



>> INTERAÇÃO HUMANO-COMPUTADOR

CIÊNCIA DA COMPUTAÇÃO



> H #3 <

LIBERDADE E CONTROLE DO USUÁRIO

H #3 | LIBERDADE E CONTROLE DO USUÁRIO

- ♦ Os usuários costumam realizar ações por engano ou **mudar de ideia** no meio de uma interação.

H #3 | LIBERDADE E CONTROLE DO USUÁRIO

- ♦ Os usuários costumam realizar ações por engano ou **mudar de ideia** no meio de uma interação.
- ♦ Eles precisam de uma “**saída de emergência**” claramente marcada para deixar a ação indesejada sem ter que passar por um processo extenso.

H #3 | LIBERDADE E CONTROLE DO USUÁRIO

- ♦ Quando é fácil para as pessoas **desistirem** de um processo ou desfazerem uma ação, isso promove uma sensação de **liberdade** e confiança. As saídas permitem que os **usuários permaneçam no controle do sistema** e evitem travar e se sentir frustrado.

H #3 | LIBERDADE E CONTROLE DO USUÁRIO

♦ Você se beneficia de uma boa aplicação da H #3 quando:

- ♦ O aplicativo dá a opção de “undo” e “redo” (desfazer e refazer).
- ♦ O sistema mostra uma maneira clara de sair da interação atual, como um botão “Cancelar”.
- ♦ O site da loja permite que você retorne para alterar/refazer etapas de compra/pagamento.

Mensagem enviada

Desfazer

Desligar o Windows



O que deseja fazer?

- ☐ Colocar o computador em modo de espera
- ☒ Desligar o computador
- ☐ Reiniciar o computador
- ☐ Reiniciar o computador em modo MS-DOS

OK

Cancelar

Ajuda

Windows Live Messenger

Você decidiu fechar o programa Windows Live Messenger, que não estava respondendo.

O programa não responde.

Informe este problema à Microsoft.

Criamos um relatório de erros que você pode nos enviar para ajudar a melhorar o Windows Live Messenger. Esse relatório será considerado confidencial e anônimo.

Para ver os dados contidos neste relatório de erros, [clique aqui](#).

Enviar relatório de erros

Não enviar

> H #4 <
CONSISTÊNCIA E PADRÕES

H #4 | CONSISTÊNCIA E PADRÕES

- ♦ Duas dimensões:
 - ♦ (1) Padrão do seu aplicativo (homogeneidade, consistência, coerência visual).
 - ♦ (2) Padrão da indústria.

H #4 | CONSISTÊNCIA E PADRÕES

- ♦ Homogeneidade. O sistema precisa de coerência estilística.
- ♦ O usuário sabe que está no mesmo site/app em qualquer página do mesmo.
- ♦ O usuário **sabe onde achar o que precisa** entre a variedade de menus e abas.

O que você procura?

ok

Encontre seu produto:

ok

[Produtos](#)

[Editorial](#)

[Como Comprar](#)

[Natura e Sociedade](#)

[Sobre a Natura](#)

[Consultora](#)

[Amor fundamental](#)

[Mulher bonita de verdade](#)

[Homem](#)

[Sustentabilidade](#)

[home](#) [Editorial](#)

Editorial



Para mulheres jovens e antenadas

Marcos Costa, maquiador oficial da Natura, ensina uma maquiagem fácil, natural e ideal para o dinamismo da jovem mulher moderna.



Cabelos do jeito que você gosta

Entenda as tendências para cabelos através da história.



Sono e a qualidade de vida

Saiba por que uma boa noite de sono nos confere uma melhor qualidade de vida.



Dança comigo

Descubra como a dança pode ser gostosa durante a gravidez e quais os benefícios que ela pode trazer para a saúde da gestante e do bebê.



O que você procura?

ok

Encontre seu produto:

Selecione

Selecione

ok

[Produtos](#)

[Editorial](#)

[Como Comprar](#)

[Natura e Sociedade](#)

[Sobre a Natura](#)

[Consultora](#)

Encomende com uma
consultora

Compre online

Natura no mundo

[home](#) [Como comprar](#) [Encomende com uma consultora](#)

encomende com um.a consultora



Compre seus produtos
Natura direto com um.a
Consultora Natura.

O atendimento é pessoal
e cada Consultora pode
indicar as linhas e lançamentos
mais adequadas para você.

-encontre um.a Consultor.a-

A empresa

Visão de mundo

Razão de ser

Crenças

Produtos

Políticas

Posicionamentos

Princípios de
relacionamento

Pesquisa e
desenvolvimento

Prêmios e
reconhecimentos

Apoios e patrocínios

Relatórios anuais

Fornecedores

Investidores

[home](#) [Sobre a Natura](#) [A empresa](#)

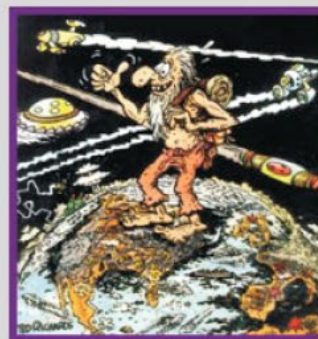


a empresa

A Natura é uma marca de origem brasileira, nascida das paixões pela cosmética e pelas relações, presente em sete países da América Latina e na França. No Brasil, somos a indústria líder no mercado de cosméticos, fragrâncias e higiene pessoal, assim como no setor da venda direta. Desde 2004, somos uma companhia de capital aberto, com ações listadas no Novo Mercado, o mais alto nível de governança corporativa da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa).

Em nosso comportamento empresarial, buscamos criar valor para a sociedade como um todo, gerando resultados integrados nas dimensões econômica, social e ambiental. Acreditamos que resultados sustentáveis são aqueles alcançados por meio de

Não 83



Tecnologia e Contracultura

(julho/2008)

NÃO ÍNDICE

artigos por autores

NÃO CARTAS

ninguém nos escreve

NÃO RECOMENDA

nossas indicações

NÃO AO VIVO

atualizado em ago/2006

Ainda estou no mesmo site?

ÍNDICE GERAL DE 6 ANOS DE NÃO

TODAS AS 934 MATÉRIAS PUBLICADAS NAS EDIÇÕES 53-80
Organizadas por autores, em ordem alfabética

| [A](#) | [B](#) | [C](#) | [D](#) | [E](#) | [F](#) | [G](#) | [H](#) | [I](#) | [J](#) | [K](#) | [L](#) | [M](#) | [N](#) | [O](#) | [P](#) | [Q](#) | [R](#) | [S](#) | [T](#) | [U](#) | [V](#) | [W](#) | [X](#) | [Y](#) | [Z](#) |

acadêmicos de Rondônia

[Manifesto madeirista](#) - NÃO 65

Adeli Sell

[Direitos Autorais x ECAD](#) - NÃO 71

Adilson Cabral

[Cúmplices](#) - NÃO 55

[A Verdadeira história de um menino tímido](#) - NÃO 64

Adriana Amaral

[Correndo para a América](#) - NÃO 65

[Por onde anda a cor e o brilho no pop?](#) - NÃO 70

[Queimando](#) - NÃO 77


[O Repouso de Lili](#) - NÃO 73

[Sou brega](#) - NÃO 68

Ainda estou no mesmo site?

Não Cartas


 **NÃO CARTAS 351-375**
agosto/2001 a abril/2003


 NÃO CARTAS 301-325
abril a dezembro/2000


 NÃO CARTAS 251-275
fevereiro/2000


 NÃO CARTAS 201-225
dezembro/99 a janeiro/2000


 NÃO CARTAS 151-175
junho a agosto/99


 NÃO CARTAS 101-125
abril a maio/99


 NÃO CARTAS 051-075
agosto a dezembro/98


 NÃO CARTAS 001-025
novembro/97 a maio/98

NÃO CARTAS 326-350 
janeiro a agosto/2001


NÃO CARTAS 276-300 
fevereiro a abril/2000


NÃO CARTAS 226-250 
janeiro e fevereiro/2000

NÃO CARTAS 176-200 
outubro a dezembro/99

NÃO CARTAS 126-150 
maio a junho/99

NÃO CARTAS 076-100 
dezembro/98 a abril/99

NÃO CARTAS 026-050 
maio a agosto/98

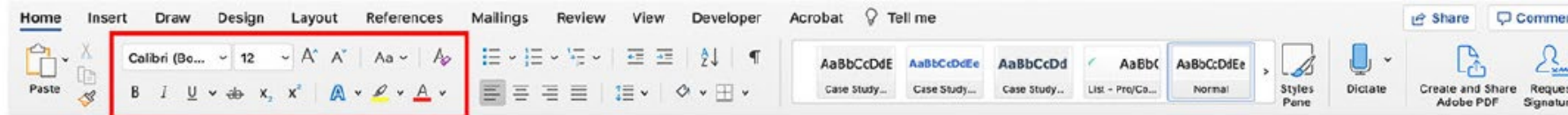
 **TODAS AS NÃO CARTAS**
índice por remetente (só até a 235)

PRÓXIMA NÃO CARTA
usuario_editor@nao-ti.com.br



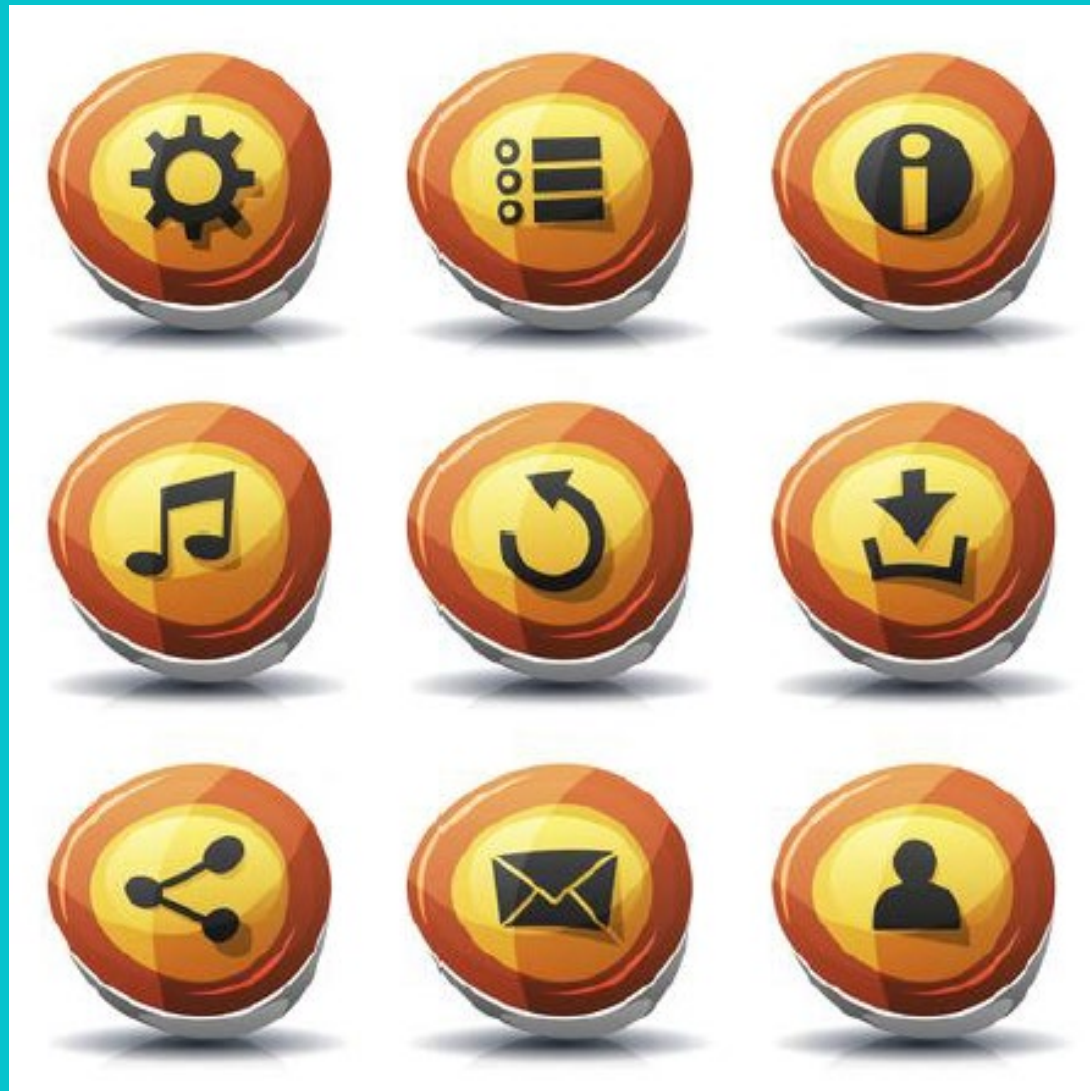
H #4 | CONSISTÊNCIA E PADRÕES

- ♦ Estabeleça um padrão e siga (vai além da coerência estilística).
- ♦ Os usuários não devem se perguntar se palavras, situações ou ações diferentes significam a mesma coisa. Siga as convenções **da sua plataforma**.



H #4 | CONSISTÊNCIA E PADRÕES

- ♦ Siga o padrão da indústria (vai além do padrão do seu sistema).
- ♦ A Lei de Jakob afirma que as pessoas passam a maior parte do tempo usando produtos digitais. As experiências dos usuários com estes definem suas expectativas. Deixar de seguir o padrão pode aumentar a carga cognitiva dos usuários, **forçando-os a aprender algo novo.**



H #4 | CONSISTÊNCIA E PADRÕES

- ♦ Siga o padrão da indústria (vai além do padrão do seu sistema).
- ♦ Para além da correspondência com o mundo real (H #2), que utiliza algo do cotidiano do usuário (no caso de imagens, por semelhança).

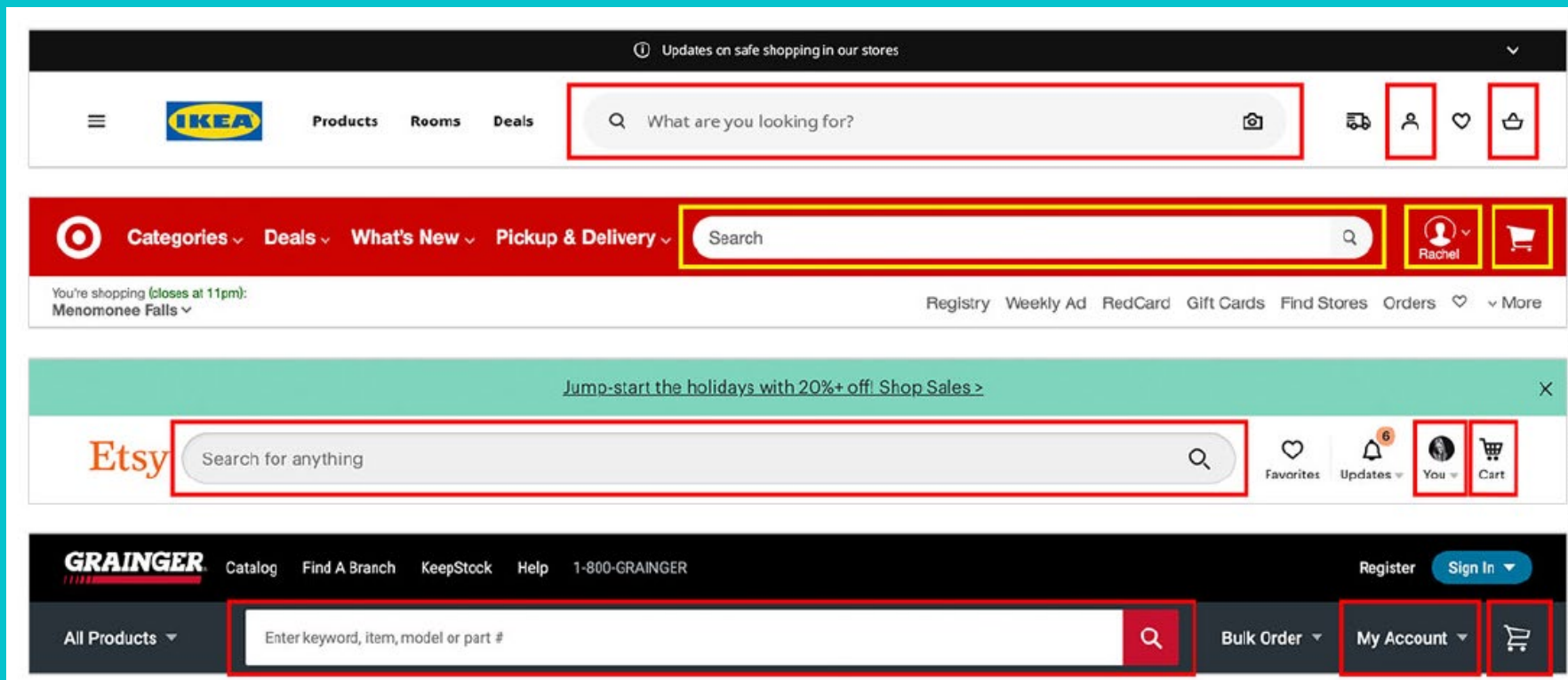


- ✗ Correspondência com o mundo real
- ✓ Consistência e padrão



- ✓ Correspondência com o mundo real
- ✓ Consistência e padrão

Mas não se trata somente das imagens dos ícones.



O local onde eles **normalmente** aparecem na página também conta.

H #4 | CONSISTÊNCIA E PADRÕES

- ♦ Siga o padrão da indústria (vai além do padrão do seu sistema).
- ♦ O padrão da indústria não se aplica **apenas** às imagens dos ícones.
- ♦ Composição, palavras, etapas de procedimentos também contam.

Hora de prototipar!

- ♦ Juntem as equipes!
- ♦ A partir do mapa do app e das telas já realizadas, as equipes devem iniciar a aplicação das heurísticas #3 e #4 nas telas e ações que necessitam das mesmas.
- ♦ Entrega para orientação: 10/04.