

TUTORIAL

Como escrever um roteiro de pesquisa qualitativa

O roteiro serve como um mapa flexível para conduzir uma conversa fluida, focada em extrair histórias, dores e comportamentos reais. Use este modelo para desenhar um roteiro que gere descobertas profundas e respeite o tempo do entrevistado.

1) O início é sempre de combinados e contextos:

- **Apresentação e contexto:**

“Para começar, muito obrigado por colaborar conosco nessa pesquisa. Eu sou _____ e trabalho como _____ no _____. Esse é um trabalho que estamos fazendo para conhecer um pouco melhor as pessoas que usam [esse serviço]. Nosso objetivo é trazer a perspectiva das pessoas como você, como é sua experiência de forma geral, as coisas que funcionam bem e as que podem melhorar. Não se preocupe, não tem certo e não tem errado, nem algo que pareça muito básico, o que mais nos ajuda é que você se sinta à vontade para dividir conosco a sua vivência. A sua opinião certamente é a opinião de outras pessoas também.”

- **Segurança da privacidade:**

“Quero garantir que os dados que você dividiu conosco e tudo que você nos contar vai ser usado só para a pesquisa. Preciso te pedir permissão para gravar, posso? Perfeito, vou te perguntar novamente para termos esse consentimento gravado.”

Importante: Coletar o consentimento da gravação na própria gravação.

- **Comece perguntando sobre a pessoa:**

“Para começarmos, queria entender um pouco mais sobre você. Consegue me dar um contexto rápido da sua vida? Quantos anos tem, onde mora, com quem mora, trabalha com o quê, o que gosta de fazer no tempo livre.”



2) Depois podemos nos aprofundar em como a pessoa usa o serviço. Algumas ideias abaixo:

- **Jornadas** (o tempo ajuda a pessoa a organizar os pensamentos): Como começou a usar e por que, como é o uso atual, se acha que no futuro esse uso vai continuar o mesmo ou vai mudar.
- **Relato** (uma história ajuda a pessoa a lembrar detalhes): Como foi a última vez que você usou o serviço? O que aconteceu? Foi um uso médio ou fugiu do padrão?
- **Pontos positivos** (estímule, mas não force): Tem algo que você acha muito bom ou que funciona muito bem? Algo te surpreendeu usando o serviço?
- **Atritos** (force o detalhamento o máximo possível): Tem algo que você acha ruim ou difícil? Como isso impacta o seu uso? Como esse aspecto seria perfeito para você?

3) O fechamento é para revisar mentalmente e agradecer:

- **Varinha mágica:** Se você tivesse uma varinha mágica para mudar qualquer coisa no serviço, o que faria?
- **Recapitular:** Tem algo que eu não te perguntei e você gostaria de me dizer?
- **Agradecimento:** Muito obrigado por colaborar conosco, ajudou muito!

NÃO FAÇA:

Perguntas que induzem a resposta: Em vez de "Você acha o portal difícil de usar?", pergunte "Como foi a sua experiência ao navegar pelo portal?".

Interromper o silêncio: Se o entrevistado pausar para pensar, espere. As melhores respostas vêm logo após um momento de reflexão.

FAÇA:

Procure gambiarras:

Voltas que as pessoas dão, como elas fazem para cobrir aspectos do serviço que não funcionam ou podem melhorar. Isso gera ótimas inspirações para a nossa solução.

**Aprofunde as respostas:**

Pergunte o porquê várias vezes, sem medo. No aprofundamento a pessoa pode lembrar de mais coisas ou discordar do que ela mesmo disse antes. Além disso, se a pessoa responde com um adjetivo, pergunte o que esse adjetivo significa para ela nessa experiência. (Ex.: a pessoa responde “acho demorado”. Perguntando o que significa, entendemos se o que demora é o tempo de resposta ou o tempo da execução do serviço em si.)

Ajuste as perguntas ao público:

Podemos inserir no roteiro perguntas que só fazem sentido para um perfil de pessoas dentro da amostra que estamos estudando. (Ex.: Se nos preocupamos com como a mudança de tecnologia do serviço afeta pessoas com baixa fluência digital, podemos inserir uma pergunta para entender como é a fluência daquela pessoa e quais dificuldades ela encontra).

POR FIM:

Seja gentil, escute com atenção e mantenha a mente aberta. Durante a pesquisa, lembre-se de que as críticas não são direcionadas a você nem ao seu trabalho como profissional. Elas refletem a experiência das pessoas com o serviço em seu contexto real de uso.

Na pesquisa qualitativa, os elogios ajudam a confirmar o que está funcionando bem, mas são as críticas que revelam oportunidades de melhoria. Cada dificuldade relatada, cada frustração e cada sugestão representam informações valiosas para tornar o serviço mais eficiente, acessível e útil para quem depende dele.

Encare as críticas como um presente: elas são a matéria-prima para a evolução do projeto. Quanto mais genuinamente você acolher esses feedbacks, maior será a sua capacidade de gerar melhorias que façam diferença no dia a dia dos cidadãos.