



SÃO  
PAULO  
TECH  
SCHOOL

# Engenharia de Software

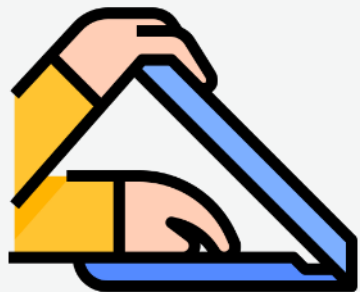
## Bom senso de usabilidade – Pt2

Aula 7 – Baseado no livro: Não me faça pensar.

**Fábio Figueredo**

fabio.figueredo@sptech.school

# Regras básicas da sala de aula



1. **Notebooks Fechados:** Aguarde a liberação do professor;
2. Celulares em modo **silencioso e guardado**, para não tirar sua atenção
  - Se, caso haja uma situação urgente e você precisar **atender ao celular**, peça licença para sair da sala e atenda fora da aula.



3. **Proibido usar Fones de ouvido:** São liberados apenas com autorização do professor.

4. **Foco total no aprendizado**, pois nosso tempo em sala de aula é precioso.

- Venham sempre com o **conteúdo da aula passada em mente** e as atividades realizadas.
- **Evitem faltas** e **procure ir além** daquilo que lhe foi proposto.
- **Capricho, apresentação e profundidade** no assunto serão observados.
  - “**frequentar as aulas** e demais atividades curriculares aplicando a **máxima diligência no seu aproveitamento**” (Direitos e deveres dos membros do corpo discente - Manual do aluno, p. 31)



# Regras básicas da sala de aula



As aulas podem e devem ser divertidas! Mas:

- **Devemos respeitar uns aos outros** – cuidado com as brincadeiras.
  - “observar e cumprir o regime escolar e disciplinar e comportar-se, dentro e fora da Faculdade, **de acordo com princípios éticos condizentes**” (Direitos e deveres dos membros do corpo discente – Manual do aluno, p. 31)

# Boas práticas no Projeto

## COMPROMISSO



COM VOCÊ:  
**ARRISQUE**, NÃO  
TENHA MEDO DE  
ERRAR



COM OS  
PROFESSORES:  
ORGANIZE A **ROTINA**  
PARA OS ESTUDOS

COM OS COLEGAS:  
**PARTICIPAÇÃO**  
**ATIVA** E PRESENTE



COM O PROJETO:  
**RESPEITO** E  
FLEXIBILIDADE

  
**Respeito**

# Boas práticas no Projeto

Reações **defensivas** não levam  
ao envolvimento verdadeiro!

Transforme cada problema e  
cada dificuldade em uma  
**OPORTUNIDADE** de aprendizado  
e crescimento.

## EVITE:

- Justificativas e Desculpas
- Transferir a culpa
- Se conformar com o que sabe
- Se comparar com o outro

# Dica: **Como ter sucesso** (Maiores índices de aprovações)

## Comprometimento

- Não ter faltas e atrasos. Estar presente (*Não fazer 2 coisas ao mesmo tempo*)
- Fazer o combinado cumprindo os prazos

## Atitudes Esperadas:

- **Profissionalismo**: Entender que não é mais ensino médio (*Atitude, comportamento, etc.*)
- **Não estar aqui só pelo** estágio ou pelo diploma
- Não ficar escondido: precisa **experimentar**
- **Trabalhar** em grupo e **participar** na aula
- **Não ser superficial** ou “achar que sabe”
- **Não se enganar** utilizando de “cola”
- Assumir a responsabilidade: Não colocar a culpa em outra coisa. **Não se vitimizar.**

# Avaliações

**Socioemocional: Binária** (reprova ou aprova). *Feedbacks durante o semestre.*

**Pesquisa e Inovação: Binária** (reprova ou aprova). *Feedback no final de cada Sprint.*

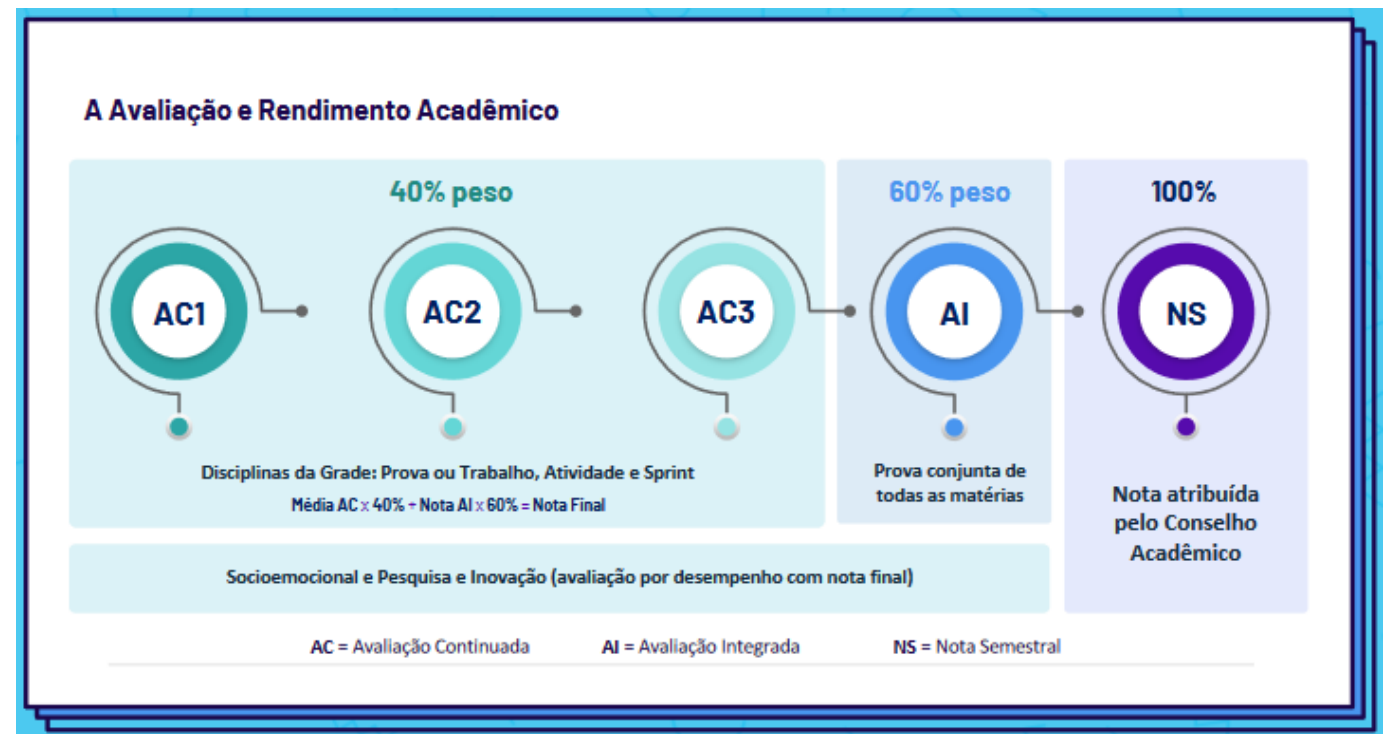
**Média = 6**

## 40% da Nota – Continuadas

*1 Continuada por Sprint com possibilidade de inspeção Individual (São 3 continuadas)*

## 60% da Nota

*1º Semestre = Projeto Individual ;  
Demais semestres: Avaliação Integrada*



Manual do Aluno



# Nosso Caminho

Legenda: Conteúdo / **Entregável PI** / Onde Estamos



S3

## Final do Semestre

- Qualidade e Testes
- Processos de Software
- Apresentação PI
- Avaliação Integrada

- **Entregável Sprint 3**

Entrega: 19/05/2022

S2

- Design de Interfaces Web
- Projeto de Software
- Arquitetura de Software

- **Entregável Sprint 2**

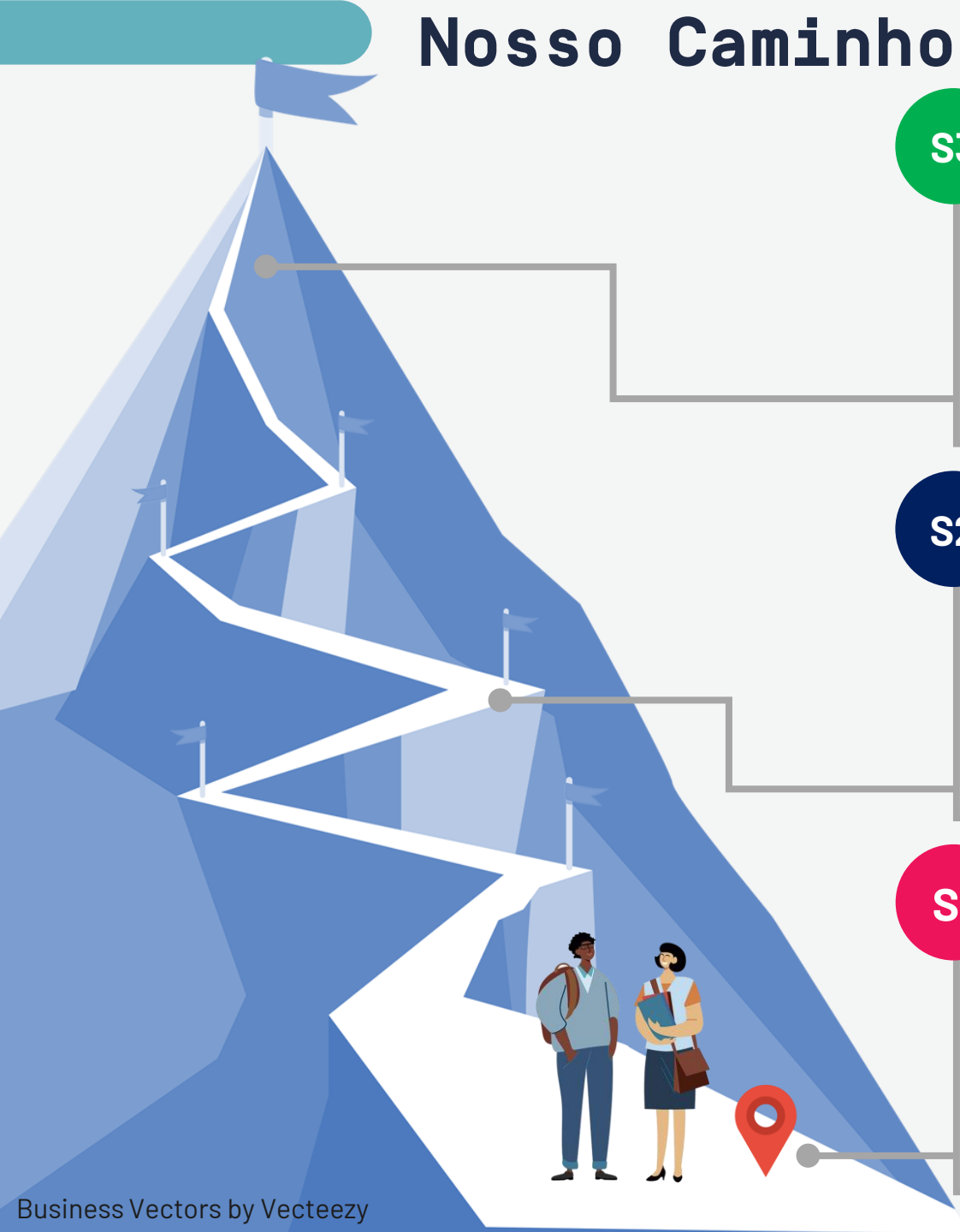
Entrega: 14/04/2022

S1

- Apresentação
- UI/UX
- Fatores Humanos
- Design de Interação
- Design de Interfaces + Bootcamp

- **Jornada do Usuário**
- **Prototipação das Telas**

Entrega: 03/03/2022





## Break

> 10 minutos, definidos pelo professor.

**Obs:** Permanecer no andar, casos específicos me procurar.

**Atenção:** Atrasados deverão aguardar autorização para entrar na sala.

# Tópicos da Aula

- Não Me Faça Pensar
- Regras de 6 a 8



Frase dessa Sprint:

**Talvez sua opinião  
seja importante.**



Palavra-chave dessa Sprint:

**EMPATIA!**

[Esta Foto](#) de Autor Desconhecido está licenciado em [CC BY-SA-NC](#)

**Regra 6:**

**PLACAS DE RUA E MIGALHAS DE PÃO**

**PROJETANDO A NAVEGAÇÃO**

# Projetando a Navegação

E você pode encontrar-se em uma bela casa,  
com uma bela esposa [o] e você pode  
perguntar-se. Bem...como eu cheguei  
aqui?..

Talking Heads

## Projetando a Navegação

As pessoas não usarão o seu site se não conseguirem navegar por ele.

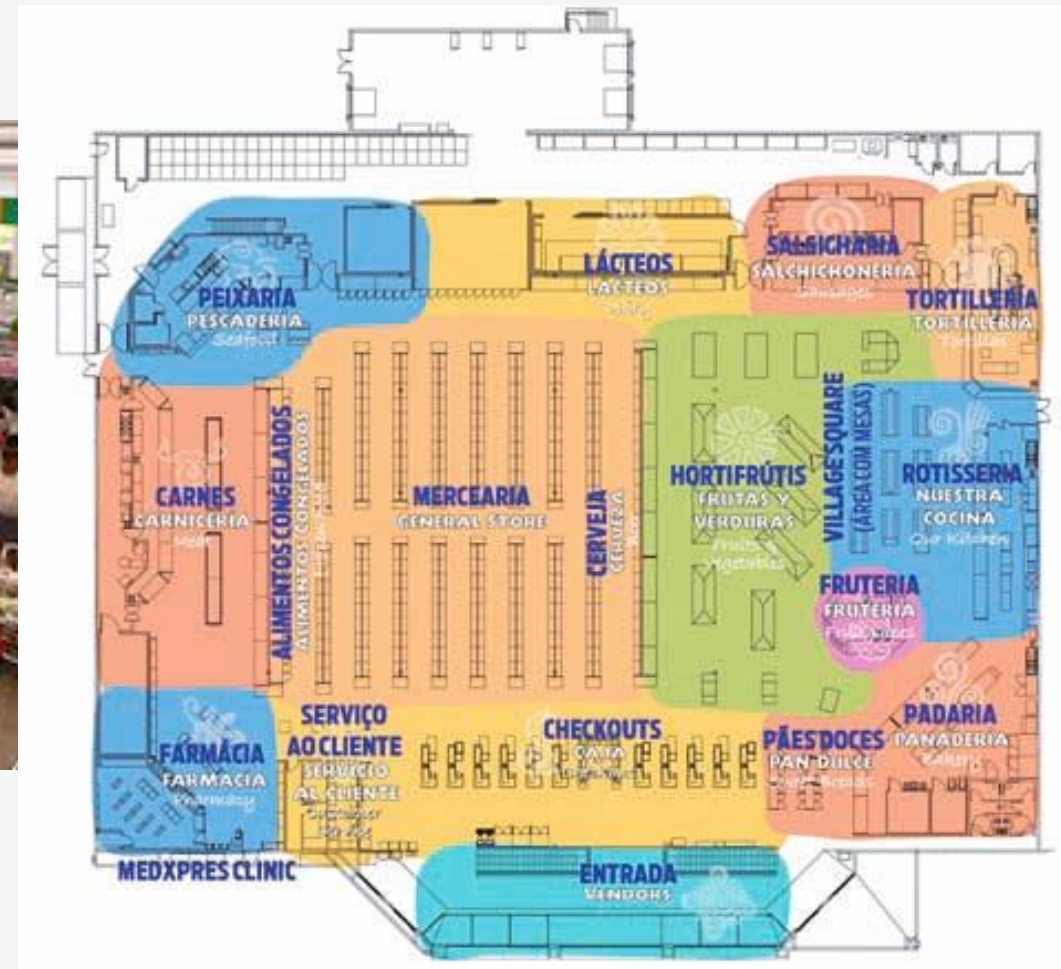


# Projetando a Navegação

**Cena em um supermercado. Você quer suco light.**

- Você caminha olhando as placas e vai para o corredor
- Acha o corredor, procura sua marca e pega
- ...e se você não acha...e os lights estão em corredor específico....
- ...e se o suco gelado está em outro lugar....

# Projetando a Navegação



**Cena em um supermercado. Você quer suco light.**

- Você caminha olhando as placas e vai para o corredor
- Acha o corredor, procura sua marca e pega
- ...e se você não acha...e os lights estão em corredor específico....
- ...e se o suco gelado está em outro lugar....

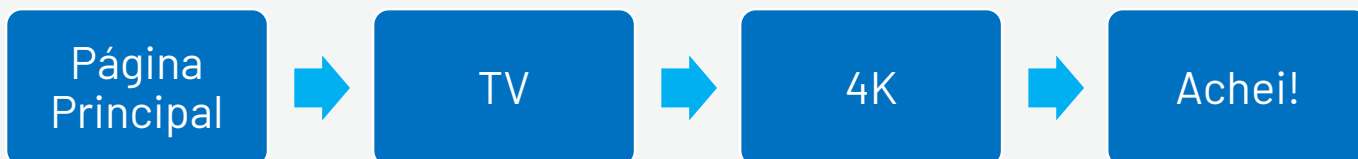
# Projetando a Navegação – Passo a passo

1. Você geralmente está procurando algo
2. Você decide se pergunta ou procura primeiro. Se decide procurar [barra de pesquisa] você é um “**search-dominant**” segundo **Jakob Nielsen**.
3. Se você decidir navegar, deve seguir a hierarquia de sinais [normalmente menus]. “**links-dominants**”.
4. Por fim, se não conseguir encontrar o que procura...você vai embora.



# Característica da Navegação Web

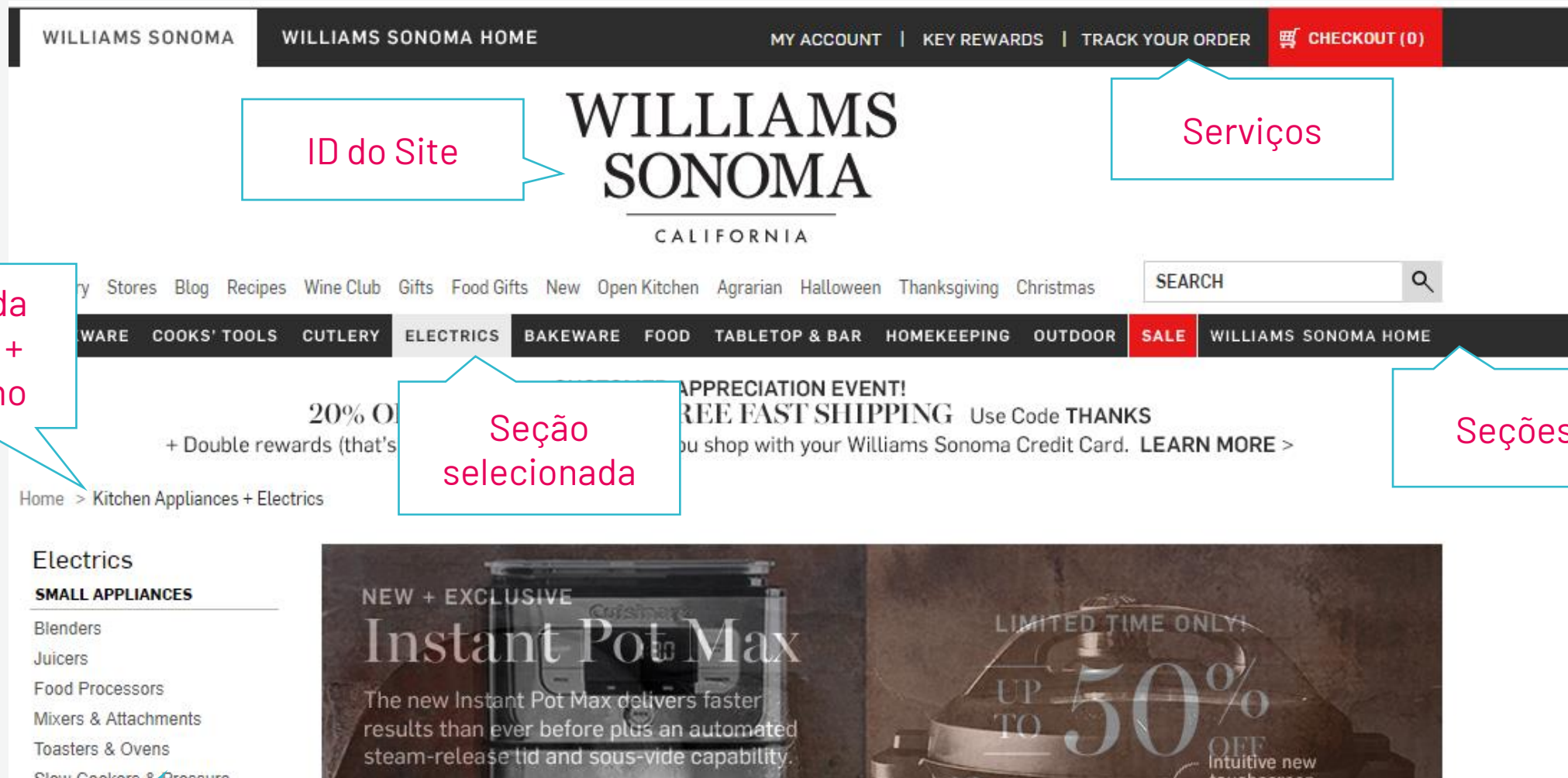
1. Você entra e não sabe quão grande é o espaço. 15 páginas ou 50 mil;
2. Nenhum senso de direção no sentido da hierarquia. Você por vezes salta para níveis mais profundos ou retorna para a entrada;
3. Nenhum senso de localização. Quando nos locomovemos, sabemos por onde passamos e acumulamos conhecimento a respeito.



**É importante você saber onde você está!**

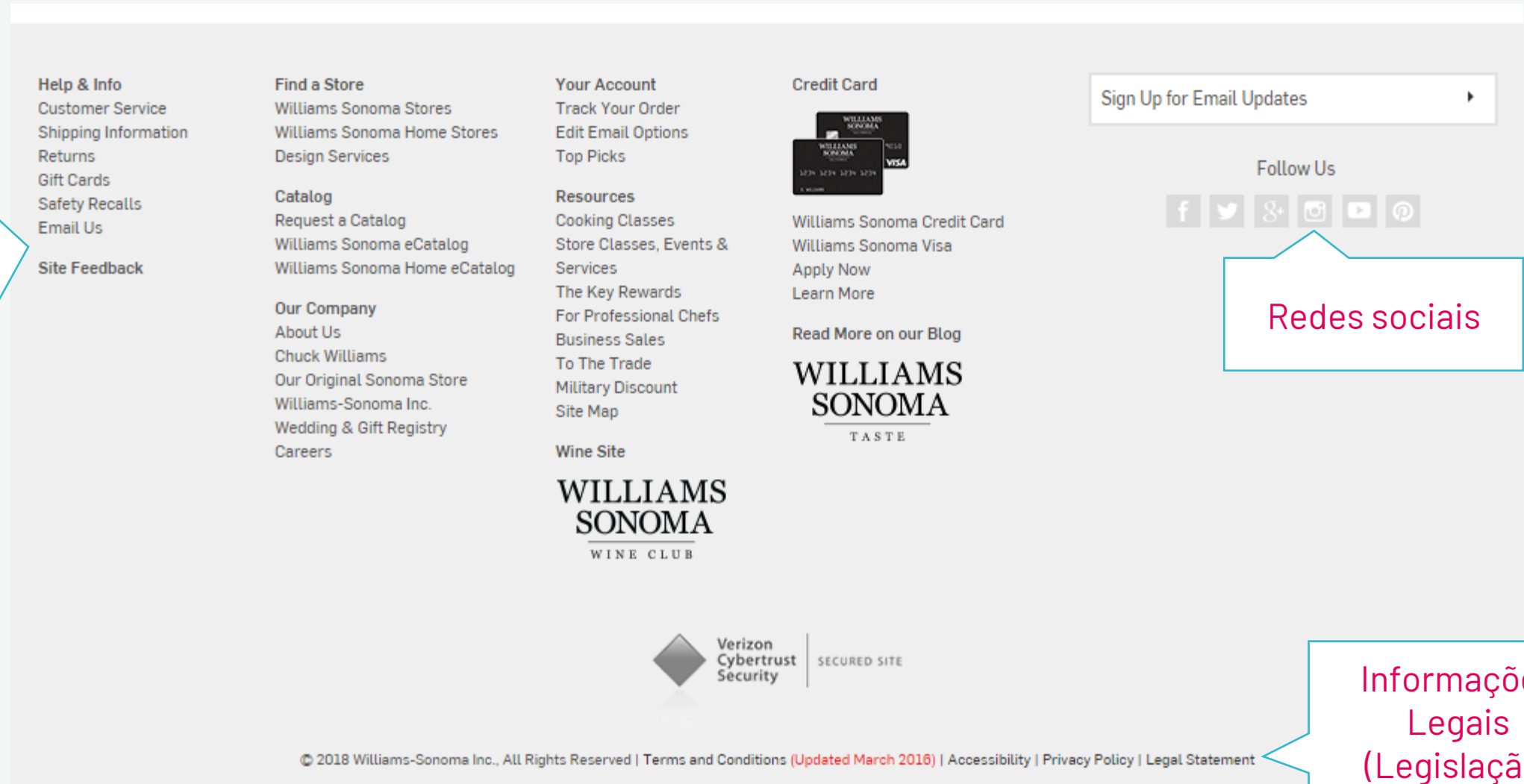


# Convenções de Navegação WEB



# Convenções de Navegação WEB

Navegação de Rodapé. Neste caso, extensa e com todos os serviços.



# Convenções de Navegação WEB

Navegação GLOBAL para mostrar que você ainda está no site.



**Você precisa deixar o botão de voltar para casa.  
Normalmente é clicar no logo.**

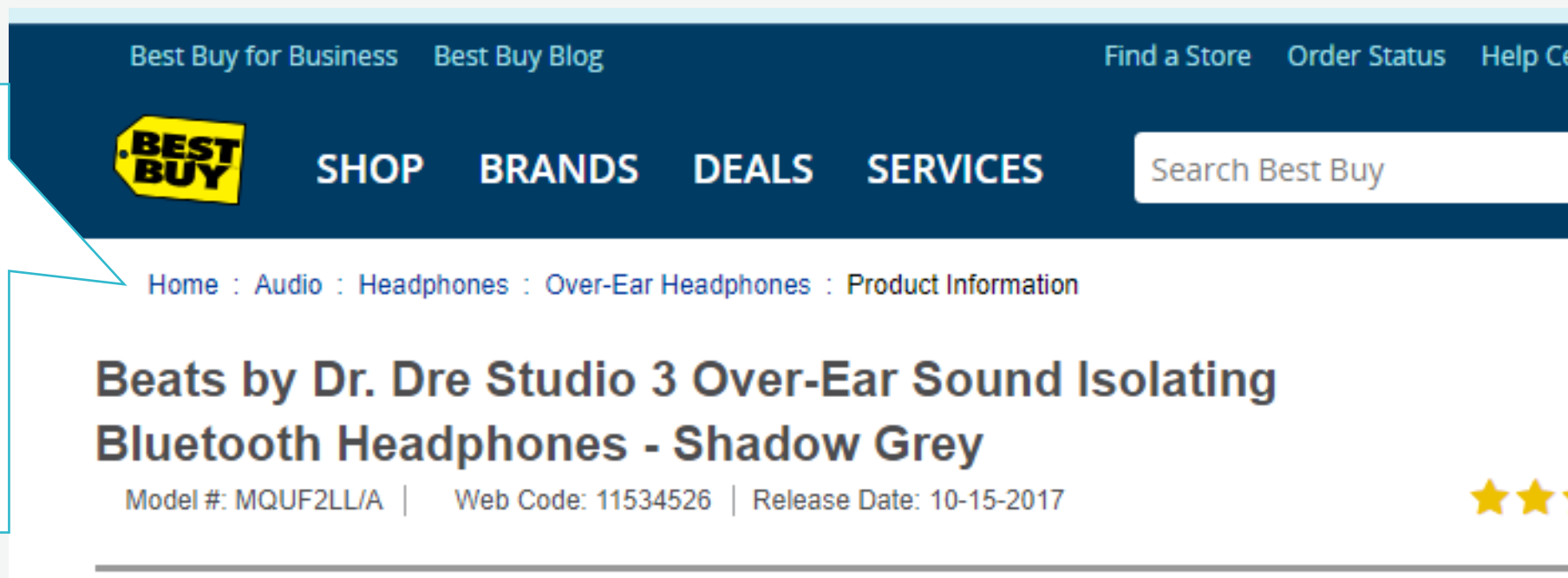
# Convenções de Navegação WEB

1. Todas as páginas precisam de um nome;
2. O nome precisa estar no lugar certo;
3. O nome precisa ser proeminente, ou seja, estar ressaltado;
4. O nome precisa equivaler ao clique, ou seja, a palavra clicada tem que equivaler a página.

Você está aqui.

Migalhas de pão.

No topo.  
último item destacado.





# Convenções de Navegação WEB

ABAS

ABAS

ABAS

ABAS

1. Todos sabem o que elas fazem;
2. São difíceis de não serem vistas;
3. São agradáveis.

**Abas são legais!**



**Teste do Porta Malas**

# Convenções de Navegação WEB

**TESTE DO PORTA MALAS:** Te colocaram de olhos vendados no porta malas, rodaram e te soltaram em algum lugar.

Peça para alguém imprimir uma página [pdf] de algum site e responda rápido:

1. Que site é esse?
2. Em qual página você está?
3. Quais são as principais seções desta página?
4. Quais são as minhas opções neste nível?
5. Onde eu estou no esquema das coisas? [Indicador de onde você está]
6. Como eu posso realizar uma pesquisa?

**Regra 7:**

# **A IMPORTÂNCIA DE COMEÇAR COM PÉ DIREITO**

Um bom slogan e Missão!

Atalhos. Mais utilizados.

Passe sua  
mensagem  
Principal e  
forneça Dicas.

## Software that will change the way you coach and train **forever**

As trainers, we know that one of the biggest challenges we face is maintaining momentum once the training has finished. GPS Goaltrak enables you to deliver the follow-up support required to retain the value of your training.

Acima da dobra do  
site!

**FIND OUT HOW**

Provoque curiosidade  
para descer!



# Home Page

 Menu

Busca 

NEWS | BRASIL

Notícias | Brasil | Internacional | Economia | Saúde | Ciência | Tecnologia | Aprenda Inglês | #SalaSocial | Galeria de Fotos | Mais ▾

APROVEITE A TARIFA PROMOCIONAL SUPER BINGO! a partir de: **R\$4.009,00**



ADVERTISEMENT

**MSC**  
CRUZEIROS  
**RESERVE AGORA**  
\*Preço por pessoa, em cabine interna dupla experiência Bella. Taxas não inclusas. Consulte saídas, condições e disponibilidade.

Conteúdo atualizado.

## Exclusivo: Steve Bannon declara apoio a Bolsonaro, mas nega vínculo com campanha: 'Ele é brilhante'

Ex-estrategista-chefe do governo Trump e criador da retórica nacionalista que elegeu o presidente americano concede entrevista à BBC News Brasil.

🕒 Há 1 hora

Por que especialistas veem 'onda conservadora' na América Latina após eleições brasileiras



### Destaques e Análises



#### Estudantes desenvolvem tijolos feitos a partir de urina humana

ADVE

Propaganda

Patrocinadores



# Home Page

Serviços



Lista de Casamento

Criar Lista

Presentear Noivos

Televendas: 3003-3278

Empresas: 11 3232-3030

Nossas Lojas

Meus Pedidos

O que você procura?



ENTRE OU  
CADASTRE-SE



☰ TODOS OS DEPARTAMENTOS ▾

Eletrodomésticos Video e Áudio Informática Smartphones Eletr

Ofertas antecipadas

## GoldenFriday

A **Black Friday** da Fast Shop



Fast Shop | Antecipamos ...



## GoldenFriday

A **Black Friday** da Fast Shop

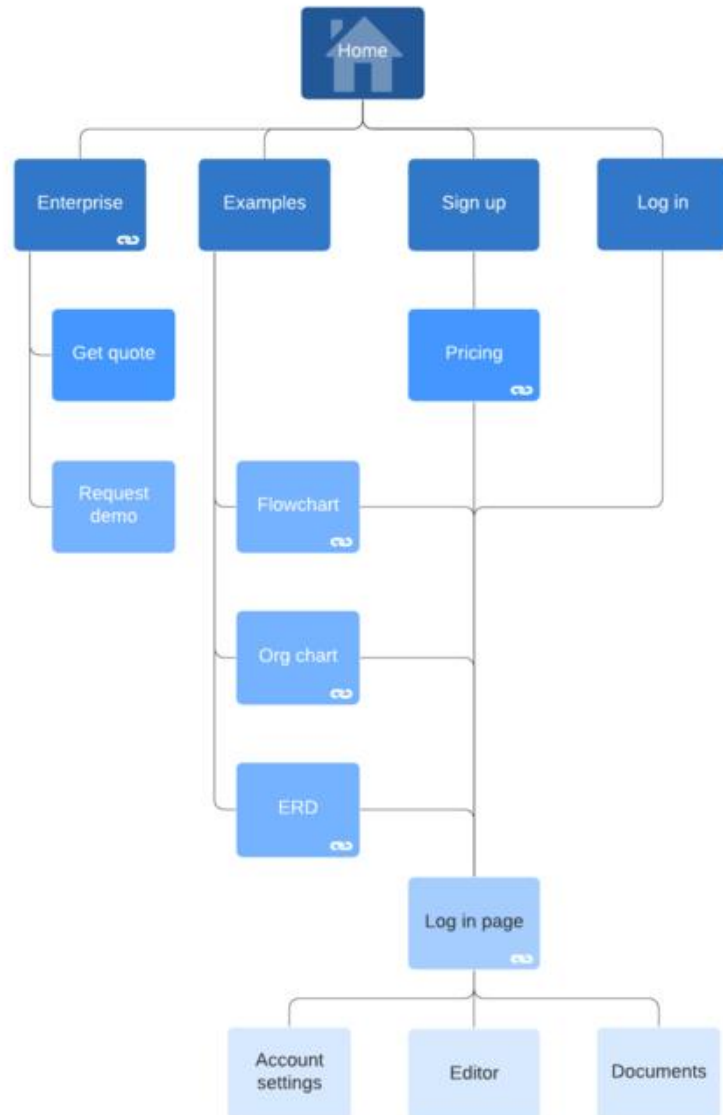
**NOVAS OFERTAS**  
**ANTECIPADAS TODO DIA.**  
PROCURE PELO SELO E COMPRE  
COM TRANQUILIDADE PELO  
MESMO PREÇO DA BLACK FRIDAY

Atalhos  
frequentes

Espaço para registro.

Patrocinadores

# Home Page



Sua Home precisa passar a ideia da hierarquia/mapa do seu site.



Além disso, você também deve:

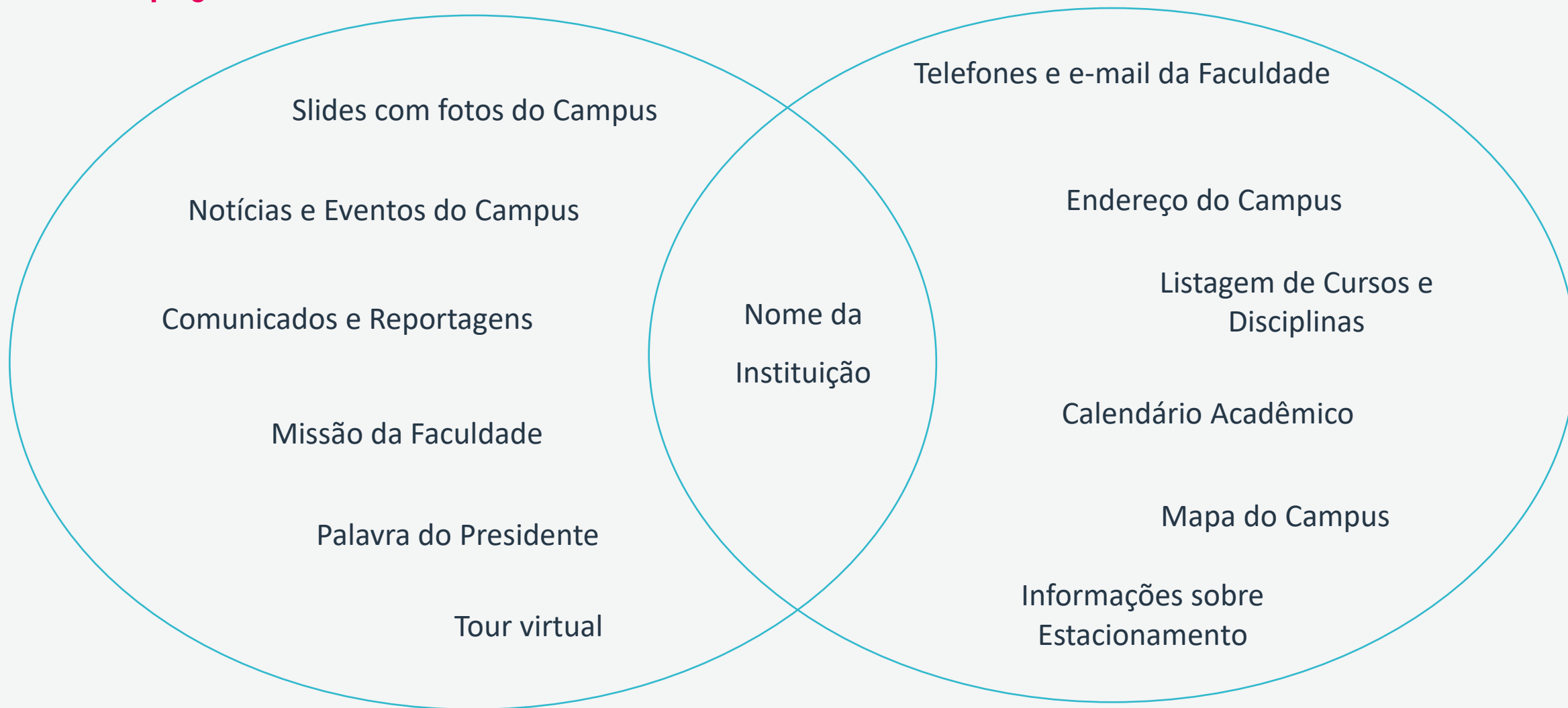
1. Mostrar o que está sendo procurado...
- 2...e o que não está sendo procurado.
3. Mostrar por onde as pessoas devem começar.
4. Estabelecer confiança e credibilidade.

<https://www.riotron.com.br/6-maneyras-de-passar-credibilidade-para-o-seu-cliente>

# Home Page

Coisas que você encontra na home page do site da faculdade.

Coisas que as pessoas normalmente estão procurando.



## Condições adversas

1. Todo mundo quer um pedaço da sua home page;
2. Panela que muito se mexe. [Todo mundo da opinião na home page];
3. Tamanho único. Diferente das demais páginas, a home page tem de atrair todo mundo que visite o site, independente de quais sejam os interesses. **É a vitrine da empresa na internet.**

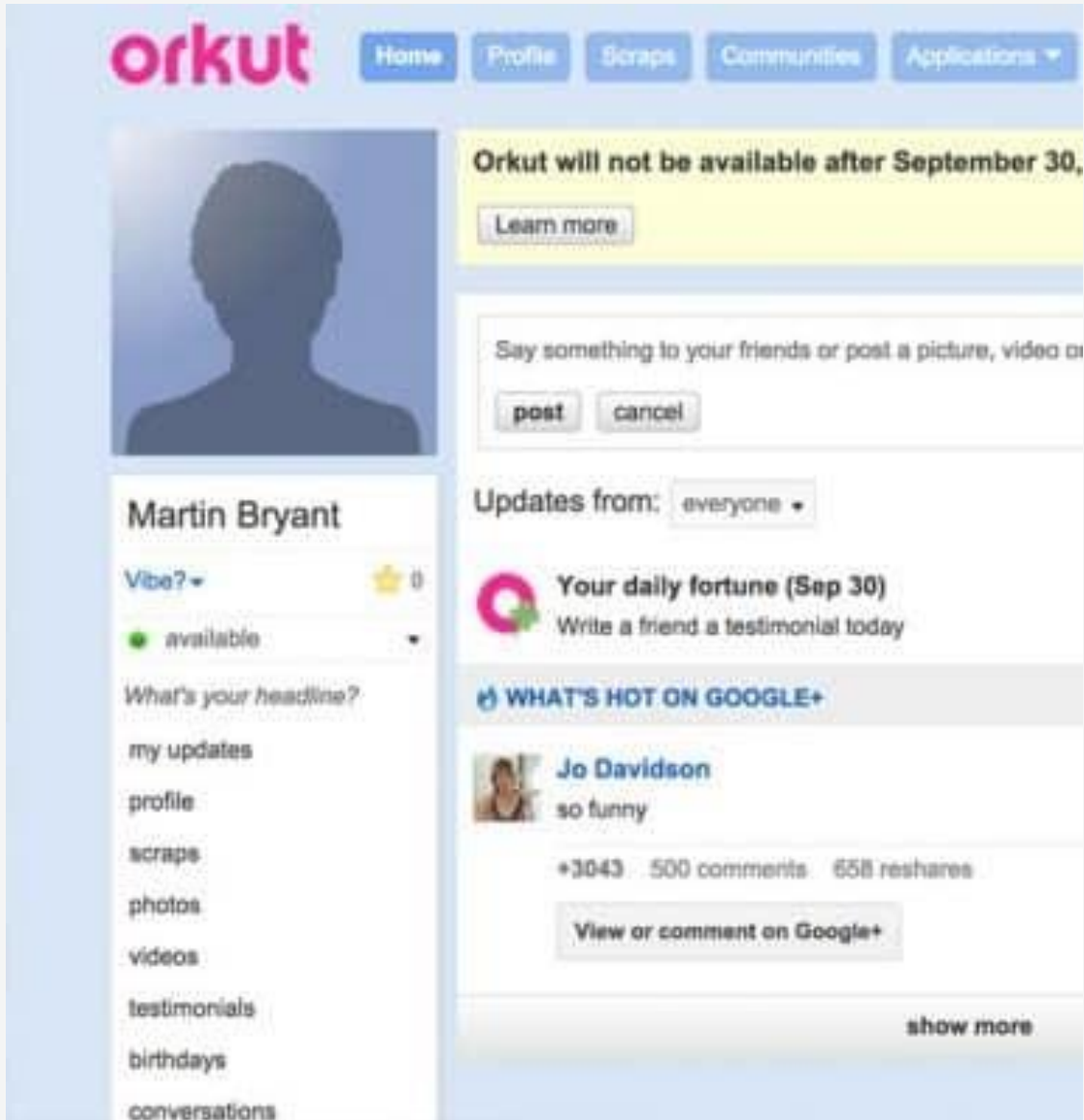
## Perguntas para ajudar:

O que é isto? O que eles tem por aqui?

O que posso fazer aqui?

Por que devo estar aqui e não em algum outro site?

# Home Page



- Mas Home Page é uma coisa muito velha!

- As pessoas entram no meu site via pesquisa no Google.

- Verdade, mas no minuto seguinte, clicam para ver a página principal. 😊

**Regra 8:**

**PORQUE AS BRIGAS SOBRE  
USABILIDADE SÃO UMA PERDA DE  
TEMPO**

## Brigas de Usabilidade

Um homem gosta de empurrar o arado  
O outro gosta de perseguir uma vaca  
Mas isso não é razão para que eles não  
possam ser amigos!

Oklahoma!, Oscar Hammerstein II

**Empatia neles!**

Quem tem razão é o utilizador!  
Não aos debates religiosos!

**Regra 9:**

**TESTES DE USABILIDADE ECONÔMICOS**



**Por que não fizemos isto antes?**

Todo mundo fala isso depois de fazer pela primeira vez um teste de usabilidade.

**DISCUSSÕES EM GRUPO**

**NÃO SÃO**

**TESTES DE USABILIDADE**

# Testes de Usabilidade Econômicos

Algumas verdades sobre os testes de usabilidade:

- Se você quer um **ótimo site**, **deve testá-lo**;
- Testar **um** usuário é 100% melhor que não testar **nenhum**;
- Testar **um usuário no início** do projeto é melhor do que testar **50 perto do fim**.

# Testes de Usabilidade Econômicos

	Teste Tradicional	Teste – Faça você mesmo
<b>Tempo gasto para cada rodada de teste</b>	1 a 2 dias. 1 semana para relatório e decisões (reuniões)	Uma manhã por mês que inclua teste, relatório e decisão.
<b>Quando você realiza o teste?</b>	Quando o site está quase pronto	Continuamente, durante o processo de desenvolvimento
<b>Número de rodadas de testes</b>	Pelo menos 8	3
<b>Como você recruta participantes</b>	Cuidadosamente.	Imprecisamente.
<b>Onde você realiza o teste?</b>	Fora do local de trabalho e com sala de observação	No local de trabalho, via compartilhamento de tela e vídeo conferência
<b>Quem assiste ao teste?</b>	Como é fora do local. Poucos.	Mais pessoas conseguem.
<b>Relatório</b>	25 a 30 páginas.	Um e-mail com 1 ou 2 páginas
<b>Quem identifica os problemas?</b>	O profissional de testes.	A equipe de desenvolvimento.
<b>Finalidade principal</b>	Identificar o máximo de problemas possível	Identificar os problemas mais relevantes e resolver antes da próxima rodada.
<b>Despesa</b>	5 a 10 mil dólares	O salário do colaboradores

# Testes de Usabilidade Econômicos

- Você deve escolher tarefas para serem testadas, como por exemplo:
  - Criar uma conta
  - Logar
  - Recuperar Senha
  - Comprar um produto

# Testes de Usabilidade Econômicos

- Você não precisa de muitos usuários porque você não quer provar alguma coisa.
- Você não quer encontrar TODOS os problemas, apenas os mais relevantes. Você encontra mais erros em uma manhã do que consegue consertar durante um mês.
- Recrute os participantes livremente e classifique-os pois você não faz um site para apenas um tipo de pessoa [persona].
- Você realiza o teste via Skype, Webex ou similar, assim você pode gravar e encaminhar para os outros da equipe.

# Testes de Usabilidade Econômicos

**SCRIPT:** Durante um teste de 1 hora

- **Boas vindas** a pessoa [4 min]
- Perguntas pessoais para **relaxar** o participante [evite temas polêmicos]. [2 min]
- **Passeio** pela homepage [se não for ela que for testada]. [3 min]
- Diga as **tarefas** que a pessoa precisa fazer, ou em alguns casos, apenas a tarefa principal, como, "criar uma conta". Você precisa assegurar que o participante vai pensar em "Voz alta", ou seja, dizer o que está pensando e fazendo a cada instante. [35 min]
- Depois das tarefas, você deve **sondar** o participante sobre o que aconteceu durante o teste. [5 min]
- **Fim de papo** [5 min]. Você agrade pela participação, paga a pessoa e se despede. [5 min]

## Problemas típicos

- Usuários confusos com o conceito;
- As palavras pelas quais procuram não estão lá;
- Há muita coisa acontecendo, as coisas estão na página, mas as pessoas não encontram.



## Decidindo o que consertar

- Escolha os problemas mais graves
- Crie uma lista
- Classifique-os
- Resista ao impulso de acrescentar coisas
- Receba solicitações de “novos recursos” com cautela
- Ignore problemas “caiaque”. Problemas que o próprio usuário consegue resolver.

## 5 desculpas mais utilizadas para não testar sites

- Nós não temos tempo
- Nós não temos dinheiro
- Nós não temos expertise
- Nós não temos laboratório de usabilidade
- Nós não saberíamos interpretar os resultados

**Regra 10:**

**POR QUE O SEU SITE DEVE SER  
EXEMPLAR**

**Sinceridade: A parte difícil**

## Fatores que diminuem a boa vontade

- Esconde-esconde [SAC, taxas, etc].
- Castigar o utilizador por ele não fazer as coisas direito [CPF]
- Solicitar informações que você não precisa de verdade
- Enganar
- Pedras no meio do caminho [as pessoas estão com pressa]
- Amadorismo

**A boa vontade do usuário não é infinita...  
pelo contrário.**

## Fatores que aumentam a boa vontade

- Saber o que as pessoas buscam e deixa-las mais visíveis;
- Responder as perguntas do utilizador;
- Economizar etapas no processo;
- Empenho para resolver os problemas;
- Saber quais as perguntas o utilizador vai fazer [FAQ atualizado];
- Facilitar a vida com impressão amigável;
- Facilitar a recuperação de erros;
- Na dúvida, peça desculpas.



**Agradeço**  
a sua atenção!

**Fábio Figueredo**

fabio.figueredo@sptech.school

SÃO  
PAULO  
TECH  
SCHOOL