



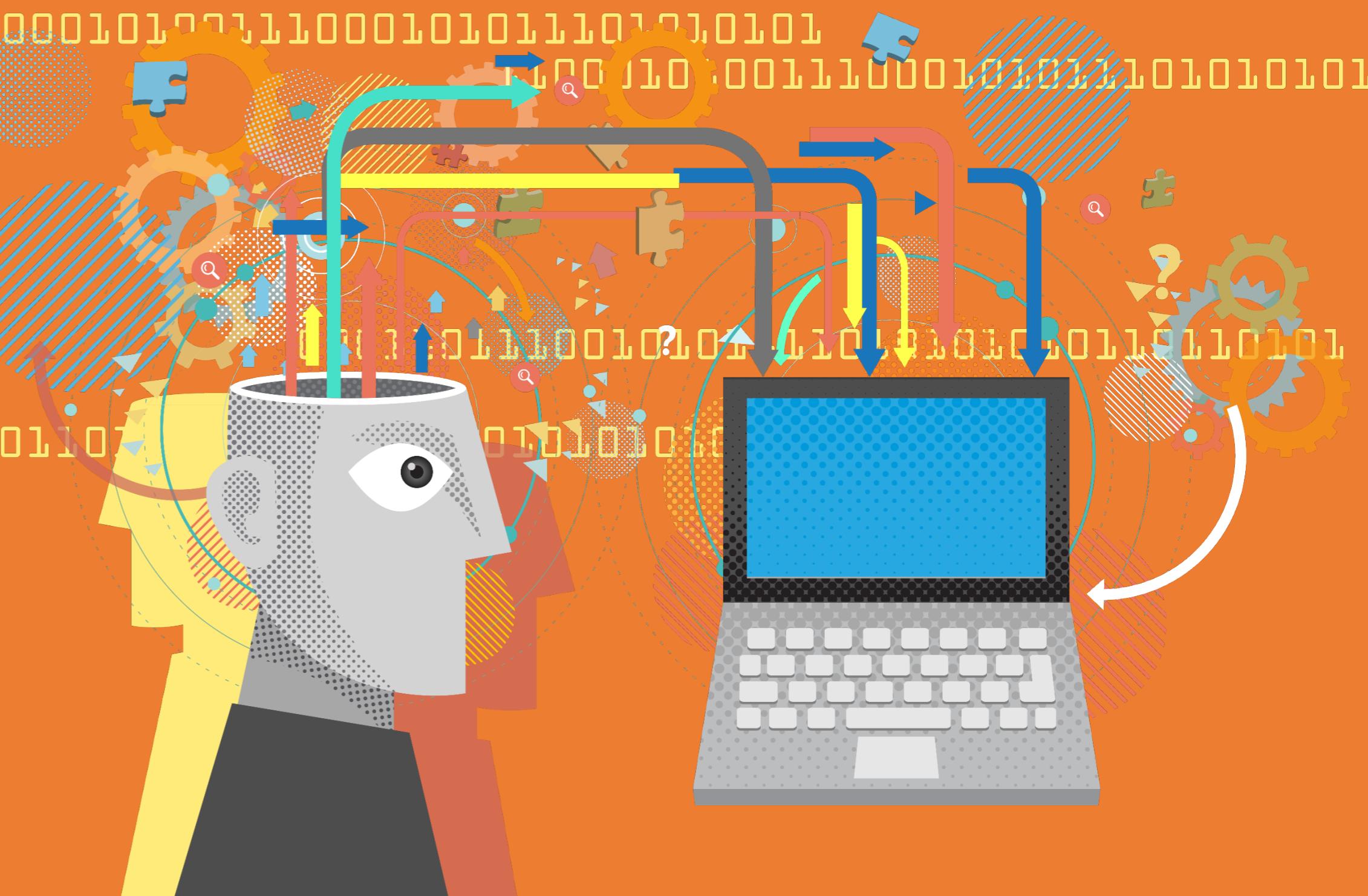
FUNDAMENTOS DO DESIGN PARA WEB

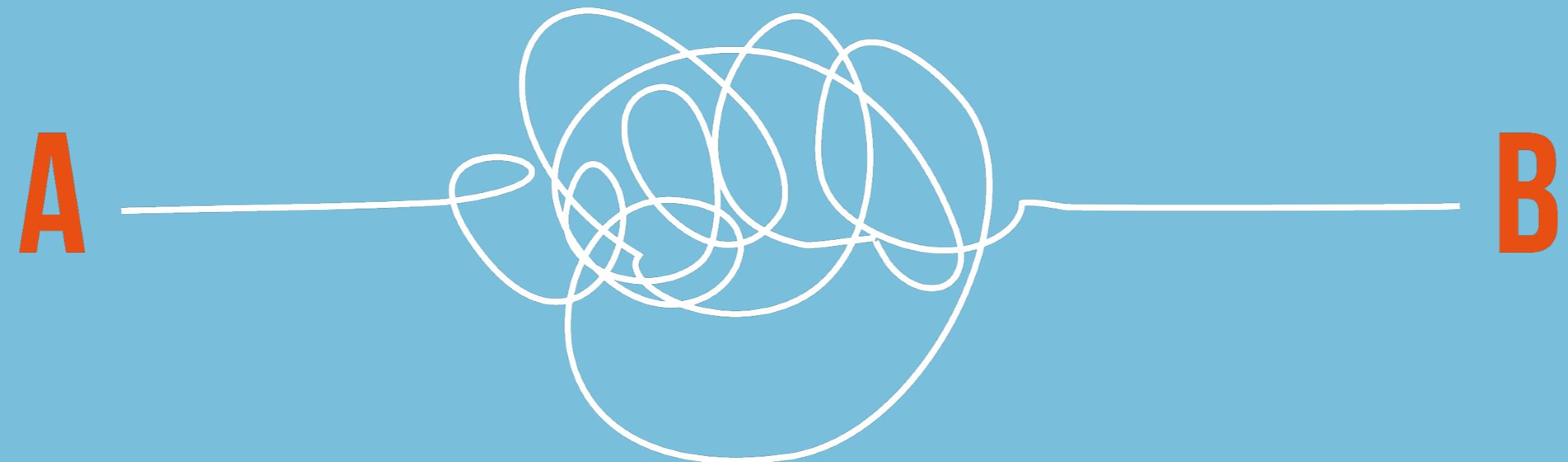
# USABILIDADE

Agora vamos tratar de **usabilidade**. Não a confunda com acessibilidade!

Quando trabalhamos a **acessibilidade** de um site, estamos cuidando para que ele seja compatível às pessoas, principalmente quando possuem necessidade especiais. Podemos fazer um site para cegos, por exemplo, pois existem dispositivos que conseguem fazer a sua leitura.

Então, **acessibilidade** é quando você constrói um site para alguma deficiência específica e o torna tão acessível quanto se a pessoa não tivesse aquela deficiência. Já **usabilidade** é quando planejamos um site intuitivo, para que ele seja muito fácil de ser utilizado.





Usabilidade não é algo específico do web design ou da informática. A usabilidade está no nosso dia a dia.

Tudo o que é muito fácil de ser utilizado teve um planejamento por trás com usabilidade, gerando assim uma boa experiência para o usuário.



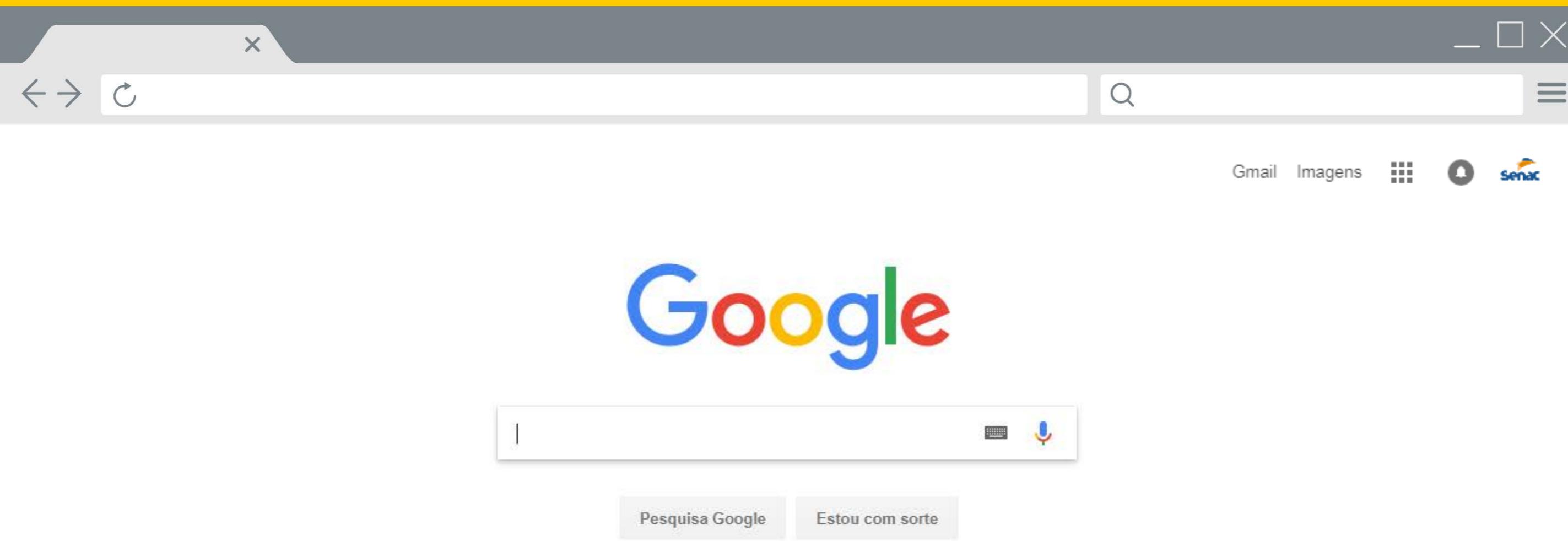
Quando não ocorre planejamento, um projeto web pode apresentar falha de usabilidade, gerando um impacto negativo. Exemplos de sites com baixa usabilidade são os que apresentam muitas informações e são de difícil localização.

Assim, existem produtos que fracassam. Não por serem ruins, e sim porque a usabilidade não é boa, pois tendemos a utilizar as coisas que temos facilidade.

Entre em 3 websites do mesmo segmento. Aquele que você conseguir usar de forma mais fácil e encontrar os mesmos resultados com certeza será a sua opção. O mesmo vale para aplicativos de smartphone. Aquele que conseguir utilizar de modo satisfatório será o escolhido para uso contínuo.

A usabilidade pode ser a ponte entre o sucesso e o fracasso do seu site.

Um bom exemplo de usabilidade é o site de busca do Google. Nessa página temos uma grande área em branco, um campo de busca que já está com foco quando você entra no site e ainda um botão Pesquisa. Página extremamente simples. Basta digitar o que se pretende buscar e clicar em Pesquisar.



Mais importante do que um site bonito, é um site com boa usabilidade. Site bonito não é sinônimo de sucesso.

De modo geral, temos que diminuir a curva de aprendizado do usuário do site. Quando alguém entra em nosso site, algumas coisas devem ficar muito claras. Clique e conheça-as!

A primeira coisa a se pensar é que nada do que for importante deve estar a mais de 2 cliques. Se você clicar 4, 5 ou mais vezes para chegar a algo muito importante, considere replanejar porque a estrutura não está boa, a usabilidade não está adequada.

Quando isso acontece, normalmente temos uma taxa de rejeição muito maior do que o normal. E a possibilidade de fracasso é enorme.

Quando entramos em um site, as duas coisas mais importantes que devem estar visíveis é o **login** e o **cadastro**. Assim, seja sempre moderado e pense no usuário.

Normalmente a página inicial de um site é a mais planejada e com boa usabilidade. Existem casos em que, quando se navega nas outras páginas ocorre o caos. É preciso ser coerente, ter bom senso e pensar no usuário sempre.

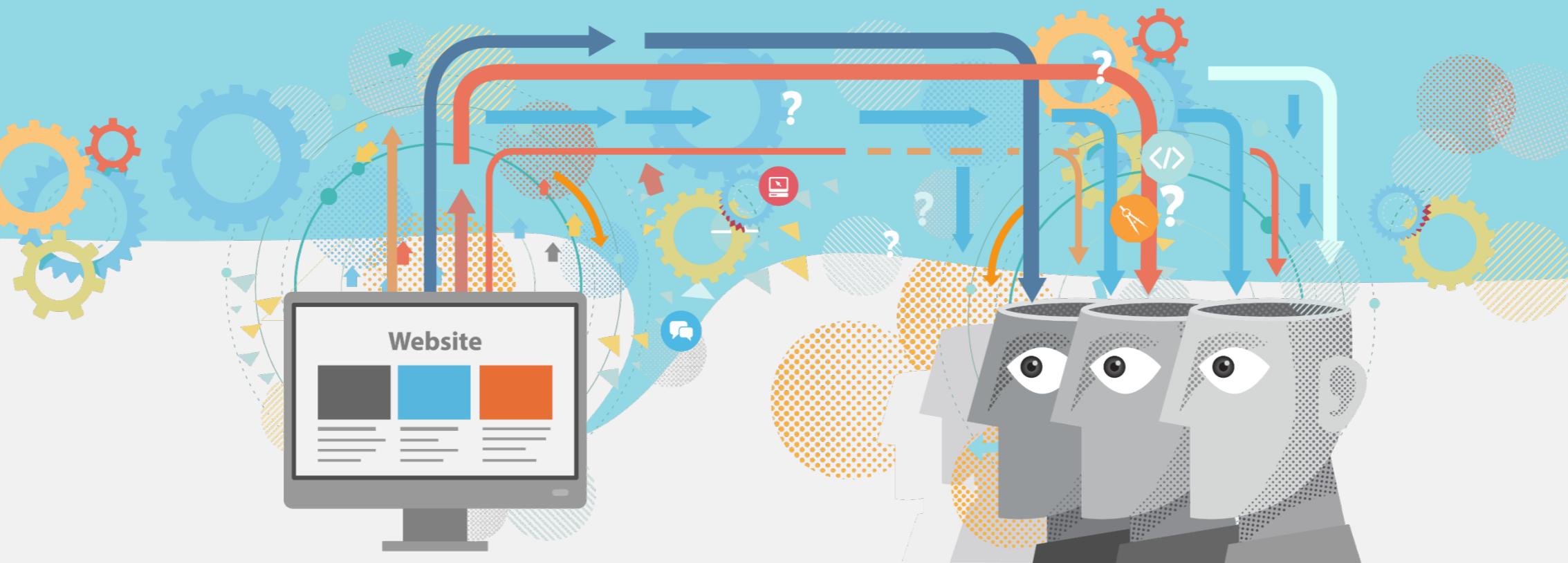
Geralmente, quando vamos criar um site, durante o planejamento, uma das coisas que fazemos é utilizar o Google para pesquisar modelos de site. Ao fazer isto, provavelmente, iremos nos inspirar nos sites mais conhecidos. Isso nos faz ter a tendência de repetir as coisas que conhecemos e gostamos.

Mas, em termos de usabilidade, isso é correto?

Entenda que não existe uma regra absoluta em usabilidade. Existem coisas que sempre funcionam e outras que não. Tudo dependerá do cliente que vai usar o seu site. O ideal seria olharmos o nosso site e pensarmos:

Por que meu site é assim?

Normalmente a resposta será: porque esta é a estrutura que você sempre viu nos outros sites.



# REFLITA!

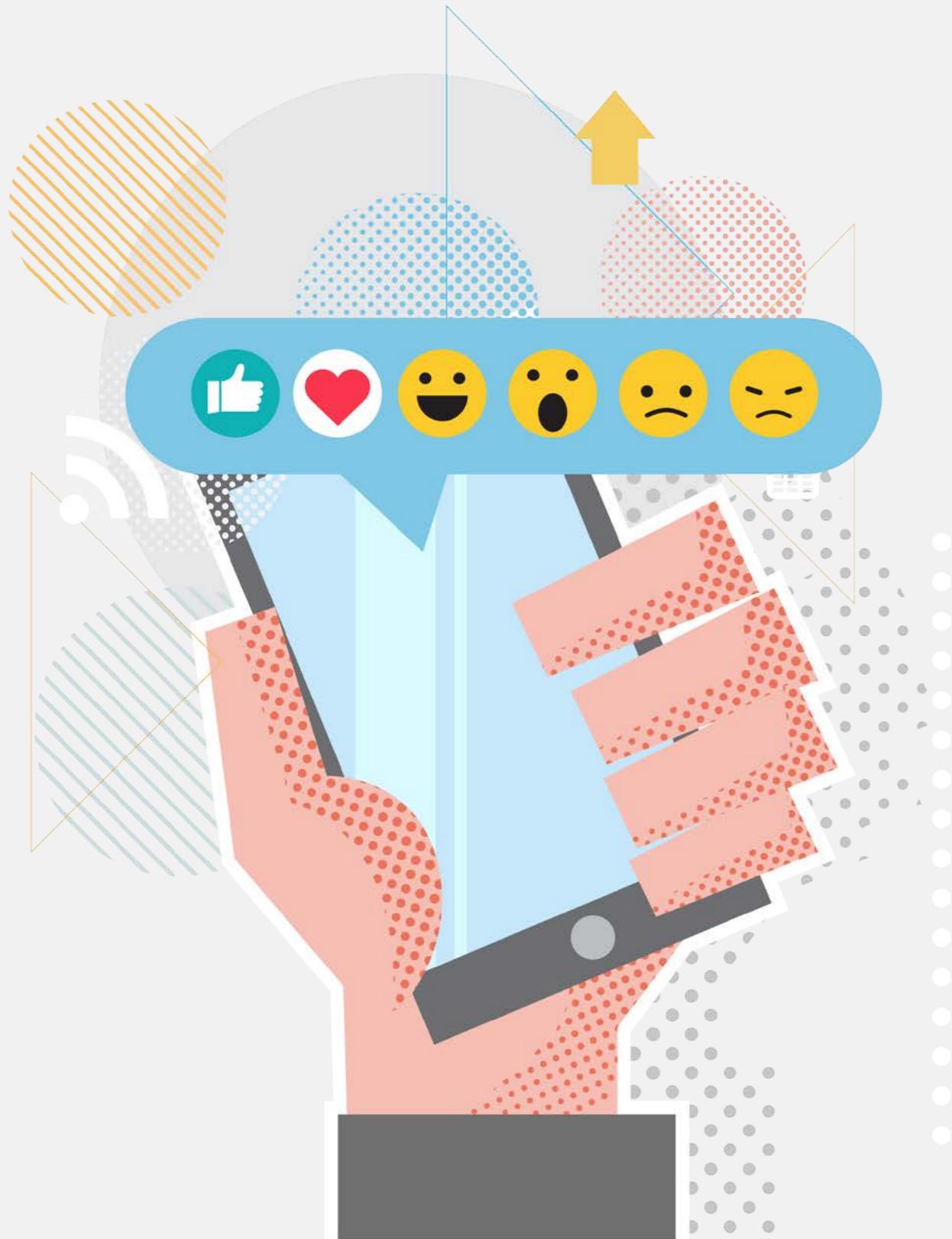


Será que você dá ao usuário a devida atenção que ele merece ou será que você o trata apenas como mais um na multidão?

Esse tipo de reflexão faz com que sejam criadas estruturas com usabilidade.

E quando você achar que chegou ao ponto máximo de usabilidade, acalme-se porque é apenas o começo.

Você sempre terá que mensurar e ver como de fato as coisas estão acontecendo para os seus usuários, e não como você utiliza o site.



Vamos falar agora sobre a primeira lei da usabilidade: "Não me faça pensar", que inclusive é o título de um livro de usabilidade do autor Steve Krug.

Em um site temos que pensar em reduzir tanto a curva de aprendizagem quanto os pontos de tomada de decisão.

Site com muita informação, excesso de opções e muitos termos técnicos, frustra o usuário.

Se o usuário precisar se perguntar muito, pensar muito, tenha certeza de que o seu projeto de usabilidade não deu muito certo. As coisas devem ser óbvias, intuitivas.

**Um exemplo de usabilidade é o site do Facebook. Ao entrar, ou você se loga ou você se cadastrá. Nesse caso a curva de aprendizado é pequena ou quase nula.**

Confira um exemplo:

Fui contratado para fazer o site de um engenheiro. Eu sou engenheiro? Não.

Trabalho com web design. Trabalho com engenheiros? Não.

Então, o que eu sei sobre o mundo de engenheiros? Nada.

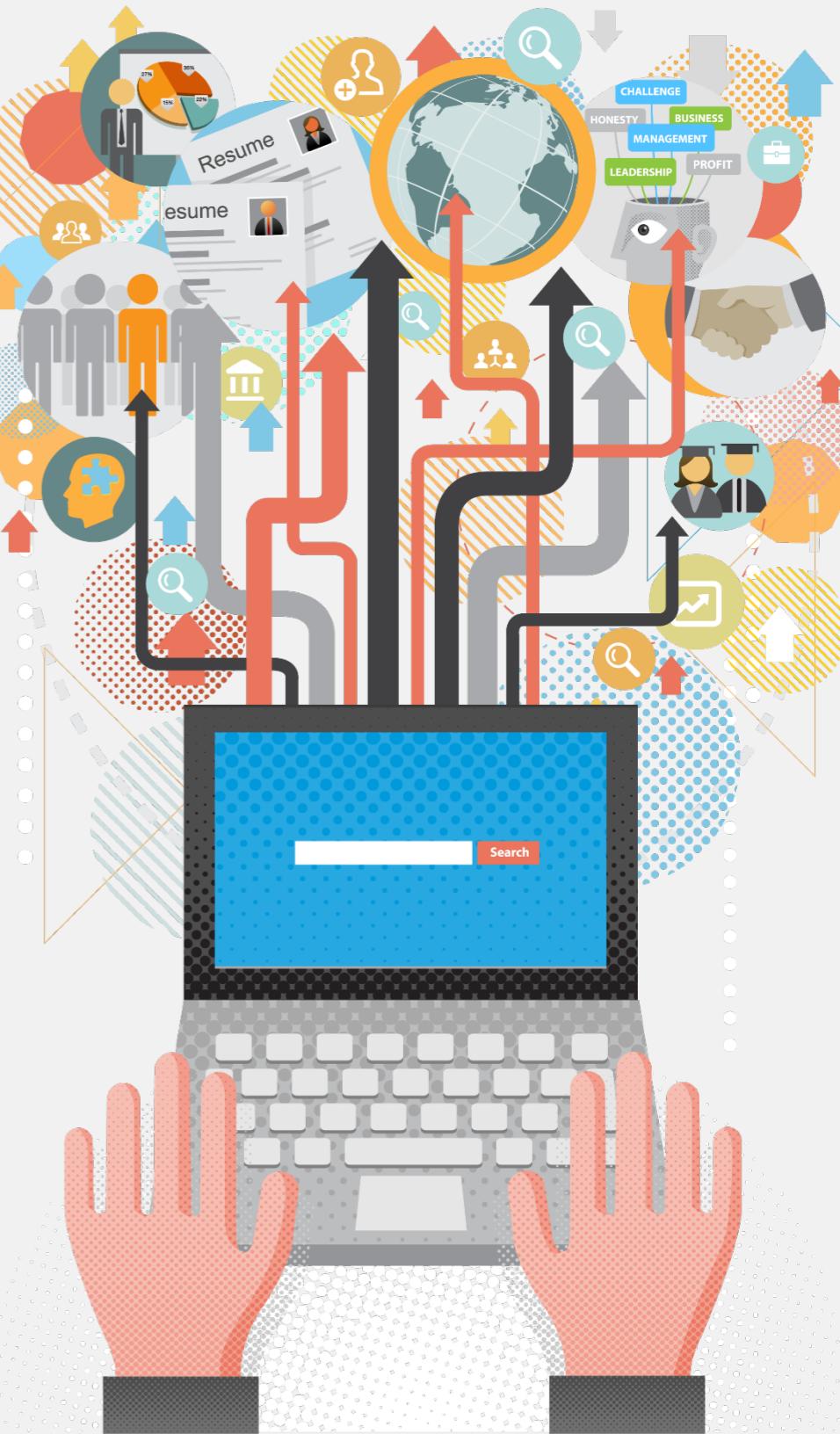
Mas veja que será preciso planejar um site e sua usabilidade para um contexto que desconheço.

Aí vem a pergunta: Existe alguma chance de falhar neste projeto de usabilidade? Sim.

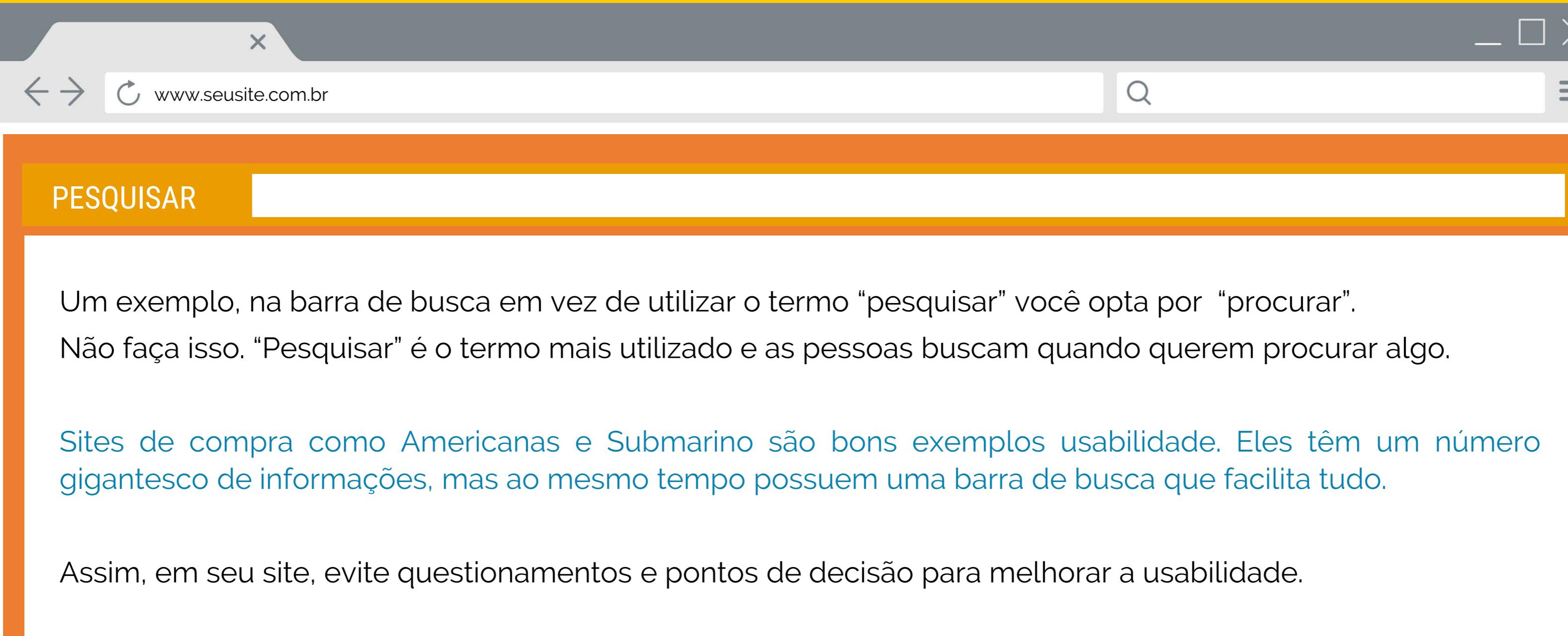
Quer saber como agir?

**Uma técnica é acompanhar o dia a dia desse engenheiro para ter uma base de como funcionam os processos dele.**

**Também existem os testes de usabilidade para identificar quem é o cliente, como ele pensa, como age e o que precisa.**



Um detalhe importante sobre usabilidade é que quando existir duas ou mais formas diferentes de fazer alguma coisa, opte sempre pelo óbvio. Não é interessante criar termos difíceis ou diferentes demais.



The image shows a web browser window with a yellow header bar. The address bar contains the URL "www.seusite.com.br". Below the address bar is a search bar with the placeholder text "PESQUISAR". The main content area of the browser displays text about search terms and user interface design.

Um exemplo, na barra de busca em vez de utilizar o termo “pesquisar” você opta por “procurar”.  
Não faça isso. “Pesquisar” é o termo mais utilizado e as pessoas buscam quando querem procurar algo.

Sites de compra como Americanas e Submarino são bons exemplos usabilidade. Eles têm um número gigantesco de informações, mas ao mesmo tempo possuem uma barra de busca que facilita tudo.

Assim, em seu site, evite questionamentos e pontos de decisão para melhorar a usabilidade.

**CORES**

**TEXTOS**

**MENUS**

**BUSCA**

**BARRA DE  
ROLAGEM**

**LINKS**

Agora, vamos falar um pouco sobre alguns elementos do layout.

**CORES**

**TEXTOS**

**MENUS**

**BUSCA**

**BARRA DE  
ROLAGEM**

**LINKS**

Se a cor predominante do site for verde, o ideal seria usar um botão vermelho para induzir o cliente a clicar e comprar.

## CORES

## TEXTOS

## MENUS

## BUSCA

## BARRA DE ROLAGEM

## LINKS

Os textos importantes sempre ficam da esquerda para direita, porque é assim que nós estamos acostumados a ler. É um padrão ler da esquerda para direita.

## CORES

## TEXTOS

## MENUS

Menus devem estar separados por agrupamentos de categorias. Padrões em ordem alfabética são bastante usados também.

## BUSCA

## BARRA DE ROLAGEM

## LINKS

## CORES

## TEXTOS

## MENUS

## BUSCA

## BARRA DE ROLAGEM

## LINKS

Quando fazemos uma busca e são exibidos vários itens, porém não cabem todos na página. Nesse caso o comum é usar paginação.

**CORES**

**TEXTOS**

**MENUS**

**BUSCA**

**BARRA DE  
ROLAGEM**

**LINKS**

Produtos que estão na terceira ou quarta página em diante são pouco visualizados. Sendo assim , é importante desenvolver páginas com rolagem infinita para melhorar as vendas desses itens. Isso é fazer com que as pessoas cheguem ao propósito do nosso site, é usabilidade.

**CORES**

**TEXTOS**

**MENUS**

**BUSCA**

**BARRA DE  
ROLAGEM**

**LINKS**

Quanto aos links da página, não use formatos de botão para o que não for botão, porque as pessoas tendem a clicar. Ninguém clica em textos, e sim em menus. Então, quando você transforma algo em link é porque você quer que cliquem ali. Um link não existe sem o objetivo de fazer alguém clicar nele. Jamais coloque a formatação do texto igual à do link, pois você só descobrirá que é link se passar o mouse em cima dele. É preciso enxergar de longe o que é link. O seu site não pode ser um jogo de descobertas. Não canse o cliente.