

Arquitetura do Conteúdo na Web

Em uma definição bastante sucinta, o Information Architecture Institute (Instituto de Arquitetura da Informação) explica em que consiste essa disciplina:

“A arquitetura da informação é a prática de decidir como organizar as partes de alguma coisa de modo a torná-la compreensível.”

Se formos desenvolver essa descrição, podemos dizer que a IA tem a função de auxiliar as pessoas a encontrar o que elas estão procurando. Seja em objetos ou locais, físicos ou digitais, ela também possui a finalidade de tornar claro o contexto em que o indivíduo ou usuário está.

Arquitetura da informação é um grande pilar da tecnologia e da organização de grandes empresas, fazendo parte de um grande contexto de transformação digital. Se você quiser entender mais sobre o assunto, não deixe de conferir o ebook sobre Transformação Digital.

Se você for a um supermercado pela primeira vez e quiser saber onde ficam os chocolates, provavelmente vai procurar por uma placa que indica a seção de doces e sobremesas. Da mesma forma, se quiser consultar os ingredientes de um produto, é de se esperar que consiga encontrar essa informação com facilidade na embalagem.

O mesmo vale para o mundo digital, que será o foco deste post — basta adaptar o conceito para softwares, aplicativos, sites, blogs etc.

É fundamental que eles contenham as informações em uma estrutura facilmente compreensível, que siga uma lógica simples e que leve em consideração as possibilidades de interação.

Ou seja, quando pensamos em hierarquias, categorias e outros elementos que favoreçam a navegação e descomplicuem a busca por aquilo que estamos procurando, estamos nos referindo à arquitetura da informação.

À primeira vista, ela pode parecer um recurso dispensável, que só visa melhorar a apresentação de um site, aplicativo ou outro tipo de projeto. Contudo, sua importância vai muito além disso. Vamos entender o porquê.

Pode ser que alguns empresários, gestores e outros tomadores de decisão não apoiem um investimento em arquitetura da informação por ignorarem a importância que ela tem para as organizações e os seus clientes. Talvez eles simplesmente não consigam enxergar utilidade prática em um trabalho nesse sentido.

Para ficar mais claro como ela é pertinente, tome o site da sua empresa como exemplo e acompanhe o raciocínio a seguir:

Segundo Steve Krug, autor de “Não Me Faça Pensar” — uma das maiores referências em termos de livros de marketing digital —, existem 4 perguntas que o usuário precisa conseguir responder rapidamente assim que entra em um site:

O que é isto?

O que eles têm por aqui?

O que posso fazer aqui?

Por que devo estar aqui e não em outro site?

E então, o design e funcionamento do seu site permitem que o visitante responda a essas perguntas sem esforço?

É aí que está uma das maiores vantagens da IA. No contexto de artefatos digitais, ela possibilita o desenvolvimento de produtos e serviços orientados a oferecer qualidade tanto na navegação quanto na usabilidade.

É algo que, sem dúvida, demanda bastante esforço para construir, mas que permite às empresas economizar tempo e dinheiro com a resolução de problemas como dificuldades em entender o que é possível fazer dentro de um site ou não saber o que fazer a seguir diante de determinada tela.

São contratempos que eventualmente vão ocorrer, caso não haja um cuidado com a arquitetura da informação.

E o que é pior: enquanto não forem solucionados, eles certamente vão causar frustração para a sua audiência.

Assim, ao valorizar a prática de medidas de IA, a marca previne prejuízos como a migração de usuários insatisfeitos para a concorrência ou queixas em sites de reclamação de que o seu site/app/programa não funciona como deveria.

Mas não é só isso. Existem usuários que, ao não encontrarem o que procuram ou se sentirem confusos por não entenderem o que estão vendo na tela, culpam a si mesmos. Dessa forma, passam por uma experiência terrível e associam toda essa sensação negativa à sua companhia ou a algum produto ou serviço que ela oferece.

Já que o assunto é IA, nada melhor que estruturarmos todas as informações que vimos até aqui em 3 grandes categorias.

Para isso, vamos contar com a ajuda de Louis Rosenfeld, Peter Morville e Jorge Arango.

No livro que é um dos guias definitivos sobre arquitetura da informação — “Information Architecture for the World Wide Web” —, os autores apresentam esse campo como o relacionamento entre os seguintes pilares:

conteúdo;

usuários;

contexto.

Essa ideia de que a IA se dá pela interseção desses 3 conceitos recebe o nome de ecologia da informação e representa um ambiente de interdependência, que será diferente de negócio para negócio.

Sendo assim, para que a arquitetura da informação seja de fato útil, é preciso desenvolver um conteúdo com atenção aos usuários e ao contexto em que eles, a empresa e o projeto se encontram.

Portanto, podemos resumir IA com os tópicos abaixo:

Conteúdo

textos, imagens, gráficos, conteúdo em áudio etc.;

mapeamento das páginas ou telas;

estrutura;

taxonomia;

volume de informações.

Usuários

persona;

necessidades;

comportamento de busca pela informação;

experiência de uso;

tarefas que pretende executar na sua aplicação.

Contexto

modelo de negócios;

objetivos do projeto;

tecnologias e metodologias de desenvolvimento;

recursos (capital, pessoas, equipamentos, entre outros);

restrições.

Qual é a relação da IA com o nosso cotidiano?

Já detalhamos a função da arquitetura da informação como parte importante do desenvolvimento de projetos de produtos/serviços digitais, mas será que a IA está presente no nosso cotidiano?

A resposta é sim e você provavelmente já executou uma tarefa relacionada a essa ciência/arte.

Quando pensamos na organização de setores da empresa, atividades desenvolvidas e estruturação de uma equipe, por exemplo, a IA está presente.

O mesmo vale quando vamos coordenar uma viagem, nomear as pastas no computador e organizar os arquivos dentro delas, agrupar as fotos das férias no smartphone para depois enviar para os amigos e muito mais.

Por mais que não utilize as metodologias que vimos ao longo do post, em casos como esses, você é o arquiteto da informação, afinal, será sua a iniciativa de dar a ela a estrutura, classificação ou arranjo que acredita ser mais relevante.

Podemos perceber, portanto, que a área da arquitetura da informação tem uma vasta teoria e práticas muito úteis para a construção de sistemas atrativos e confortáveis para o público. Toda essa riqueza se deve, principalmente, à interdisciplinaridade dos estudos de IA, que envolvem linguagem, design, tecnologia, psicologia, negócios e muito mais.

Quais são as metodologias que a IA utiliza?

Nesta seção, veremos algumas das práticas que os profissionais envolvidos com IA utilizam para estruturar as informações dos conteúdos e materiais com os quais trabalham.

Mas antes de seguir qualquer destas etapas, vale lembrar que é essencial conhecer muito bem as particularidades dos usuários para os quais um artefato se destina. Por isso, tenha sempre em mente quem é o seu cliente ideal, utilizando o conceito de buyer persona.

Estrutura hierárquica

A hierarquia é fundamental para que os usuários compreendam em qual nível eles estão dentro da sua aplicação e como o conteúdo das telas ou páginas se relacionam uns com os outros.

Em um aplicativo hipotético de troca de mensagens, podemos ter a tela principal, em que o usuário escolhe entre “Contatos”, “Conversas” e “Configurações”. Dentro dessas opções, há outras subopções e assim sucessivamente.

Para representar esse arranjo, é recomendável elaborar um diagrama nos moldes da estrutura organizacional de uma empresa — um organograma.

Lembrando que esse documento pode receber outros nomes, como mapa do site ou arquitetura do site quando se refere ao relacionamento entre páginas web.

Wireframes

Os wireframes consistem em demonstrações — interativas ou não — de como o usuário vai visualizar as informações disponíveis em um ativo digital, suas hierarquias e as conexões entre as telas da aplicação.

São muito úteis porque dão uma representação da disposição dos elementos que vão compor o produto final.

Ao trabalharem com base nos wireframes, os envolvidos no projeto conseguem chegar a um consenso sobre a melhor forma de apresentação e esse recurso passa a servir de referência para designers, desenvolvedores e demais profissionais envolvidos criarem os entregáveis.

Taxonomia

No contexto da arquitetura da informação, a taxonomia se refere aos nomes que damos para agrupar e descrever os conteúdos, assim como a linguagem que usamos com esse objetivo.

Imagine que, durante o desenvolvimento do site institucional, uma empresa decide que quer mostrar quem são seus clientes e parceiros.

Isso envolve decidir se eles estarão em uma opção do menu “Clientes e Parceiros”, em opções separadas no menu como “Clientes” e “Parceiros” ou como tópicos de um submenu chamado “Quem somos”, apenas para citar algumas ideias.

Uma maneira de facilitar essa escolha é por meio da técnica de card sorting (ordenação de cartões).

Nela, participantes com características semelhantes à persona devem organizar um conjunto de fichas com tópicos que descrevem as telas/páginas. A ideia é que essas pessoas agrupem os cartões em categorias, de acordo com o conhecimento que elas têm do projeto, e até mesmo ajudem a nomear esses grupos.

O responsável pela atividade deve conversar com os participantes para entender o que motivou suas escolhas e, por fim, analisar os agrupamentos com mais ocorrências e que mais fazem sentido.

Inventário de conteúdo

Para ter uma visão geral dos conteúdos que um projeto vai ter, é interessante elaborar um inventário que liste todas as páginas ou telas e as informações que elas devem mostrar.

Em geral, trata-se de uma planilha com o título, link (no caso de páginas web), descrição e outras observações pertinentes sobre esses componentes.

Esse documento é relevante principalmente para aplicações muito grandes, em que é fácil para os colaboradores se perderem em meio a tanta informação.

Sem contar que ajuda a organizar a hierarquia e a taxonomia desenvolvidas com práticas que vimos anteriormente, além de evitar problemas de conteúdo duplicado na sua aplicação.

Qual é a relação entre arquitetura da informação e UX?

Atualmente, para desenvolver um site, aplicativo ou software, investir no design centrado no usuário é crucial para o seu sucesso. Isso envolve o empenho de profissionais de diversas áreas, o que pode gerar confusão em relação ao domínio de cada campo.

Um dos maiores exemplos é a confusão entre IA e UX. Apesar de ambos estarem bastante interligados, não são a mesma coisa.

A arquitetura da informação funciona como uma fundação para o trabalho dos designers de experiência do usuário.

Enquanto a IA fornece os recursos necessários para estruturar a informação, tornando o sistema compreensível e fácil de usar, a UX fica responsável por criar um modelo de interação que seja agradável para a sua audiência.

Isso envolve processos que vão desde a criação dos elementos visuais e da interface até escolhas que levam em conta o comportamento do usuário e suas necessidades.

De forma geral, a arquitetura de informação, conforme a definição criada originalmente por Wurman, trata da organização da informação para torná-la clara, compreensível. Na web, esse objetivo se mantém: criar as estruturas de organização da informação de um website para que o usuário consiga compreendê-lo com facilidade.

Na web, a arquitetura de informação cuida de projetar a estrutura, o esqueleto, de um website sobre o qual todas as demais partes irão se apoiar.

West (2001) cita que “arquitetura de informação é a prática de projetar a infra-estrutura de um webwebsite, especialmente a sua navegação”, e Shiple (2001) afirma que “arquitetura de informação é a fundação para um ótimo web design. Ela é o esquema [blueprint] do website sobre o qual todos os outros aspectos são construídos – forma, função, metáfora, navegação e interface, interação e design visual.”

Esse esquema, essa infra-estrutura, tem um propósito: atender as necessidades de informação dos usuários do website. Dijck (2003) cita que “O principal trabalho de um arquiteto de informação é organizar a informação de um website para que seus usuários possam encontrar coisas e alcançar seus objetivos.”

Toub (2000) reforça isto citando a minha definição favorita: “Arquitetura de informação é a arte e a ciência de estruturar e organizar ambientes de informação para ajudar as pessoas a satisfazerem suas necessidades de informação de forma efetiva.”

Conhecer os usuários, suas necessidades, hábitos, comportamentos e experiências são fundamentais para elaborar a arquitetura de informação de um website, mas não são suficientes. É necessário também entender as características do conteúdo que será apresentado (volume, formato, estrutura, governança, dinamismo, etc.) e as especificidades do contexto de uso (objetivo do website, cultura e política da empresa, ambiente de uso, restrições tecnológicas, etc.). Esta trinca, usuário–conteúdo–contexto e suas interdependências são únicas para cada website e o papel do arquiteto é justamente conseguir balanceá-las, para que a informação certa seja acessada pela pessoa certa no momento certo (Rosenfeld & Morville, 2002).

E o que o arquiteto de informação produz? Os produtos entregues em um projeto de arquitetura de informação são documentos que:

- registram as regras de organização da informação do website;
- aplicam estas regras nos conteúdos, gerando mapas de navegação (sitegramas e fluxos de navegação), esquemas das páginas (wireframes) e o vocabulário controlado.

A documentação das regras registra o modelo conceitual, as idéias, do projetista e garantem consistência nas manutenções futuras. A documentação da aplicação das regras demonstram a viabilidade do projeto e formam a especificação técnica para os responsáveis pela implementação do website (designers gráficos, redatores, programadores, etc.).

Componentes da arquitetura da informação de um website

Rosenfeld e Morville (2002) dividem a arquitetura de informação de um website em quatro grandes sistemas, cada um composto por regras e aplicações. Juntos eles reúnem todos os elementos de interação do usuário com a informação apresentada pelo website. São eles:

Sistema de Organização (Organization System): Define a classificação de todo o conteúdo.

Sistema de Rotulação (Labeling System): Estabelece as formas de representação, de apresentação, da informação definindo rótulos para cada elemento informativo.

Sistema de Navegação (Navegation System): Especifica as maneiras de navegar, de se mover pelo espaço informacional e hipertextual.

