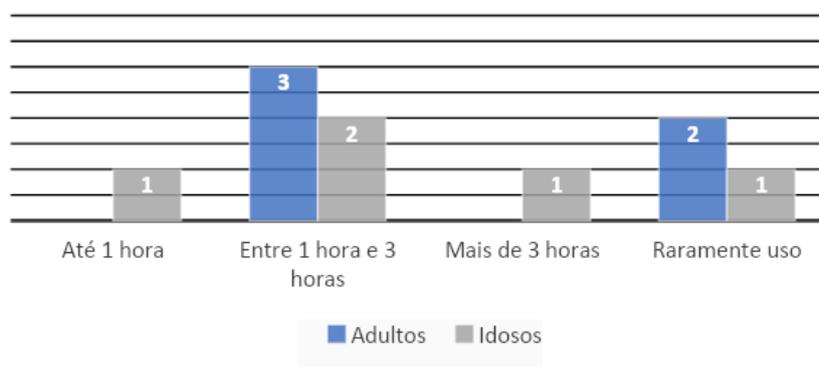
5.1 Resultados obtidos nos questionários

O questionário – que pode ser conferido no ANEXO C deste projeto – buscou coletar informações pessoais dos usuários como nome e idade, e também outros dados relacionados a plataforma *Instagram*, como média diária de uso e as razões pelo qual o participante aderiu ao aplicativo.

Média diária de uso

A figura 12 representa a distribuição da média diária de uso do *Instagram* pelos dois grupos de estudo. Segundo os dados coletados, a grande maioria dos participantes utiliza a plataforma por cerca de 1 a 3 horas por dia.

Figura 12: Média diária de uso



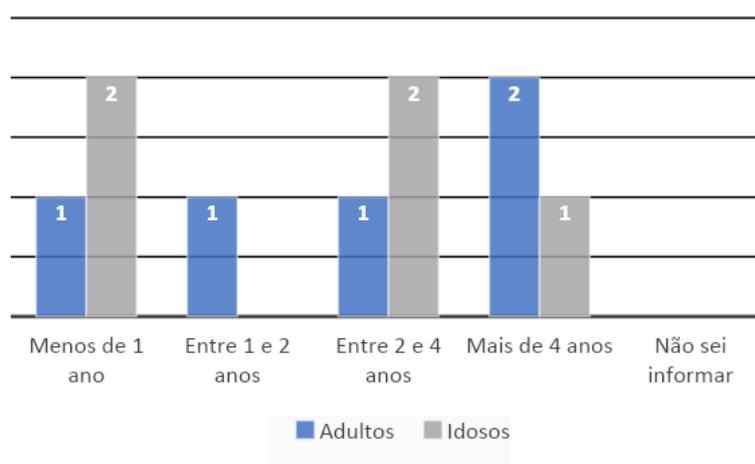
Fonte: do autor

Tempo a que já usa a plataforma

A figura 13 contém a representação gráfica do tempo de uso dos dois grupos de estudo neste projeto, adultos e idosos. Foi curioso notar que, assim como para os adultos, a maioria dos idosos também já utilizavam a plataforma por mais de dois anos. Tal fato levanta uma reflexão interessante de que, apesar de utilizarem por igual ou maior tempo

do que os adultos, ainda assim os idosos enfrentaram mais dificuldades na realização das tarefas. A justificativa se dê talvez pelo fato de serem mais condicionados a usar a plataforma para um fim específico e que, por medo, são mais retraídos na exploração dos componentes que a mídia social oferece, refletindo no enfrentamento de barreiras na execução dos exercícios que exigem um comportamento diferente daquele ao qual estão acostumados.

Figura 13: Distribuição do tempo de uso

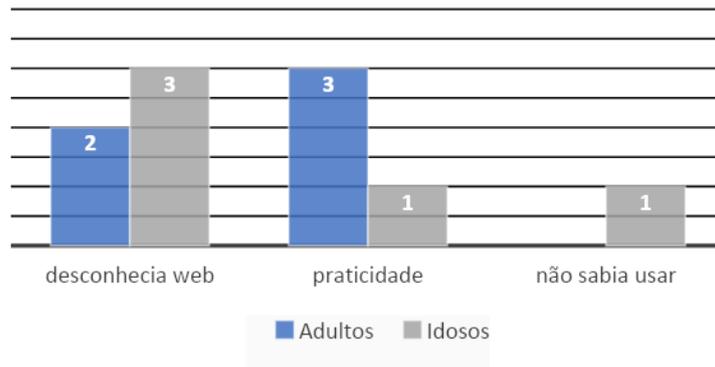


Fonte: do autor

Escolha do ambiente do teste

Os dois grupos, em sua totalidade, escolheram realizar o teste através do aplicativo ao invés da web. Os motivos que levaram a essa escolha podem ser encontrados na figura 14. Observa-se que a grande maioria dos idosos desconheciam a possibilidade de utilizar o *Instagram* na Web, o que reflete em algo negativo, uma vez que utilizando a versão do navegador, estes usuários poderiam ter vindo a performar melhor. Tal fato também indica uma possível ausência de divulgação adequada e abre espaço para propostas de melhorias que viessem a informar aos usuários não só da possibilidade de utilizar o *Instagram* no aplicativo, como também na web.

Figura 14: Razões de escolher o aplicativo

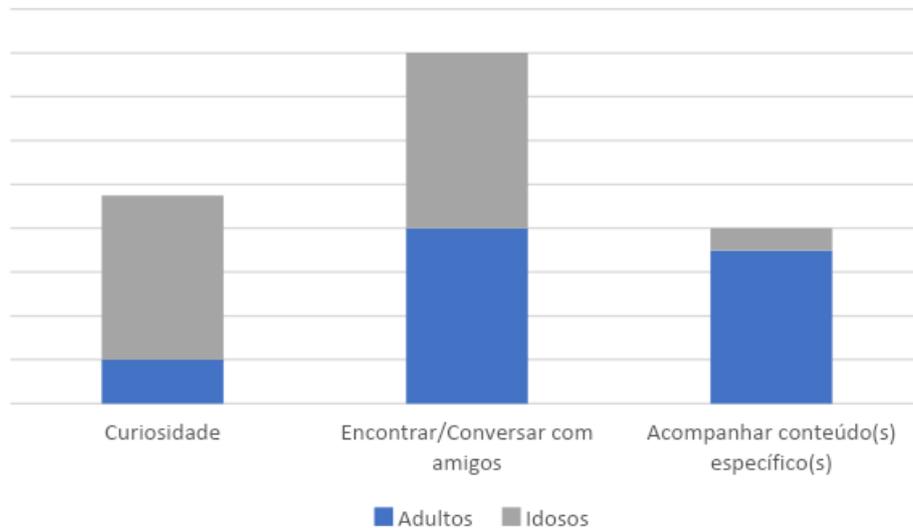


Fonte: do autor

Fatores que motivaram a adesão ao *Instagram*

A figura 15 representa a distribuição das motivações do uso da mídia social pelos adultos e idosos. Para os adultos, acompanhar conteúdos específicos foi um dos principais motivos de adesão à plataforma. Já para os idosos, a curiosidade foi o fator de maior relevância, seguido do interesse em encontrar e conversar com amigos. Tais comportamentos sugerem que os idosos utilizam o *Instagram* como ferramenta de socialização, enquanto os adultos utilizam mais como forma de manter-se atualizado nos assuntos de interesse. Essa observação da maneira de agir dos dois grupos abrem novos horizontes à mídia social de como se dá a interação na sua plataforma por diferentes usuários, possibilitando a reestruturação dos seus componentes e arquitetura de informação de forma que se adequem melhor as necessidades dos usuários.

Figura 15: Distribuição dos motivos de usar o *Instagram*



Fonte: do autor

5.2 Resultados obtidos na execução dos testes

A tabela 5 representa o estado final de conclusão das tarefas realizadas pelos dois grupos de estudo – adultos e idosos. A tabela 6 informa o tempo médio de exposição do usuário à tarefa, independentemente se ela foi concluída ou não. Observando os dados, é possível concluir que os idosos enfrentaram mais dificuldades na realização das tarefas e que também passaram mais tempo tentando concluí-las. Um comportamento que já era esperado, uma vez que é um público que, no geral, possui mais limitação e insegurança face ao uso das tecnologias.

Tabela 5: Completude das tarefas por grupo de estudo

	T1	T2	T3	T4	T5
A1	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
A2	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
A3	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
A4	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
A5	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim

	T1	T2	T3	T4	T5
I1	Sim	Sim	Sim	Sim	Não
I2	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
I3	Sim	Parcialmente	Não	Não	Sim
I4	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
I5	Não	Sim	Não	Não	Não

Fonte: do autor

Tabela 6: Tempo médio de exposição por tarefa

	T1	T2	T3	T4	T5
Adultos	00:48	01:12	01:58	03:49	04:44
Idosos	01:34	01:42	02:30	05:59	02:47

Fonte: do autor

Tarefa 1 – Buscar um perfil e enviar uma mensagem por *direct*

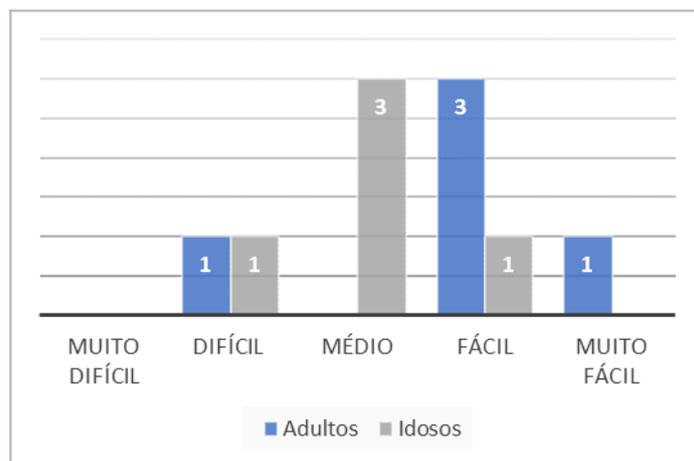
Com exceção do voluntário I5, todos os participantes conseguiram concluir a tarefa 1. Os idosos enfrentaram um pouco mais de dificuldades e, conseqüentemente, levaram mais tempo tentando resolver a questão. A maior barreira encontrada na realização desta tarefa foi entender o conceito da palavra *direct* (mensagem direta ou privada) que a mídia social utiliza. Dessa maneira, é possível compreender que a utilização de termos em inglês para determinadas ações na plataforma é algo que gera falta de entendimento para os usuários, tornando claro a necessidade de convertê-las para português.

Tabela 7: Tempo de exposição na tarefa 1

	T1		T1
A1	00:59	I1	01:51
A2	01:18	I2	00:44
A3	00:22	I3	01:15
A4	00:46	I4	02:08
A5	00:35	I5	01:55
MEDIA	00:48	MEDIA	01:34

Fonte: do autor

Figura 16: Classificação do nível de dificuldade da tarefa 1



Fonte: do autor

Tarefa 2 – Curtir e comentar uma foto postada por um seguidor

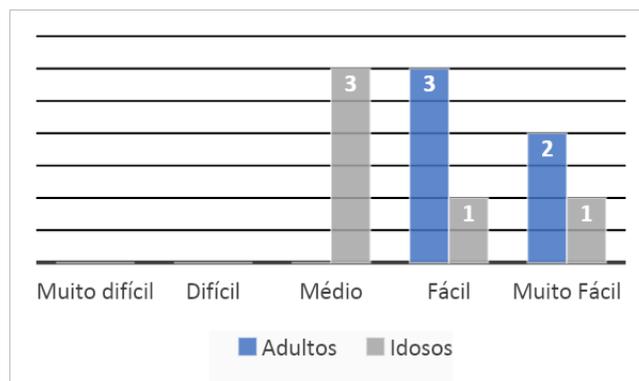
Nesta tarefa, quase todos os usuários conseguiram completar a tarefa, com exceção do participante I3 - que a completou parcialmente - pois não conseguiu realizar o comentário da foto postada. Não houve muita dificuldade para a realização desta tarefa, mas o exercício deixou claro que nem todos os voluntários tinham conhecimento do que significava os ícones de ação da plataforma – curtir, comentar e compartilhar.

Tabela 8: Tempo de exposição na tarefa 2

	T2		T2
A1	01:37	I1	01:12
A2	01:31	I2	01:02
A3	01:26	I3	03:57
A4	00:27	I4	01:16
A5	01:02	I5	01:07
MEDIA	01:12	MEDIA	01:42

Fonte: do autor

Figura 17: Classificação do nível de dificuldade da tarefa 2



Fonte: do autor

Tarefa 3 – Compartilhar um post com um amigo

O grau de dificuldade enfrentado nesta tarefa foi um pouco mais elevado. A grande maioria dos idosos não conseguiram completá-la. As principais barreiras encontradas foram o desconhecimento de que se poderia compartilhar pelo próprio *Instagram*, o que levou muitos a saírem da plataforma e tentarem realizar o procedimento desta maneira e o fato de que os usuários ainda precisavam lidar com as páginas de edição da postagem. As muitas opções de edição e os fluxos de navegação demonstraram ser confusos e de difícil localização para a maior parte dos voluntários. O voluntário I3, por exemplo, por diversas vezes achou que tinha conseguido compartilhar o *post* com um seguidor, quando na verdade ainda estava na tela de edição. Já o participante A1 não conseguiu entender as possibilidades de edição e como sair dessa etapa.

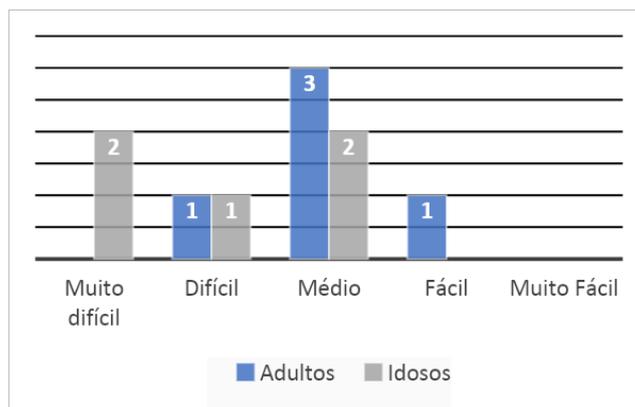
Tabela 9: Tempo de exposição na tarefa 3

	T3
A1	02:59
A2	00:36
A3	02:02
A4	01:45
A5	02:31
MEDIA	01:58

	T3
I1	00:51
I2	02:53
I3	03:41
I4	04:36
I5	00:32
MEDIA	02:30

Fonte: do autor

Figura 18: Classificação do nível de dificuldade da tarefa 3



Fonte: do autor

Tarefa 4 – Postar uma foto e excluí-la

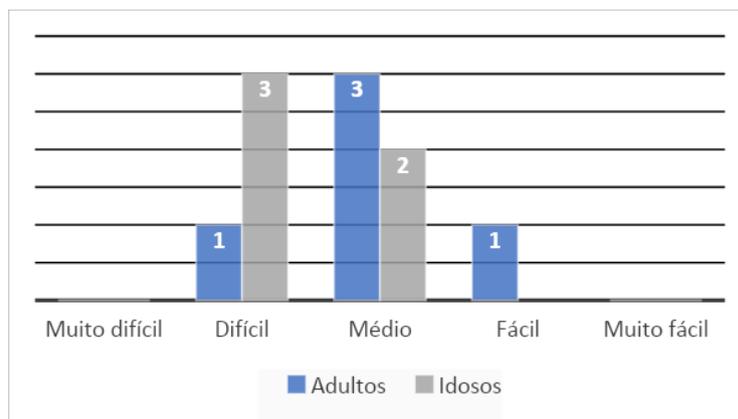
Nesta tarefa, como esperado, o grau de dificuldade foi maior para os idosos do que para os adultos, uma vez que todos os participantes adultos conseguiram completar o exercício enquanto dois idosos não. Assim como para outros voluntários, o participante I3 enfrentou barreiras nas páginas de edição da postagem, dado que as muitas opções de edição geravam confusão. Os voluntários I4 e I5 não conseguiram compartilhar para o *Instagram*, pois as três opções de compartilhamento para a plataforma se mostraram complicadas e que exigiam conhecimento prévio dos termos *feed*, *direct* e *stories*. Novamente reforçando a necessidade de uma alteração dos termos em inglês para português, possibilitando uma maior facilidade de compreensão aos usuários do que exatamente a ação significa.

Tabela 10: Tempo de exposição na tarefa 4

	T4		T4
A1	03:14	I1	02:26
A2	04:34	I2	05:37
A3	03:58	I3	02:30
A4	04:31	I4	17:12
A5	03:39	I5	02:11
MEDIA	03:59	MEDIA	05:59

Fonte: do autor

Figura 19: Classificação do nível de dificuldade da tarefa 4



Fonte: do autor

Tarefa 5 – Postar um *stories* e excluí-lo

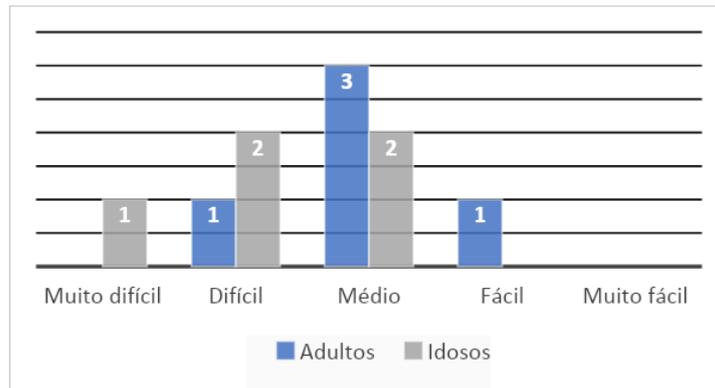
O resultado deste exercício foi um pouco similar ao da tarefa 4. As três opções de compartilhamento da plataforma, a exigência do conhecimento de termos que a mídia utiliza, como *stories*, as opções de edição e fluxos de navegação confusos foram fatores que geraram barreiras na conclusão da tarefa. Os participantes I1 e I5 não conseguiram completar o exercício. A mídia social acaba se mostrando um pouco complexa com os longos fluxos de navegação exigidos para a realização do exercício. Reduzi-los ou dar a possibilidade de pular etapas seriam fatores que poderiam vir a facilitar a interação do usuário com a plataforma.

Tabela 11: Tempo de exposição na tarefa 5

	T5		T5
A1	04:05	I1	01:24
A2	09:19	I2	04:22
A3	02:58	I3	02:09
A4	05:05	I4	04:27
A5	02:15	I5	01:35
MEDIA	04:44	MEDIA	02:47

Fonte: do autor

Figura 20: Classificação do nível de dificuldade da tarefa 5



Fonte: do autor

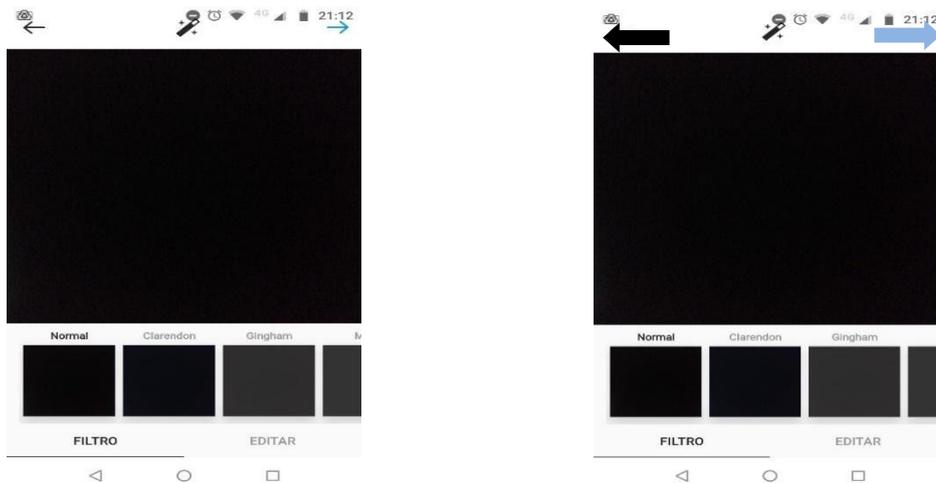
5.3 Observações gerais e propostas de melhorias

Foi observado que apesar de alguns usuários idosos já utilizarem a plataforma por um bom tempo, muitos não a exploravam nem utilizavam ferramentas ou funcionalidades como *Stories* e postagem de conteúdos. Apenas usavam a mídia para acompanhar determinados assuntos de interesse ou ver as fotos e conversar com seus seguidores. Outro fato observado através das entrevistas é que, para determinados usuários, a plataforma não era complicada e sim os seus desconhecimentos de como a utilizar – talvez por nunca terem feito nada parecido antes - é o que os levaram a enfrentar dificuldades na resolução de algumas tarefas.

Foram três as propostas de melhorias sugeridas pelos participantes: a opção de postagem de conteúdo de forma mais direta, sem a necessidade de passar pelas páginas de edição; o aumento do tamanho de alguns ícones como o das setas na figura 5, de forma a deixar claro a continuidade do fluxo de navegação; e a legenda em determinadas ícones de maneira a permitir entender qual ação seria executada caso houvesse um clique.

Outra proposta que poderia vir a auxiliar consideravelmente o desempenho dos participantes - proposta pelo pesquisador - principalmente os idosos na interação com a mídia social, é a conversão dos termos em inglês para o português. Termos como *Stories*, *Direct* e *Feed* se mostraram bastante confusos para este público. A figura 23 é um exemplo de proposta de melhoria com a conversão dos termos para a linguagem portuguesa.

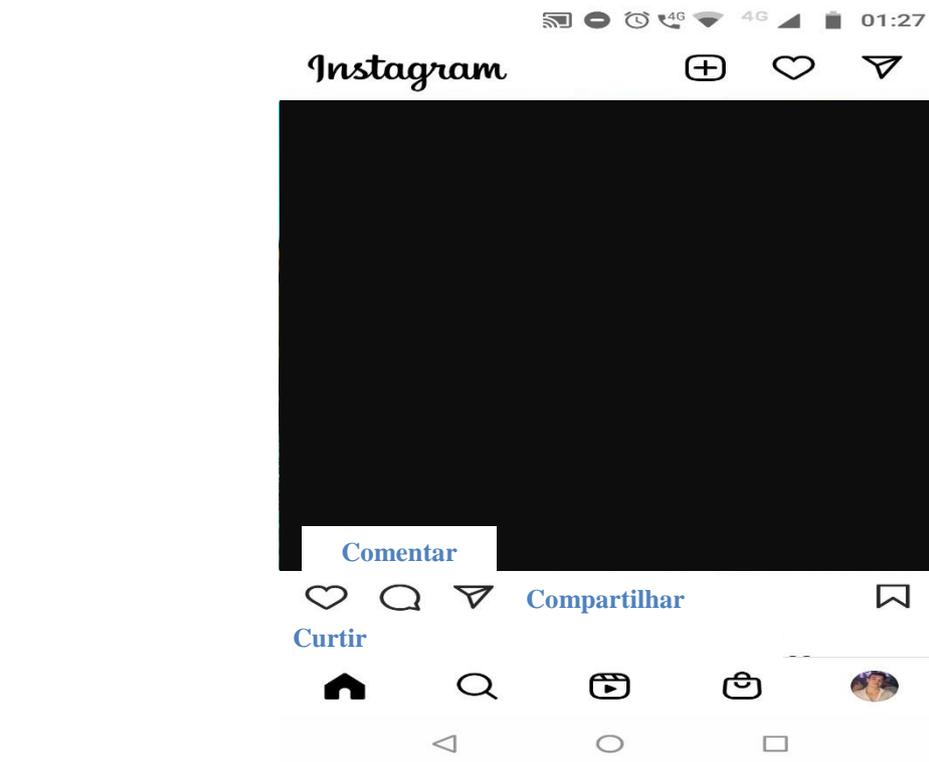
Figura 21: Exemplo de proposta de melhoria com o aumento do ícone



Fonte: do autor

Figura 22: Exemplo de proposta de melhoria com a legenda dos ícones





Fonte: do autor

Figura 23: Exemplo de proposta de melhoria com a mudança do idioma



Fonte: do autor

6 Conclusão

6.1 Considerações finais

A presente pesquisa teve como objetivo avaliar a usabilidade e acessibilidade da mídia social *Instagram*. Considerando dois grupos de estudo: adultos e idosos, foi distribuído um questionário e realizados testes com estes usuários a fim de coletar opiniões e identificar a presença ou não de problemas relacionados ao que se considera um sistema usável e acessível - definições estas encontradas no capítulo 2 deste trabalho.

Em se tratando de usabilidade e considerando as respostas coletadas nos questionários e testes, a mídia social estudada demonstrou não ser completamente fácil de ser utilizada. Ainda que seja uma mídia que atende aos objetivos de uma rede social, certas ações na plataforma demonstraram exigir muito esforço dos usuários para serem executadas. A ausência de uma padronização no idioma utilizada no *Instagram*, misturando termos tanto em inglês como em português e a presença de ícones de ação não tão compreensíveis, são fatores que afetam a relação que o usuário tem com o sistema; e ferem uma das heurísticas definida por Nielsen de que deve haver uma correlação entre a linguagem do sistema com a do mundo real (NIELSEN, 2020). Ainda que o primeiro grupo de estudo tenha tido também dificuldades, os idosos foram os que mais enfrentaram barreiras nas ações descritas acima, refletindo em um problema tanto de usabilidade como acessibilidade.

Considerando os quatro princípios definidos pela WCAG a fim de garantir se um sistema é acessível ou não, e observando os resultados obtidos na presente pesquisa, pode-se entender que a plataforma *Instagram* não mostrou ser inteiramente acessível, uma vez que – para os idosos – foi muito difícil, por exemplo, compreender também as operações de compartilhamento e postagem de conteúdo, indo contra o princípio de um sistema perceptível e compreensível definido pelo WCAG.

As melhorias propostas foram desenvolvidas a fim de atuarem como sugestão para tornar o sistema mais usável e acessível, incrementando positivamente a experiência dos usuários com as interfaces.

6.2 Trabalhos futuros

Como forma de dar continuidade a este trabalho, poderia vir a ser desenvolvido protótipos de interação implementando as propostas de melhorias defendidas e posterior validação realizando novos testes com os participantes a fim de identificar se as antigas barreiras de interação permaneceriam ou não.

Levando em consideração que a pesquisa se limitou a estudar apenas adultos e idosos, poderia vir a ser interessante novos projetos que viessem a buscar conhecimento de como é também a interação com os jovens na utilização da mídia social. Dessa maneira, haveria possibilidade de novas descobertas e pontos fracos que serviriam de apoio para o desenvolvimento de um futuro sistema que fornecesse uma completa experiência a todos.

7 Referências bibliográficas

- Linka “Quem são os mais de 1 bilhão de usuários do instagram?”. Disponível em:
<https://www.linka.com.br/midias-sociais/quem-sao-os-mais-de-1-bilhao-de-usuarios-do-instagram>. Acesso em: 05/06/2021.
- Ribeiro, Elisa Maria B. de A.; Bastos, Antônio Virgílio B. (2011) “Redes Sociais Interorganizacionais na efetivação de projetos sociais”. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/psoc/a/wyPnKdcK8kNLdfrfHrJTG9y/?lang=pt>. Acesso em 24/11/2021
- Vermelho, Sônia C.; Velho, Ana Paula M.; Bertoncello, Valdecir. (2015) “Sobre o conceito de redes sociais e seus pesquisadores”. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/ep/a/cXRvMhCswX4jQNYp5grBShn/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 24/11/2021
- Goble, Gordon (2012) “The history of Social Networking”. Disponível em:
<https://www.digitaltrends.com/features/the-history-of-social-networking/>. Acesso em: 11/06/2021
- DataReportal, 2021 “Digital 2021 Brazil”. Disponível em:
<https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-brazil-january-2021-v01>. Acesso em: 17/06/2021
- Instagram, s.d. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/about-us>. Acesso em: 17/06/2021
- NAU (2016) “Acessibilidade e Usabilidade”. Disponível em:
<http://nau.uniriotec.br/index.php/sobre/acessibilidade-e-usabilidade>. Acesso em: 24/06/2021
- Albertin, A. L. (1999) “Comércio Eletrônico – Modelos, aspectos e Contribuições de sua Aplicação” – Editora Atlas – 3a. edição – 1999

Brasil. Decreto n.º 5296, de 2 de dezembro de 2004, dispõe sobre procedimentos para a promoção da acessibilidade. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, seção das condições de acessibilidade geral, Brasília, DF, 4 dez. 2004. Capítulo 3.

Torres, Elisabeth F.; Mazzoni, Alberto A. (2004). Conteúdos digitais multimídia: o foco na usabilidade e acessibilidade. Ci. Inf., Brasília, v. 33, n. 2, p. 152-160, maio/ago. 2004.

W3C, 2011 “GT Acessibilidade”. Disponível em:

<https://www.w3c.br/GT/GrupoAcessibilidade>. Acesso em: 24/06/2021

W3C, 2018 “Compreendendo os quatro princípios de acessibilidade”. Disponível em:

<https://www.w3.org/WAI/WCAG21/Understanding/intro#understanding-the-four-principles-of-accessibility>. Acesso em: 25/06/2021

W3C, 2021 “W3C Accessibility Guidelines (WCAG) 3.0”. Disponível em:

<https://www.w3.org/TR/wcag-3.0/>. Acesso em: 25/06/2021

Brasil, 2014 “eMAG- Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico”. Disponível em:

<http://emag.governoeletronico.gov.br/>. Acesso em 27/11/2021

Brasil, 2019 “Modelo de Acessibilidade”. Disponível em:

<https://www.gov.br/governodigital/pt-br/acessibilidade-digital/modelo-de-acessibilidade>. .
Acesso em 27/11/2021

Tecnosenior, 2018 “A importância da acessibilidade para idosos”. Disponível em:

<https://tecnosenior.com/acessibilidade-para-idosos/>. Acesso em 27/11/2021

Pantoja, Rebecca (2021) “Acessibilidade em mídia social online: avaliação do aplicativo

YouTube para smartphone”. Disponível em: <https://bsi.uniriotec.br/wp-content/uploads/sites/31/2021/05/202105RebeccaPantoja.pdf>

Alfaia, Pamella (2021) “Avaliação de usabilidade e acessibilidade para terceira idade em rede social: um estudo de caso com o aplicativo *WhatsApp*”. Disponível em:

<https://bsi.uniriotec.br/wp-content/uploads/sites/31/2021/03/202102PamellaAlfaia.pdf>

Marques *et al.* (2017) “Audio description on Instagram: evaluating and comparing two ways of describing images for visually impaired”. Disponível em:

http://nau.uniriotec.br/images/pdf/publicacoes/2017-ICEIS-joao_marcelo.pdf. Acesso em 01/12/2021

Godoy, Arilda. “Pesquisa Qualitativa: tipos fundamentais”. Revista de Administração de Empresas, SP, v.35, n. 3, p. 20-29, maio/junho. 1995.

Hootsuite, AdEspresso “The 29 Instagram Statistics you need to know in 2021”. Disponível em: <https://adespresso.com/blog/instagram-statistics/>. Acesso em: 30/06/2021

Nielsen, J. (2010) “Why you only need to test with five users”. Disponível em: <http://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/>. Acesso em: 01/07/2021.

Nielsen, J. (2020) “10 Heurísticas de usabilidade para design de interface de usuário”. Disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>. Acesso em 05/12/2021

Anexo A – Apresentação da pesquisa



Prezados,

Meu nome é Lucas Fernandes Pedrosa de Oliveira, aluno do bacharelado de Sistemas de Informação na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). Esse questionário, desenvolvido por mim e coordenado pela Professora Simone Bacellar Leal Ferreira (professora do curso de Sistemas de Informação do Departamento de Informática Aplicada da UNIRIO), faz parte de um estudo sobre acessibilidade e usabilidade do aplicativo Instagram.

A usabilidade e acessibilidade são temas que estão, cada vez mais, despertando a atenção de governos e organizações públicas e privadas, o que motivou o presente estudo. Solicitamos sua colaboração, respondendo a algumas questões. Isto não tomará mais que dez minutos e será uma contribuição importante para a pesquisa sobre esse tema no Brasil.

Não há respostas certas ou erradas em relação a qualquer dos itens. Os dados de identificação não serão mencionados no relatório da pesquisa, o que preservará o anonimato e sigilo dos respondentes.

Se houver necessidade de maiores esclarecimentos, por favor envie um e-mail para os responsáveis pela pesquisa:

Lucas F. P. de Oliveira: lucas.f.pedrosa@edu.unirio.br

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0350554859414676>

Simone Bacellar Leal Ferreira: simone@uniriotec.br

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0926018459123736>

Núcleo de Acessibilidade e usabilidade da UNIRIO
<http://nau.uniriotec.br/index.php/sobre/quem-somos>

Anexo B – Termo e Declaração de consentimento



Prezado(a) participante,

Convido você para participar de um estudo de acessibilidade e usabilidade envolvendo o aplicativo Instagram. O estudo ocorrerá da seguinte maneira: serão cinco tarefas a serem realizadas na plataforma por você. Antes de começar cada tarefa e cronometra-la, o pesquisador fará a leitura do exercício a ser feito e se disponibilizará para qualquer eventual dúvida sua. Neste estudo, é interessante que você verbalize as interações que esteja fazendo para resolução do exercício, bem como as dificuldades encontradas. As tarefas poderão ser gravadas para que os dados possam ser analisados depois.

A sua participação é voluntária. Você pode desistir de participar a qualquer momento, sem sofrer penalidades.

Para garantir sua privacidade, a sua identidade não será revelada. Os resultados do estudo serão divulgados exclusivamente pelo pesquisador e por sua orientadora na literatura especializada ou em congressos e eventos científicos.

Importante dizer que a qualquer momento o pesquisador encontra-se disponível para sanar dúvidas e questionamentos relacionados a pesquisa. Para contato, basta enviar um email para lucas.f.pedrosa@edu.unirio.br ou contactar via telefone (21) 98207-1335.

Declaração de Consentimento

Li as informações contidas neste documento antes de assinar este Termo de Consentimento. Declaro que toda a linguagem utilizada na descrição do estudo foi explicada e que recebi respostas para todas as minhas dúvidas. Confirmando que recebi uma cópia deste Termo de Consentimento. Compreendo que posso me retirar do estudo a qualquer momento, sem sofrer qualquer penalidade.

Dou meu consentimento de livre e espontânea vontade para participar deste estudo.

Assinatura do Participante

____/____/____
Data

Assinatura do Avaliador

____/____/____
Data

Anexo C – Questionário

1. Nome:
2. Idade:
3. Email (Caso deseje receber os resultados da pesquisa):
4. Em que ambiente você utilizou o *Instagram* para a realização do teste? E por que optou por esse ambiente?

(a) *Web*

(b) *Móvel*

Motivo de escolha:

5. Há quanto tempo você utiliza o *Instagram*?

- a. Menos de 1 ano
- b. Entre 1 e 2 anos
- c. Entre 2 e 4 anos
- d. Mais de 4 anos
- e. Não sei informar

6. Qual a sua média diária de uso no *Instagram*?

- a. até 1 hora
- b. Entre 1 hora e 3 horas
- c. Mais de 3 horas
- d. Raramente uso

7. Em uma escala de 1 a 5, como você avalia a sua experiência de uso no *Instagram*?

(1) Péssima (2) Ruim (3) Média (4) Boa (5) Muito boa

8. Respondendo às perguntas abaixo, em uma escala de 1 a 5, como você classificaria a sua dificuldade encontrada na realização das tarefas propostas?

TAREFA 1 – Buscar um perfil e enviar uma mensagem por direct

(1) Muito difícil (2) Difícil (3) Médio (4) Fácil (5) Muito fácil

TAREFA 2 – Curtir e comentar uma foto postada por um seguidor

(1) Muito difícil (2) Difícil (3) Médio (4) Fácil (5) Muito fácil

TAREFA 3 – Compartilhar um post com um amigo

(1) Muito difícil (2) Difícil (3) Médio (4) Fácil (5) Muito fácil

TAREFA 4 – Postar uma foto e excluí-la

(1) Muito difícil (2) Difícil (3) Médio (4) Fácil (5) Muito fácil

TAREFA 5 – Postar um stories e excluí-lo

(1) Muito difícil (2) Difícil (3) Médio (4) Fácil (5) Muito fácil

9. Que fatores motivaram a sua adesão ao Instagram?

10. Ao usar o Instagram, o que você mais costuma fazer?

11. Considerando as tarefas realizadas, há propostas de melhorias no *Instagram* que você gostaria de sugerir?

12. Sinta-se à vontade para fazer alguma observação ou comentário sobre o teste.