

Introdução

Objetivos

Tudo começou quando terminei minha pesquisa de mestrado e apresentei o trabalho final: minha dissertação. Era um conteúdo muito atual, com resultados inéditos obtidos depois de muita pesquisa e uma série de testes de usabilidade sobre um elemento chamado *breadcrumb trail* (caminhos de migalhas de pão na figura a seguir). Fui então incentivado por minha orientadora e pelos componentes da banca a publicá-la como um livro.

[Home](#) > [Pós-graduação](#) > [Dissertações e teses](#) > **2002**

Figura Exemplo de *breadcrumb trail* utilizado no site do Departamento de Artes da PUC-Rio.

A idéia inicial era, portanto, abordar os mesmos assuntos, reproduzir basicamente o mesmo conteúdo do trabalho acadêmico, mas de forma mais palatável, com uma linguagem menos formal e mais direta. No entanto, em conversas com os editores, achamos por bem mudar um pouco o foco, trazendo a publicação mais para o lado prático da coisa, com um conteúdo mais mastigado e abrangente para aqueles que trabalham na área.

Foi a melhor decisão que poderíamos ter tomado. Apesar de demandar um maior tempo de trabalho, pude repensar algumas questões e, mais do que isso, ter liberdade para abordar uma série de assuntos que considero fundamentais para projetos de Internet. Isso fez com que o resultado do trabalho ficasse ainda mais rico.

O que este livro não vai me ensinar?

Tentei fazer com que o livro fosse o mais objetivo e conciso possível. Acredito que assim ele tenha mais chance de ser lido pelas pessoas, tão acostumadas com a rapidez e a superficialidade do que lêem na Internet. Entretanto, essa decisão teve um preço: precisei privilegiar alguns assuntos.

Por motivos óbvios, principalmente no início do livro, vou falar mais sobre a minha área, que é a de usabilidade e design de interfaces. Infelizmente, não vou abordar com muitos detalhes a arquitetura da informação, disciplina prima e também muito ligada à questão da experiência do usuário. Falaremos um pouco sobre ela, mas não é o foco. Também não vou abordar questões mais ligadas ao design gráfico, relacionadas a Gestalt, cores, tipografia etc. Não é lendo este livro que alguém vai aprender design e tudo que envolve essa complexa área do conhecimento. Para isso, sugiro que as pessoas freqüentem a faculdade ou comprem livros específicos sobre os assuntos em que pretendem se aprofundar.

Outra questão que não considero relevante para o livro é a dos softwares usados na criação e desenvolvimento de sites, como Photoshop, Illustrator, Dreamweaver, Flash etc. Primeiro porque são programas que sofrem atualizações constantes, o que diminuiria a vida útil do conteúdo em alguns anos. Segundo porque os conceitos aqui discutidos não dependem disso: o que vamos abordar é o resultado do projeto e assuntos mais abrangentes. Existem livros enormes, verdadeiras bíblias, que tratam do uso dos programas de forma melhor do que eu faria.

Também praticamente não abordaremos aqui questões relacionadas a implementação e desenvolvimento, mais ligadas à área de informática: HTML, XHTML, CSS, ActionScript, novas tecnologias como Ajax etc. Não é o objetivo falar sobre como as coisas são construídas, mas sim de outros conceitos como facilidade de uso e experiência que, assim como esses, são importantes para a criação de produtos de sucesso.

Se você procura um livro que seja a solução definitiva para os seus problemas em webdesign, este não é o lugar. Serei um pouco mais específico, discutindo questões mais amplas e importantes, mais até mesmo do que o próprio design do site. Isso pode ser um tiro no ego das pessoas, mas infelizmente (até para mim que sou designer) é a mais pura verdade.

Nada disso? Então, o que diabos vou aprender?

Se alguém me perguntar “Felipe, sobre o que é o seu livro?”, a resposta será que é sobre pontos importantes que devemos pensar na hora de projetar produtos de Internet.

Falaremos aqui sobre o processo de projeto de uma forma geral, sobre design de interfaces e testes de usabilidade. São questões fundamentais, que merecem toda a atenção. No entanto, vamos abordar também características que vão além do projeto do “objeto” e da facilidade de uso. São aquelas que mais importam para o produto, ou seja, que são capazes de proporcionar uma experiência agradável, fazendo com que as pessoas sintam-se felizes por usar aquilo tudo.

É este o ponto a que quero chegar: não basta projetar um site bonito e funcional para ter um produto de sucesso. O *conceito* do produto é a grande sacada. É a experiência que ele proporciona que conta mais do que qualquer outra coisa. Para que isso aconteça, é preciso explorar a característica que mais diferencia a Internet das outras mídias: a enorme quantidade de pessoas conectadas.

Contudo, para chegar aí, precisamos passar por questões que são a base de tudo na hora do projeto. Atualmente, a criação de um produto eficiente em geral começa com o envolvimento de diferentes especialistas, de equipes multidisciplinares. Veremos também como grandes empresas trabalham sua metodologia de projeto, como vêem a tão importante questão da inovação e como criam a documentação, necessária quando se trabalha com grandes equipes.

As soluções aqui mostradas são baseadas na minha experiência acadêmica e profissional, adquirida não só em projetos, mas principalmente no convívio e na troca de idéias com pessoas mais experientes. Baseiam-se também em exemplos e estudos de caso sobre grandes empresas do mercado como Yahoo!, Google, Ideo, BBC, Amazon.com, Globo.com, America Online, entre outras.

Não iremos abordar, portanto, sites de pequeno e médio porte. Falaremos daqueles com um grande volume de informação, quantidade de acessos e exposição. Sei que não é sempre que se consegue trabalhar com projetos tão grandes, de tamanha responsabilidade e com um grande número de pessoas envolvidas. De qualquer forma, nada impede que o mesmo modelo seja usado também em projetos de menor porte, por equipes mais enxutas, eliminando algumas etapas.

Veremos em detalhes uma série de questões relacionadas a uma das etapas do processo, que é justamente a de design de interfaces. Essa disciplina, diretamente relacionada à questão da usabilidade, será amplamente abordada no decorrer do

livro. Falaremos das principais preocupações anteriores ao projeto, de conceitos básicos de navegação e de boas práticas e recomendações projetuais, além de convenções de design muito usadas na Web. Também abordaremos exemplos mostrando como é pensado e documentado o desenho de produtos de uma mesma família, que precisam de esqueleto semelhante e personalidades diferentes.

Vamos abordar em seguida a questão dos testes de usabilidade, que são uma etapa importante do processo de design de produtos interativos. Para isso, destacaremos dois tipos de teste: os que avaliam um elemento específico da tela, que pode ser usado em vários sites, e os que verificam o funcionamento de um produto específico.

Além desses conceitos referentes a facilidade de uso, vamos falar de elementos que vão além de tudo isso, que estão acima da usabilidade em nível de importância para o produto: o conteúdo. Discutiremos o sentido da palavra *conteúdo* e falaremos daquilo que é a grande riqueza da Web: as pessoas por trás das máquinas. Como vimos anteriormente, essa interação humano-humano, e não humano-computador, será muito abordada no decorrer da leitura, principalmente agora que o conteúdo amador e as comunidades estão redefinindo o caminho da Internet.

No *grand finale*, os capítulos falam da questão da fluidez na navegação, de estudos em psicologia que explicam os fatores responsáveis pela melhora da experiência dos usuários. Veremos quais as características dos projetos que possibilitaram a um produto de Internet alcançar o máximo em qualidade e interatividade. Esse produto sólido, inovador e participativo seria capaz de criar condições para que as pessoas tenham a imersão total, algo capaz de proporcionar uma experiência próxima da perfeição. O *sentimento-mãe* dessa experiência é justamente a felicidade.

Para quem este livro foi escrito?

Para profissionais e estudantes que trabalham ou pretendem trabalhar com Internet: designers, webdesigners, designers de interface, arquitetos da informação, ergonomistas, programadores e analistas de sistemas. Acho que por mais específico que o livro seja, qualquer pessoa envolvida com projetos para a Web – até mesmo clientes – podem aprender coisas interessantes durante a leitura.

Apesar de a especialização ser muito importante, a visão do todo também é fundamental. Minha idéia é fazer com que o livro seja bem aproveitado tanto por aqueles que estão começando, como por designers mais experientes que não focam seu trabalho na questão da facilidade de uso. Acredito que até os mais estudiosos em usabilidade poderão aproveitar alguma coisa. Afinal, como diria meu antigo professor de judô, Sérgio Simões: “A faixa preta só mostra que você tem um pouco mais de facilidade para aprender do que os outros”.

Esta obra é interminável

Assim como a obra aqui em frente da minha casa, que nunca pára de fazer barulho e me perturbar, esse livro também é interminável. Veremos no decorrer da leitura que o design nunca está pronto. Partindo do mesmo princípio, de que sempre é possível melhorar as soluções, pretendo que o livro também tenha um redesenho contínuo. Por isso, não deixe de visitar o site www.experienciaperfeita.org, durante e após a leitura. Lá você vai encontrar informações complementares, links interessantes comentados por aqui, arquivos para download e, principalmente, outros leitores debatendo sobre os assuntos discutidos no livro.



Não perca tempo! Acesse já www.experienciaperfeita.org e entre para a comunidade.

Rápida introdução à usabilidade na Web

Quando o debate sobre a questão da facilidade de uso ganhou força e espaço no mundo do webdesign, houve certa resistência, principalmente com relação ao consultor mais conhecido do mundo: Jakob Nielsen. É difícil falar em usabilidade e não lembrar do seu nome. Alguns o amam e outros o odeiam. No Brasil, até a data de publicação deste livro, apenas três livros sobre usabilidade foram traduzidos, sendo dois deles publicados também aqui pela Campus/Elsevier – *Projetando Websites* e *Homepage: Usabilidade*, de Jakob Nielsen.

Aqueles que odeiam o *Jakozão* (como costume chamá-lo) dizem que ele é um chato limitador, que não se atualiza e é muito radical em algumas recomendações: links azuis, fontes grandes etc. Falam mal sobre seu site (www.useit.com, que de fato não é muito fácil de ser usado) e sobre sua mudança de opinião com relação ao Flash, alterada depois de ser contratado pela Macromedia para melhorar o produto.

Eu sou um daqueles que gosta do Jakozão. Não que ele seja o oráculo, o sabi-chão, o bambambã, mas esse senhor tem um grande mérito pela melhoria geral dos sites da Web de 1995 para cá. Acredito que a radicalização imposta por ele, a bandeira que ele levantou, fez com que as pessoas pensassem um pouco mais nos usuários. Ele foi importante para a popularização da usabilidade, principalmente com sua ótima coluna *Alertbox*, seus artigos e livros publicados desde 1989.

O importante é saber ler o que Nielsen escreve e ter cuidado ao interpretá-lo. Apesar de não ficar muito claro, praticamente tudo que ele publica tem um bom embasamento teórico, normalmente advindo de testes de usabilidade. As orientações, as boas práticas que ele recomenda, são interessantes para quem está começando. Funcionam como livros de culinária e receitas de bolo, que os novatos costumam seguir. O importante na verdade não é segui-las à risca, mas sim entender os motivos que o levaram a escrevê-las. A partir daí, o projetista pode utilizá-las, adaptá-las ou ignorá-las, de acordo com a necessidade.

Não podemos ver a usabilidade como uma ciência limitadora da criatividade. Limitações fazem parte da maioria dos projetos de design, tornando as soluções ainda mais exclusivas e inovadoras. Ela é uma grande aliada para que o resultado final de todo o esforço seja bem-sucedido.

Tomo como premissa que a maioria dos leitores do livro já estão “carecas de saber” o que significa usabilidade. De qualquer forma, não vou ignorar aqueles que ainda não estão muito seguros quanto a isso.

Existe uma série de definições do termo, como por exemplo essas duas:

Usabilidade é a capacidade, em termos funcionais humanos, de um sistema ser usado facilmente e com eficiência pelo usuário. – Shackel (1993)

Usabilidade está diretamente ligada ao diálogo na interface. É a capacidade do software em permitir que o usuário alcance suas metas de interação com o sistema. – Scapin (1993)

Entretanto, a que costumo utilizar, aquela que considero mais completa, é a definição de 1993 do mesmo Jakob Nielsen:

É importante perceber que a usabilidade não é uma propriedade singular, unidimensional de uma interface com os usuários. A usabilidade tem componentes múltiplos e é tradicionalmente associada a estes cinco atributos:

- **Ser fácil de aprender:** o sistema deve ter simples aprendizado para que o usuário possa rapidamente começar a trabalhar.
- **Ser eficiente na utilização:** o sistema deve ser eficiente para que assim que o usuário aprenda como utilizá-lo, possa alcançar altos níveis de produtividade.

- **Ser fácil de ser lembrado:** o sistema deve ser fácil de ser lembrado, para que o usuário possa voltar a utilizá-lo depois de algum período inativo, sem ter que aprender tudo novamente.
- **Ter poucos erros:** a taxa de erros do sistema deve ser baixa, para que os usuários cometam poucas falhas durante a utilização e, mesmo que cometam erros, consigam facilmente recuperar o que foi perdido. Erros incorrigíveis não devem ocorrer.
- **Ser subjetivamente agradável:** o sistema deve ser agradável de ser usado, para que os usuários fiquem satisfeitos ao utilizá-lo. Eles devem gostar dele.

Não se esqueça: os usuários nunca estão errados

O psicólogo Donald Norman, sócio de Nielsen e Bruce Tognazzini na N/N Group, empresa de consultoria em usabilidade, escreveu um livro chamado *The Design of Everyday Things*. Ele aborda o design das coisas do nosso dia-a-dia, dos objetos e produtos que usamos em nosso cotidiano. No livro, ele menciona o seguinte:

Pessoas normalmente cometem erros durante a utilização de uma série de diferentes produtos. Invariavelmente, elas se sentem culpadas e tentam esconder o erro ou culpar-se por “burrice”, falta de prática e ignorância. O que acontece, na verdade, é que outros cometem o mesmo erro e isso ocorre em virtude de um design malfeito.

Ou seja: quem tem dificuldades na utilização de determinado produto não tem culpa. A responsabilidade é de quem projetou, da pessoa que desenvolveu aquilo e não pensou bem nas prováveis situações de uso e possíveis erros a serem cometidos.

Este é um dos princípios que devem ser seguidos por aqueles que projetam produtos centrados nos usuários: as pessoas nunca estão erradas. Em vez de ficar com raiva por alguém não ter conseguido usar aquilo que você criou, entenda isso como um aprendizado, uma coisa boa que aconteceu. Afinal de contas, você sempre pode melhorar e essa pessoa acaba de te dar uma boa dica de como fazê-lo. Tente pensar sempre primeiro nas pessoas, ou seja:

Don't be evil

(Não seja malvado) – filosofia do Google.