



PROTOTYPING

A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO É UM ASSUNTO SÉRIO!

ALEXANDRE TARIFA, CAMILA MARIANO
E GIOVANNA ROMANI MONACO

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Quando seus usuários usam o produto de uma forma inesperada.....	6
Figura 2 - Quando seus usuários usam o produto de uma forma inesperada.....	7
Figura 3 - Seu usuário quando seu site não segue as boas práticas de design	8
Figura 4 - Alguma coisa pode dar errado se você não fizer testes com usuários antes	9
Figura 5 - Usando uma balança simples	11
Figura 6 - Usando uma balança com mais funcionalidades	12
Figura 7 - Status visível com uso de passo a passo	14
Figura 8 - Situação visível indicado pelo carregamento de tela	15
Figura 9 - Proximidade com o mundo real na comunicação	16
Figura 10 - Proximidade com mundo real usando símbolos comuns	17
Figura 11 - Controle e liberdade com a opção de apagar um anúncio, sem opção de editar as fotos.....	18
Figura 12 - Padrão de botões de interação, sempre iguais e mesma posição	19
Figura 13 - Padrão de botões de ação, usando mesma cor e tipologia	20
Figura 14 - Prevenção de erros usando sugestão de palavras	22
Figura 15 - Prevenção de erro usando corretor ortográfico.....	23
Figura 16 - Prevenção de erros usando máscara de preenchimento do campo	24
Figura 17 - Reconhecimento usando o bread crumb	25
Figura 18 - Flexibilidade de uso por meio de atalhos Fonte: Gmail (2017)	26
Figura 19 - Flexibilidade de uso por meio de menu.....	27
Figura 20 - Design minimalista apenas com elementos necessários	28
Figura 21 - Design minimalista com opções e direcionamento claros.....	28
Figura 22 - Ajudando a identificar e corrigir erros com alertas no cadastro	29
Figura 23 - Como usar a ajuda para evitar que o usuário se perca durante o fluxo de compra	30
Figura 24 - Uso de imagem para informação e ajuda	31
Figura 25 - Sim, seu usuário abandona seu site se não conseguir usar	31
Figura 26 - Exemplo de organização dos produtos em categorias.....	33
Figura 27 - Exemplo de mapa do site, item da arquitetura de informação do site.....	34

SUMÁRIO

1 A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO É UM ASSUNTO SÉRIO!.....	4
1.1 Cada coisa em seu lugar.....	4
1.2 De onde veio o termo UX?.....	4
1.3 Tá, mas explica aí: O que é UX, afinal?.....	5
1.4 O guarda-chuva de UX.....	5
1.4.1 Melhorando seu <i>User Experience</i> (UX).....	6
2 DESIGN DE INTERAÇÃO E USABILIDADE.....	10
2.1 O que você precisa saber sobre usabilidade?.....	10
2.2 As dez heurísticas de Nielsen.....	13
2.4 O que é e como fazer a arquitetura da informação.....	32
2.5 Cinco formas de identificar problemas na arquitetura da informação.....	34
2.6 Próximos Passos.....	36
REFERÊNCIAS.....	37

1 A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO É UM ASSUNTO SÉRIO!

Antes de sairmos prototipando telas para o nosso querido Fintech, temos que ter em mente que a experiência do usuário é um assunto sério! Afinal, quantos aplicativos nós já baixamos apenas pelo visual e screenshots das telas? Convidamos você a entrar no mundo de UX, agora.

1.1 Cada coisa em seu lugar

De uns tempos para cá, muito se escuta sobre UX, *User Experience*, ou Experiência do Usuário, certo? Mas será que todos utilizam o termo da forma correta e compreendem a abrangência de competências e especializações a que se refere?

Neste capítulo vamos lhe contar de maneira bem simples como é composta uma área de *User Experience*, suas especializações e, mais especificamente, o que é Design de Interação, Usabilidade e Arquitetura da Informação.

1.2 De onde veio o termo UX?

Para entender um pouco melhor sobre as diferenças entre as disciplinas e suas competências, é importante saber de onde surgiu o termo, certo? Pois bem... Lá em 1993, quando era Vice-Presidente do *Advanced Technology Group* (Grupo Avançado de Tecnologia) da *Apple*, Don Norman acreditava que as definições "Interface de Usuário" e "Usabilidade" não traduziam exatamente o trabalho que ele representava. Então, renomeou seu cargo para "*User Experience Architect Group*."

Bom, aí você já vê algumas palavrinhas-chave, né? **Usuário, experiência e arquitetura**. Mas vamos falar um pouco melhor sobre elas daqui a pouco.

Don Norman é Design Thinker e Cientista Cognitivo. Co-fundador do Nielsen Norman Group, também é diretor do Design Lab da Universidade da Califórnia, em San Diego, e professor honorário da Universidade de Tongji

(Xangai), além de participar como membro ativo de conselhos de Design e prestar consultoria a diversas empresas e organizações.

Saiba mais em: <<https://jnd.org/about/>>.

1.3 Tá, mas explica aí: O que é UX, afinal?

De forma bem simples: Trata-se da experiência entre o usuário e o produto ou serviço como um todo, indo além das telas ou interações.

"User Experience é tudo! É a forma com que você sente o mundo, é a forma como você experiencia a sua vida, é a forma como você experiencia um serviço, um aplicativo, um sistema de computador. Mas é um sistema. É tudo!" (Don Norman, criador do termo UX).

UX leva em conta um escopo mais amplo do que apenas a usabilidade de um produto ou serviço, pois considera também o que atrai uma pessoa a ele, o que gera satisfação e o que a ajuda a compreendê-lo e usá-lo de forma engajada no contexto de sua vida.

1.4 O guarda-chuva de UX

Se UX é tudo isso, significa que deve haver diferentes profissionais e especialidades atreladas a ela, né? Isso mesmo! É uma área multidisciplinar que engloba competências diversas, como: UX Researchers, Analistas de Negócio, Visual Designers, Designers de Interação, Arquitetos de Informação, UX Writers e Desenvolvedores Front-end (Ah, não estava entendendo onde você se encaixava em todo este universo, né? Pois saiba que seu papel é fundamental na experiência do usuário).

É importante que o seu produto seja concebido e avaliado por um grupo que tenha pontos de vistas diversos. Isso deve enriquecer seu produto e contemplar momentos diferentes do seu usuário. A equipe pode ser formada por pessoas da área de marketing, designers, atendimento, vendas, tecnologia, etc, mas é preciso ter organização para que isso funcione bem. Definir metodologia,

processos e ferramentas é fundamental para que o time trabalhe de forma produtiva e assertiva.

- UX Umbrella (guarda-chuva de UX) é um termo que se refere a todas as competências que envolvem uma área de experiência de usuário.
- O UX Designer é o profissional que permeia as 5 etapas de um processo de design.

Se quiser saber um pouco mais: <<https://www.interaction-design.org/literature/article/the-ultimate-guide-to-understanding-ux-roles-and-which-one-you-should-go-for>>.

The Disciplines of Interaction Design

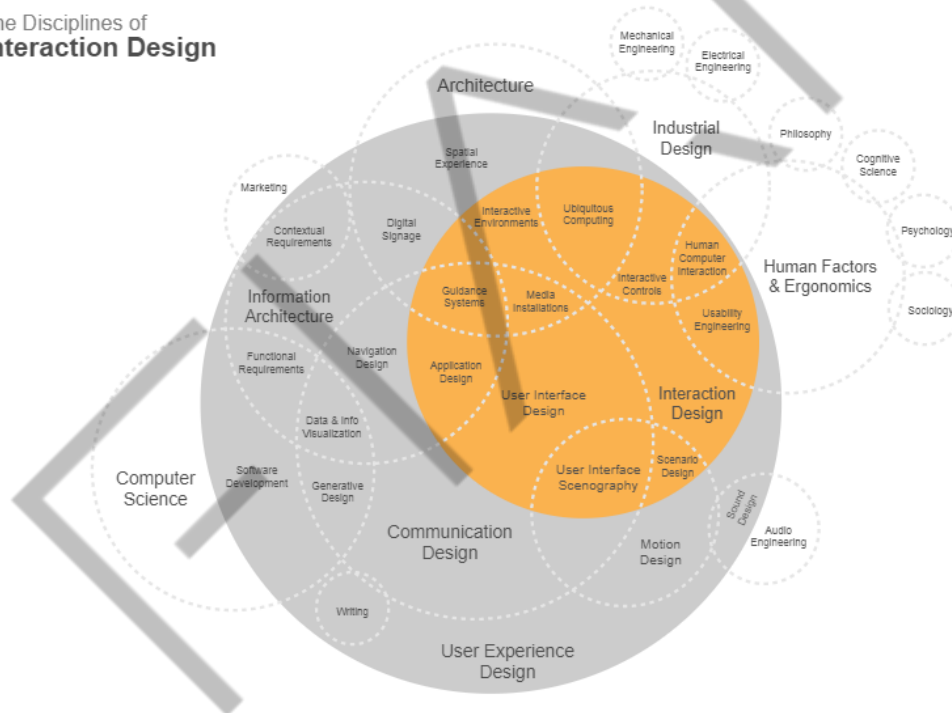


Figura 1 - Quando seus usuários usam o produto de uma forma inesperada
Fonte: Interaction design (2017)

1.4.1 Melhorando seu *User Experience* (UX)

Como você pode, de fato, construir essa experiência incrível para seus usuários? Seguem três dicas para ajudá-lo:

Entenda seus usuários: coloque uma coisa na sua cabeça: você não é o usuário. Portanto, estude quem ele é, como ele se comporta, o que ele faz, qual é a necessidade e a expectativa dele. Sob esse ponto de vista, você poderá criar algo que seja realmente relevante para ele.

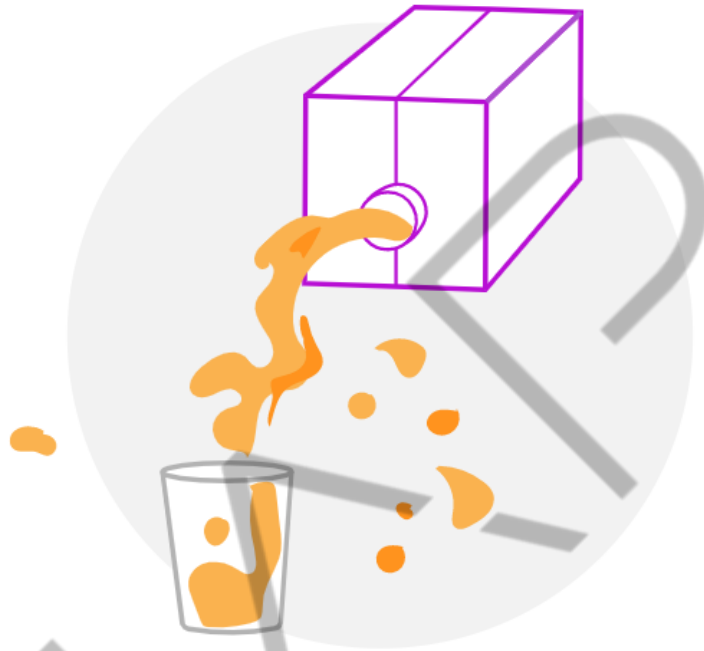


Figura 2 - Quando seus usuários usam o produto de uma forma inesperada
Fonte: UX Reactions (2017)

Siga boas práticas de design: não precisa reinventar a roda ou mesmo “encher linguiça”. Adotar comportamentos, simbologia e comunicação comum a outros sites facilita a aprendizagem e o uso do seu site ou *app*. Lembre-se de ser minimalista, do contrário, você pode complicar a vida do seu usuário.

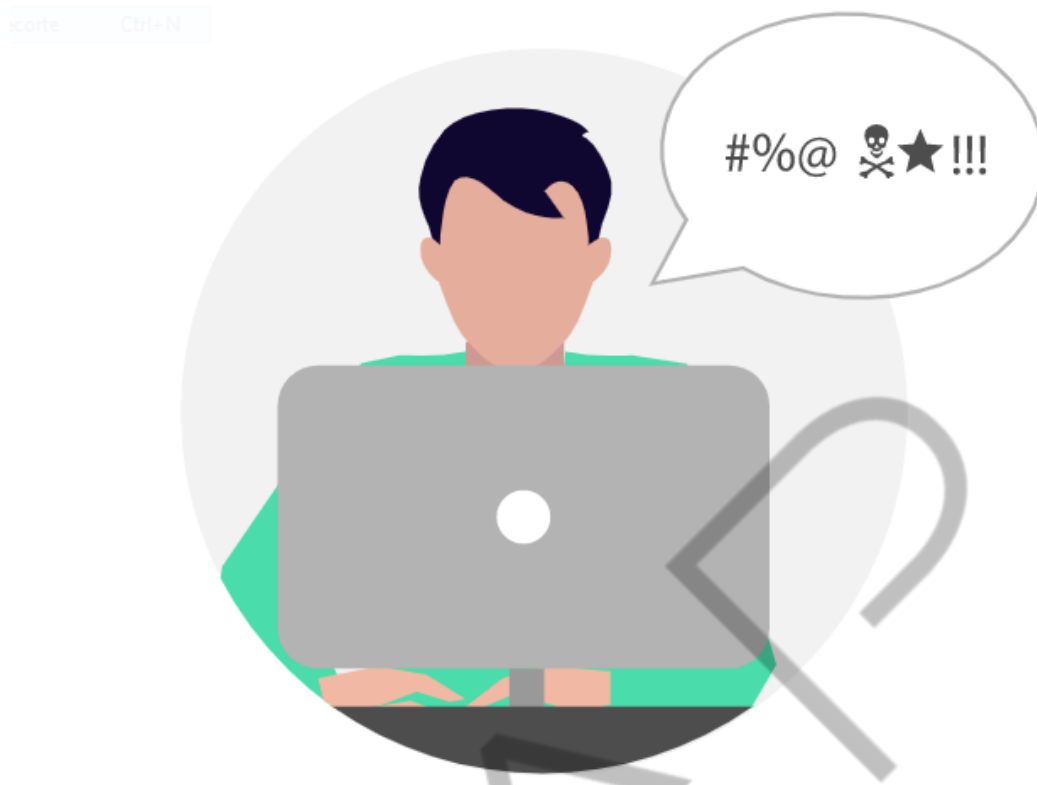


Figura 3 - Seu usuário quando seu site não segue as boas práticas de design
Fonte: UX Reations (2017)

Faça testes: tem coisa que só testando mesmo para descobrir se funciona. Para isso, existem ferramentas que nos permitem testar versões totalmente diferentes de uma mesma tela ou modificar apenas alguns de seus elementos, para entender o que faz mais sentido para o usuário e, consequentemente, trazer o melhor resultado para a empresa. Em outros momentos, o teste pode acontecer antes mesmo da implementação, para validar uma ideia antes de investir um tempo (e dinheiro) de desenvolvimento.



Figura 4 - Alguma coisa pode dar errado se você não fizer testes com usuários antes
Fonte: UX Reations (2017)

Agora que já entendemos como tudo se organiza e a importância da UX no sucesso de um produto, vamos nos aprofundar um pouco melhor na área de Design de Interação e nos principais conceitos de usabilidade.

2 DESIGN DE INTERAÇÃO E USABILIDADE

O Design de Interação é a disciplina que trata, como o nome já diz, da interação entre um sistema e seu usuário, via uma interface. Isso também incorpora o design focado em como as informações devem ser apresentadas, a fim de possibilitar seu melhor entendimento e uso.

Assim, entramos na tão falada usabilidade: basicamente, é garantir que um processo não seja frustrante e cansativo, que as coisas funcionem bem e sejam fáceis de usar, dentro do propósito esperado.

Complicou? Relaxa que a gente vai entrar em mais detalhes agora.

2.1 O que você precisa saber sobre usabilidade?

Vamos nos aprofundar nesse conceito, ok? Para isso, é importante dizer que uma boa usabilidade deve cumprir cinco funções:

- **Aprendizagem:** seus usuários conseguem cumprir tarefas básicas no seu site logo na primeira vez que eles acessam?
- **Eficiência:** agora que já aprenderam a usar o seu produto, eles conseguem fazer isso com rapidez?
- **Memorabilidade:** eles conseguem se lembrar de como devem usar o seu site ou app depois de passarem algum tempo sem acessar?
- **Prevenção de erros:** a usabilidade do seu produto é tão boa que evita que seus usuários comentem erros ou, pelo menos, ajuda para que eles desfaçam um erro facilmente?
- **Satisfação:** é prazeroso acessar seu site? Seu usuário se sente feliz por que consegue fazer tudo aquilo que ele precisa?

Vamos a um exemplo bem simples de usabilidade: uma balança.

Tempos atrás, resolvi começar aquela dieta tão prometida nos últimos cinco *réveillons*. No primeiro dia, que era uma segunda-feira, é claro, comi só

alface e caminhei na esteira por 15 minutos (mas parecia muito mais, já que o tempo em uma esteira passa em uma velocidade diferente). Bem, depois desse grande esforço, resolvi me pesar na terça-feira pela manhã, na expectativa de ter perdido alguns quilinhos. Subi na balança de banheiro e... Voilà! Ela me mostrou o resultado da minha segunda-feira de dieta e exercícios rígidos. Simples, não? Vejamos:

A aprendizagem foi tranquila? Demais!

Eu consigo fazer isso com eficiência? Muita! Subir na balança virou minha especialidade.

Eu memorizei a interface de como faz para repetir daqui uma semana (ou um dia)? Claro! Assunto dominado.

Tive alguma dificuldade ou cometi algum erro na hora de subir na balança? Fiquei com alguma dúvida de como fazia para descobrir meu peso? Que nada! Foi de primeira. Nem precisei de um manual!

Foi satisfatório? (Refiro-me ao fato de conseguir ver meu peso). Claro que não perdi os dois quilos desejados, mas ao menos consegui ver o resultado.

Sucesso!

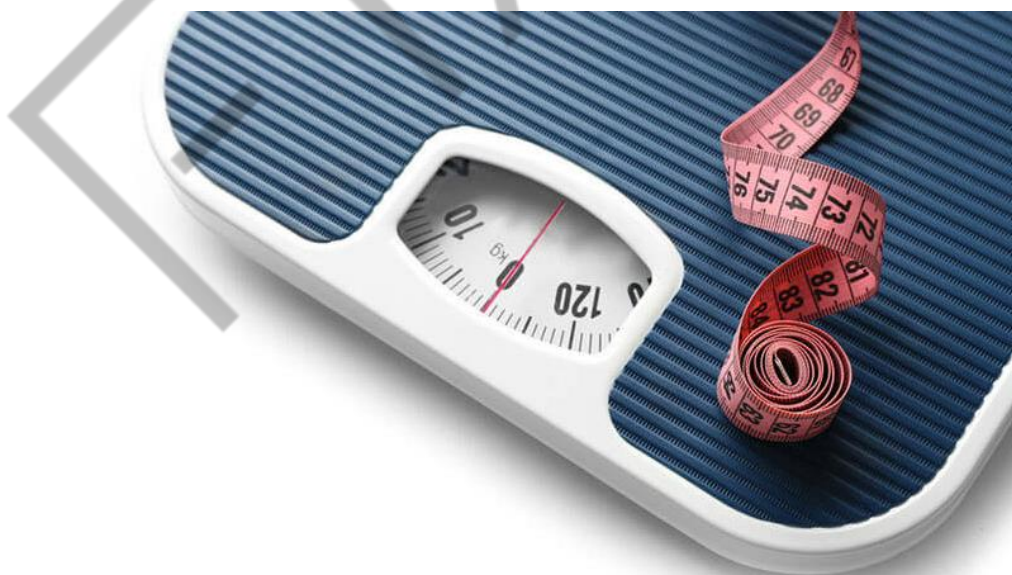


Figura 5 - Usando uma balança simples
Fonte: Giphy (2017)

Mas a história continua. Apesar do sacrifício, mantive a motivação e segui na minha dura rotina de dieta e atividade física. Uma semana depois, fui me pesar novamente, e... surpreeeeeesaaa! Minha mãe ficou tão comovida com meu esforço, que trocou minha balancinha simples por uma balança super ultra mega power, que mede meu IMC, o percentual de gordura no meu corpo, o percentual de água, o percentual de massa magra e... Ah! mostra meu peso também.

Entretanto, ao subir na balança descobri que, antes de tudo, precisaria fazer um “cadastro” nela. Tinha que informar altura, sexo, idade e, para fazer isso, precisei pegar o manual. Ao subir novamente, percebi que algo não estava dando certo, pois meus pés não estavam devidamente posicionados na balança e, por isso, ela não captava direito todas aquelas informações extras.

Desci e subi novamente (aprendi essa com o Windows). Agora vai! Os números começaram a aparecer no visor da balança, mas ela ficou mostrando todos aqueles dados, incluindo o peso que eu queria tanto saber. Como era um mostrador pequeno, os números eram mostrados como em um marque ou letreiro eletrônico e, o peso, é claro, era a última informação. Se eu não prestasse a devida atenção, teria que esperar o letreiro exibir todas as informações de novo para saber se havia emagrecido ou não. Ufa! Só levou duas horas, mas deu tudo certo. Atrasei-me para o trabalho, acabei pulando o horário do café da manhã e já nem lembrava mais o meu peso, porque todos aqueles números me confundiram... Mas vida que segue.



Figura 6 - Usando uma balança com mais funcionalidades
Fonte: Giphy (2017)

Moral da história: às vezes, menos é mais!

Agora vamos às boas práticas para uma usabilidade de sucesso.

2.2 As dez heurísticas de Nielsen

Para saber se todas aquelas cinco funções da usabilidade estão sendo cumpridas, podemos contar com as 10 heurísticas de Nielsen.

Jakob Nielsen é o pai da usabilidade. Depois de muita pesquisa, ele definiu algumas regras e boas práticas para uma boa usabilidade. Se você quiser conhecer mais sobre ele e sua empresa de pesquisa, treinamento e consultoria de experiência do usuário, acesse: <<https://www.nngroup.com/>>.

Essas heurísticas funcionam como um *check-list* para a construção da sua comunicação com seu usuário e elas sugerem que você:

Mantenha o status visível: você precisa informar seu usuário sobre o que está acontecendo, dizer para onde ele está indo, como está indo ou o que vem depois.

Exemplo 1: enquanto fazia um cadastro para uma compra do site da Dafiti, vi quantos passos ainda faltavam até a confirmação do pedido. Nesse momento, fui informado sobre o tempo que ainda iria levar ou quanto de informação eu ainda deveria preencher para finalizar a minha compra.

Ponto de atenção: colocar o status para sinalizar o número de passos não significa que você possa colocar quantos passos quiser no cadastro e, assim, deixar seu usuário preenchendo um formulário infinito. Faça o possível para pedir somente informações extremamente necessárias e da forma mais simples e rápida para todos.



Figura 7 - Status visível com uso de passo a passo
Fonte: Dafiti (2017)

Exemplo 2: fiz meu cadastro nesse app de meditação, e depois de preencher todos os campos e clicar para enviar meus dados, o app sinalizou que está carregando e, então, eu sabia que logo teria a resposta para a minha ação.

Ponto de atenção: ao sinalizar que está carregando, deixe claro para o usuário a situação do processo. Se possível, sinalize o andamento ou até mesmo brinque com textos comunicando ao usuário o que está acontecendo no momento. Isso faz com que a sensação de espera diminua e, então, o usuário se torna mais tolerante à espera. Ah! Cuidado para não deixar o usuário esperando um tempão e ao final dar um erro. Um tempão significa segundos: 10 segundos é o tempo limite de um usuário para prestar atenção e fazer o que ele quer no site. Acima de disso, ele provavelmente vai desistir.

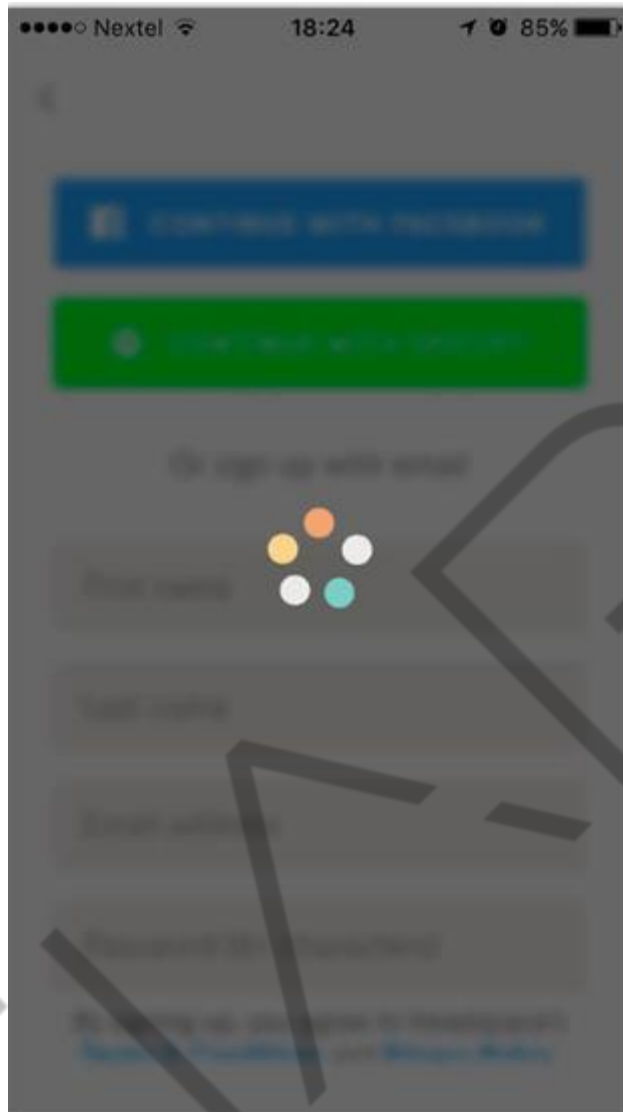


Figura 8 - Situação visível indicado pelo carregamento de tela
Fonte: App Headspace (2017)

Tenha proximidade com o mundo real: é preciso falar a mesma língua que o seu usuário, isso deve ser feito de forma muito natural e lógica, e vale tanto para a escolha da comunicação, como para o uso de símbolos e outros elementos que façam parte do dia a dia das pessoas.

Exemplo: quando você acessa o site da Netflix, ele sabe que já esteve lá e dá “boas-vindas de volta”. Além disso, quando olhamos os planos, é claro que o que está indicado com um “x” não está disponível naquele plano, porque é muito comum usarmos o “x” em qualquer lugar para indicar que algo está errado.



Figura 9 - Proximidade com o mundo real na comunicação
Fonte: Netflix (2017)



Figura 10 - Proximidade com mundo real usando símbolos comuns
Fonte: Netflix (2017)

Exerça o controle, sem tirar a liberdade: é importante que você direcione o usuário para ajudá-lo a cumprir com sua tarefa, mas sem tirar dele opções de fazer o que ele quiser em seu site (desde que não haja problema com a funcionalidade ou regras do negócio).

Exemplo: eu posso criar um anúncio no Enjoei, e quando eu quiser, posso apagá-lo. Mas eu não posso, por exemplo, mudar as fotos dele. Isso porque não seria legal anunciar uma coisa, depois alterar as fotos para outro produto e dizer que alguém comprou o que viu no site. O comprador poderia levar gato por lebre.



Figura 11 - Controle e liberdade com a opção de apagar um anúncio, sem opção de editar as fotos

Fonte: Enjoei (2017)

Mantenha a consistência e os padrões: Certifique-se de que elementos comuns como botões, campos de textos e listas funcionam de forma previsível, assim seus usuários poderão usá-los sem precisar perder tempo tentando entender como se comportam na sua interface. Ninguém quer clicar em um campo de texto e ele acessar outra página do nada, né? Para isso, clicamos nos botões!

Exemplo: o Instagram mantém seus botões de interação com a publicação sempre abaixo do post, alinhado à esquerda. Já outros botões que chamam para ações como “comprar”, “seguir” ou “entrar em contato”, também seguem um padrão entre si de cor e tipografia.



Figura 12 - Padrão de botões de interação, sempre iguais e mesma posição
Fonte: Instagram (2017)



Figura 13 - Padrão de botões de ação, usando mesma cor e tipologia
Fonte: Instagram (2017)

Ponto de atenção: Reinventar a roda não é uma grande ideia. Os usuários de Android e iPhone já têm um conhecimento prévio dos padrões adotados pelo sistema. É muito complicado querer inventar a usabilidade de um app. Dificilmente você terá sucesso, exceto se eu serviço for algo muito, mas muito inovador!

Tome cuidado com as referências: usar grandes serviços já populares como referência pode ser um tiro no pé. Exemplo: "vou criar a minha usabilidade porque o Facebook faz isso". Calma, eles têm um bilhão de usuários. Ou seja, o Facebook pode.

Vamos falar de design mais profundamente em outro capítulo, mas você pode saber um pouco mais sobre os padrões de Android e iOS aqui:

Google Design: <<https://design.google.com/>>.

iOS Human Interface Guidelines: <<https://developer.apple.com/ios/human-interface-guidelines/overview/design-principles/>>.

Trabalhe na prevenção de erros: é preciso entender onde e como seu usuário pode errar para, então, evitar que isso aconteça. O ideal é que seja tudo tão perfeito, que ele nem cometa erros de percurso dentro do seu site ou aplicativo.

Exemplo 1: quando estou no Google e quero fazer uma busca, ele me ajuda a não errar em dois momentos: primeiro quando ele me dá sugestões de palavras ou expressões enquanto eu digito; e a segunda quando ele corrige uma palavra que digitei errado.



Figura 14 - Prevenção de erros usando sugestão de palavras
Fonte: Google (2017)



Figura 15 - Prevenção de erro usando corretor ortográfico
Fonte: Google (2017)

Exemplo 2: se preencho um cadastro cujos campos já tenham máscaras predefinidas e, de quebra, ainda exibe só o que preciso do teclado, é bem provável que eu faça isso mais rápido, com poucas chances de cometer algum erro que torne essa tarefa ainda mais chata e demorada. É o que acontece aqui no app da Schutz, quando vou digitar meu CEP e não preciso me preocupar com a separação dos dígitos, que é automática.

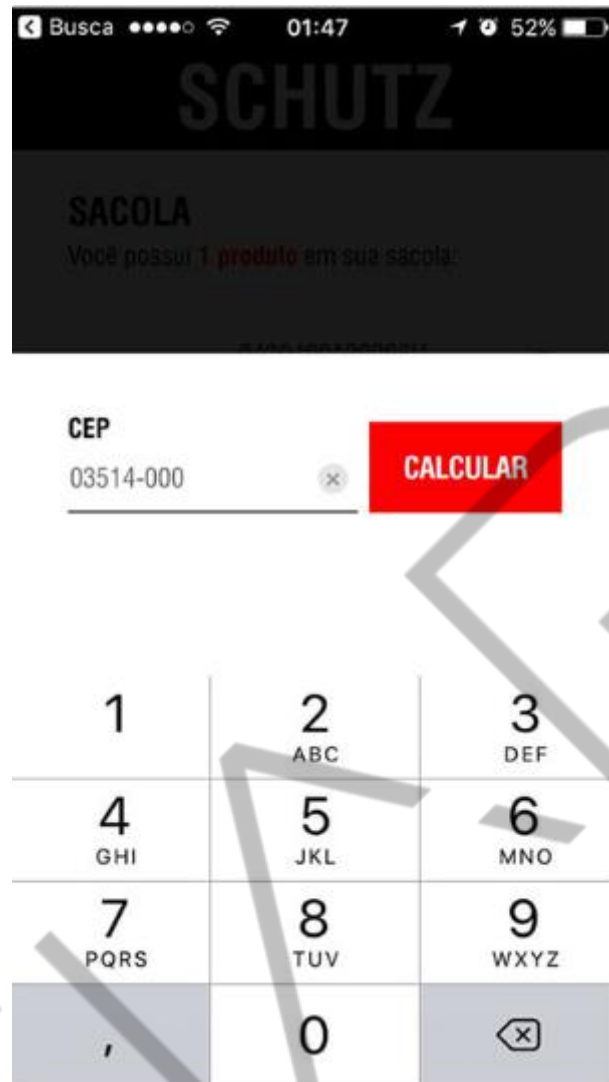


Figura 16 - Prevenção de erros usando máscara de preenchimento do campo
Fonte: App Schutz (2017)

Crie o reconhecimento: seu usuário nem sempre vai decorar o caminho que ele fez para chegar a um determinado produto ou página de interesse. Então, é sua obrigação deixar bem visível para ele esse passo a passo, para que possa navegar e refazer seu caminho sem problemas, e quando ele quiser.

Exemplo: se eu entro no site do Submarino e navego pela seção de celulares, depois iPhone e iPhone 7 Plus, esse meu caminho fica representado lá no topo e, por lá, posso voltar a navegar entre essas telas. Isso é o que a gente chama de “*bread crumb*”.

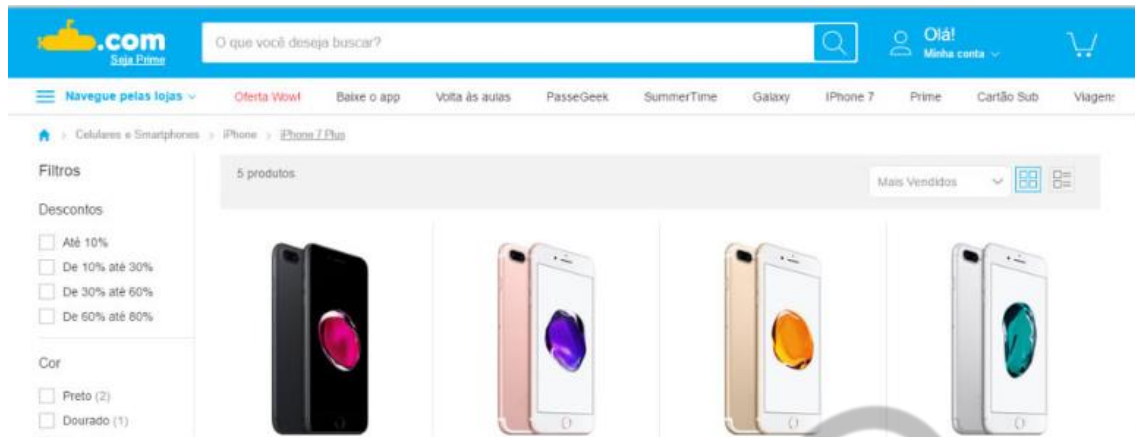


Figura 17 - Reconhecimento usando o bread crumb
Fonte: Submarino (2017)

Flexibilidade e eficiência de uso: você deve se lembrar que o seu site pode ser acessado por pessoas com perfis diferentes. Por mais que seu produto tenha um público definido, dentre eles podem existir pessoas mais ou menos experientes no uso de sites e aplicativos. Pensando nisso, a usabilidade deve ser boa para qualquer pessoa que resolver acessar seu produto.

Exemplo: no Gmail, tenho duas formas de arquivar uma mensagem. Uma delas é por meio de um atalho, movendo o *card* da mensagem para esquerda. Essa opção provavelmente é mais usada por pessoas mais experientes e habituadas com esse tipo de comportamento. A outra maneira é entrar na mensagem e escolher a opção de “arquivar”, lá no topo da tela. Essa deve ser a opção de pessoas menos experientes no uso de sites ou apps.

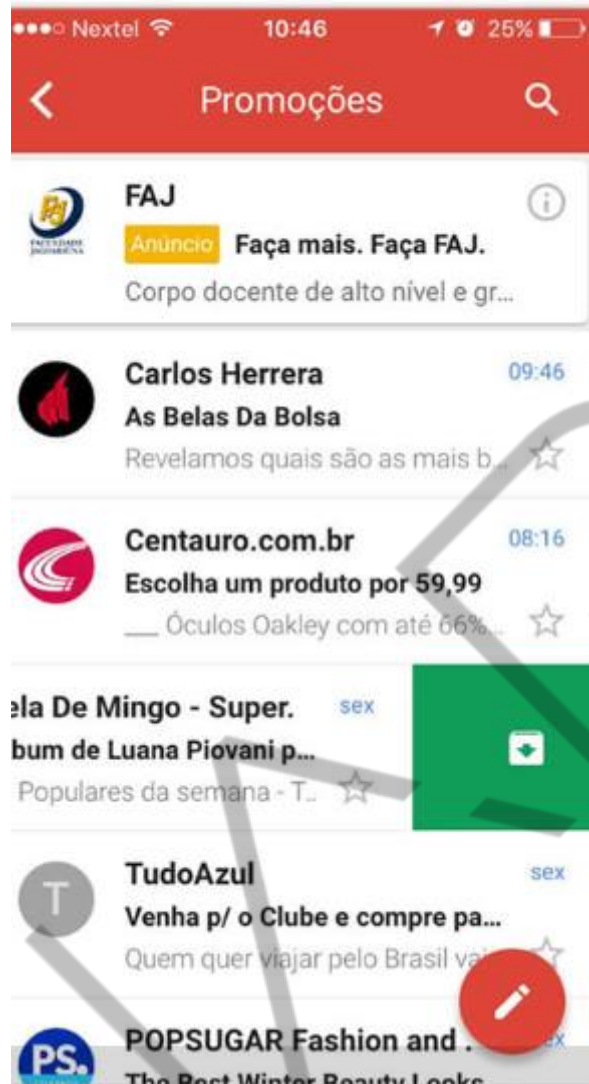


Figura 18 - Flexibilidade de uso por meio de atalhos
Fonte: Gmail (2017)



Figura 19 - Flexibilidade de uso por meio de menu
Fonte: Gmail (2017)

Design minimalista: as telas do seu produto precisam ser simples e conter somente o que o usuário realmente precisa saber ou fazer. Quanto mais informação desnecessária você coloca, maiores são as chances de as pessoas se perderem e não conseguirem cumprir com os seus objetivos. Lembra da história da balança, né? É por aí...

Exemplo: quando eu acesso o app do Nike Training (para ajudar naquela promessa de emagrecer), vejo um layout simples, que direciona as minhas escolhas. Na primeira tela eu decido entre fazer o que ele me sugere (no topo) ou buscar um treino. Quando escolho buscar um treino, ele me oferece muito claramente opções para atingir o meu objetivo.



Figura 20 - Design minimalista apenas com elementos necessários
Fonte: Nike Training (2017)

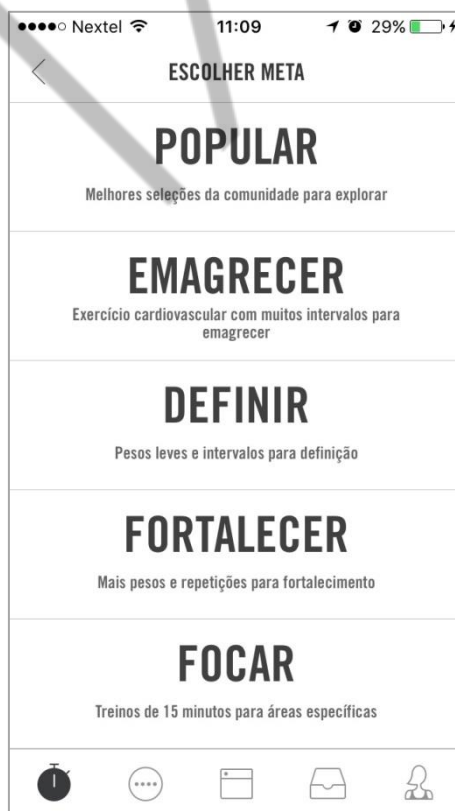


Figura 21 - Design minimalista com opções e direcionamento claros
Fonte: Nike Training (2017)

Ajude a reconhecer, diagnosticar e consertar erros: mesmo com todo o cuidado, seu usuário pode encontrar obstáculos para cumprir sua tarefa usando seu produto. Então é importante que as mensagens de erro sejam muito claras, de forma que as pessoas consigam consertar muito rapidamente o erro que cometeram e, assim, seguir adiante.

Exemplo: quando tentei fazer um cadastro no *iFood* para pedir uma feijoada no sábado (porque ninguém é de ferro), digitei meu endereço de e-mail errado. Logo apareceu uma mensagem de erro, sinalizando o que e onde deveria consertar meu erro para seguir com o meu pedido.

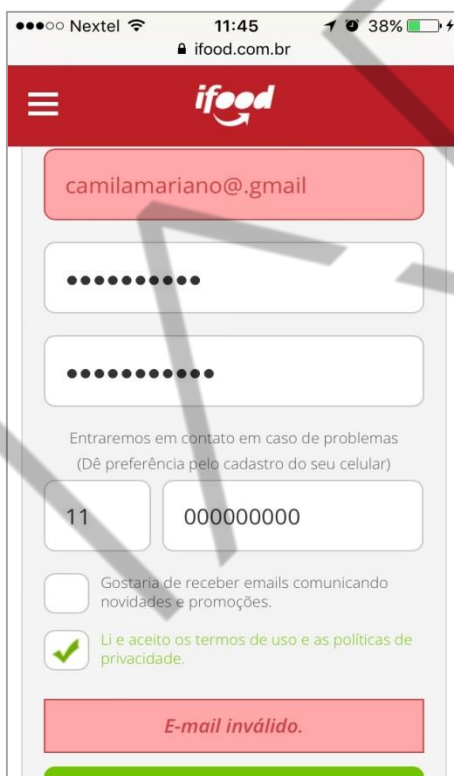


Figura 22 - Ajudando a identificar e corrigir erros com alertas no cadastro
Fonte: iFood (2017)

Ponto de atenção: é muito comum que apps e sites exibam mensagens técnicas como "erro na conexão com banco de dados" ou "serviço indisponível". Isso causa uma péssima impressão, pois o usuário não entende o que quer dizer e ainda pensa que o site é cheio de erros. O ideal é deixar uma linguagem simples e, sempre que possível, alguma instrução para o usuário. Dependendo do erro, da situação e da importância daquela tarefa, você pode surpreender e deixar uma opção para seu usuário acessar o atendimento ao cliente.

Documentação e ajuda: o ideal é que tudo em seu site ou aplicativo possa ser feito de forma bem intuitiva, mas em alguns casos é preciso oferecer informação ou ajuda para seus usuários. Isso amenizará qualquer impacto que uma dúvida possa ter quando ele pretende concluir alguma tarefa.

Exemplo: quando fui comprar a edição limitada e ilustrada do Harry Potter na Livraria Saraiva, eles me perguntaram se eu tinha um cartão presente e, se tivesse, deveria colocar o pin e o código nos campos indicados. Para evitar que eu ficasse procurando, eles colocam um link “onde encontrar esses códigos?”, que mostra a imagem de onde ficam esses dados. Essa é uma forma prática de usar a ajuda para os usuários.

A imagem é uma captura de tela de um smartphone mostrando a interface do aplicativo da Livraria Saraiva. No topo, há uma barra amarela com o ícone de menu, o texto "Meu carrinho", uma lupa e um ícone de carrinho. Abaixo, há uma seção com o título "Você possui um cartão presente?" e uma explicação: "Informe o pin e código do cartão para utilizá-lo nesta compra." Há dois campos de entrada: "Cód. Barras" e "PIN", seguidos por um botão "Aplicar". Abaixo disso, há um link "Onde encontrar esses códigos?". A próxima seção é "Consulte o frete e prazos de entrega", com um campo "Digite o seu CEP" e um botão "Consultar". Abaixo, há uma opção "Frete Internacional" com uma caixa de seleção. Na base, há uma opção "Adicionar embalagem para presente" com uma caixa de seleção e o valor "R\$ 2,50".

Figura 23 - Como usar a ajuda para evitar que o usuário se perca durante o fluxo de compra
Fonte: Livraria Saraiva (2017)

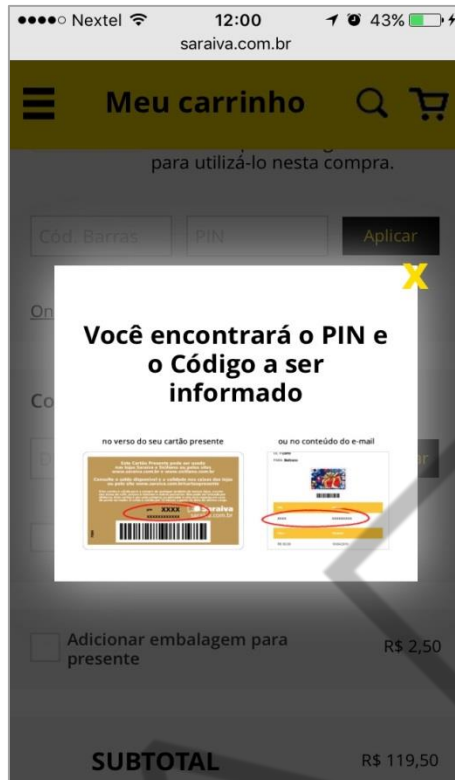


Figura 24 - Uso de imagem para informação e ajuda
Fonte: Site mobile Livraria Saraiva (2017)

De fato, é muito a se considerar. Mas se o seu site for difícil de usar, difícil de ler, se seu usuário tiver dificuldade para encontrar o que ele precisa ou não conseguir atingir o objetivo dele, ele simplesmente sai e não volta mais.

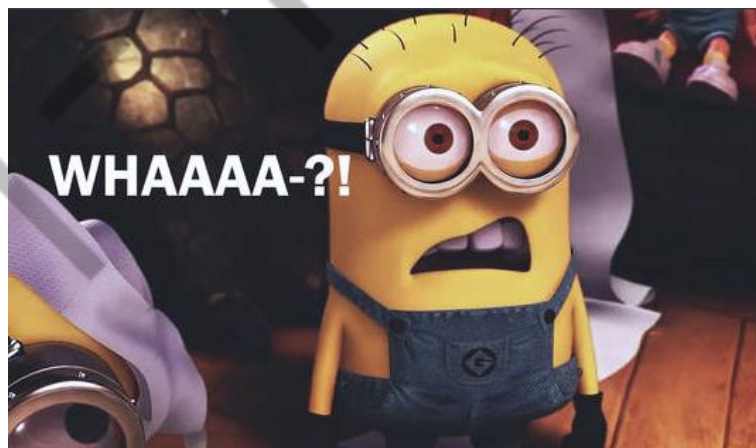


Figura 255 - Sim, seu usuário abandona seu site se não conseguir usar
Fonte: Giphy (2017)

Sinto muito, mas a realidade é essa. Existem muitos sites de produtos e serviços, e se o usuário não conseguir usar o seu, ele irá para outro. E muito provavelmente isso já aconteceu com você, não é?

Aposto que você está aí agora se lembrando do dia em que precisava pagar o IPVA porque já estava no dia do vencimento, já passava das 23h, você entrou no aplicativo do banco, vasculhou o app inteiro e depois de 30 minutos descobriu que só dava para pagar o IPVA pelo site. Meus cumprimentos para o gerente de produto do aplicativo! A máxima “não faça com os outros o que não gostaria que fizessem com você” é muito adequada nessa situação.

Lembre-se, investir tempo e dinheiro para ter uma boa usabilidade é imprescindível para o sucesso do seu produto.

2.4 O que é e como fazer a arquitetura da informação

A arquitetura da informação organiza e categoriza todo o conteúdo que você tem em seu produto. Esse esqueleto do seu site ou aplicativo deve tornar mais fácil a usabilidade e contribuir para que seus usuários encontrem mais rapidamente o que eles procuram.

Ela é, basicamente, composta por duas frentes:

- Identificação e definição do conteúdo e funcionalidades do site.
- Organização, estrutura e nomenclatura do conteúdo.

É comum que a arquitetura de informação de um site ou aplicativo comece em uma planilha. Quando você desenha o mapa de um site, por exemplo, você está definindo como seu conteúdo vai ser agrupado e apresentado para seu usuário. Isso tudo precisa fazer sentido, principalmente para quem vai usar seu site, é aí que a arquitetura se mostra muito importante para a usabilidade. Se o usuário não encontrar o que ele procura ou sentir que a organização do site está ruim, ele o abandona.

Para definir a arquitetura da informação de um site, é preciso seguir algumas etapas:

- **Inventário de conteúdo:** é o momento de levantar e identificar todo o conteúdo existente no seu site.

- **Auditoria de conteúdo:** aqui o conteúdo deve ser avaliado para ver o quanto ele é útil, qual é o seu tom de voz e se deve mesmo entrar no site.
- **Agrupamento de informações:** de forma bastante coerente e lógica, essa é a hora de agrupar o conteúdo por temas similares ou relação entre si.
- **Taxonomia:** é a nomenclatura que você dá para os agrupamentos que você criou e deve contemplar todo o conteúdo do site.
- **Informações descritivas:** é quando você define metadados úteis que poderão ser usados para gerar listas de "conteúdo relacionado" ou outros componentes de navegação que vão auxiliar os usuários a encontrar o que eles precisam.

Vamos a alguns exemplos disso para você entender melhor:

Exemplo 1: note que todos os produtos vendidos pela Americanas.com são organizados em categorias e subcategorias. Isso é um trabalho de arquitetura de informação, assim como a escolha da ordem das seções, o que vai compor o menu ou quais informações merecem mais destaque em cada uma das telas.

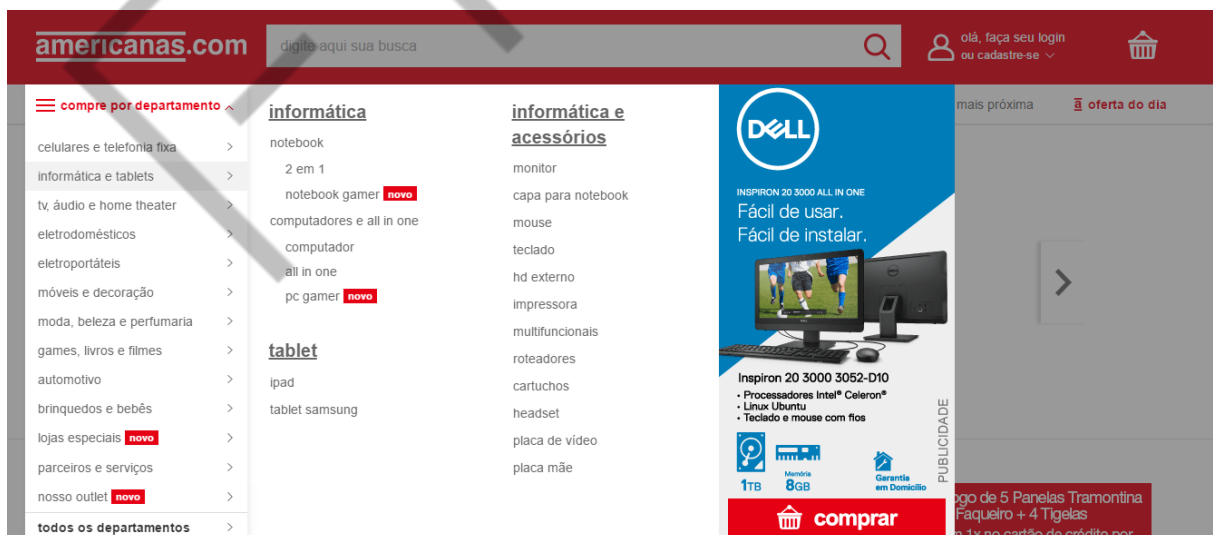


Figura 26 - Exemplo de organização dos produtos em categorias
Fonte: Americanas (2017)

Exemplo 2: no finalzinho do site da Globo.com você pode encontrar o mapa do site. Todo o conteúdo está lá, dividido em suas categorias e subcategorias bem pensadas, usando uma taxonomia que faça sentido para os usuários que buscam ali informações diversas, seja sobre esporte, entretenimento ou notícias.

g1	globoesporte	gshow	famosos & etc	Grupo Globo	globosat
Acre Alagoas Amazonas Bahia Bem Estar Bom Dia Brasil Brasil Carnaval Carros Ceará Ciência e Saúde Como Será? Concursos e Emprego Distrito Federal Economia Educação Espírito Santo Fantástico G1 Educação Globo Natureza Globo News Globo Rural Globo Repórter Goiás Jornal da Globo Jornal Hoje Jornal Nacional Maranhão Mato Grosso Mato Grosso do Sul Minas Gerais Mundo Pará Paraíba	Atletismo Basquete Basquete/NBB Brasileiro Série A Brasileiro Série B Campeonato Carioca Campeonato Gaúcho Campeonato Mineiro Campeonato Paulista Cartola FC Copa do Mundo da Fifa Copa América Copa Sul-Americana Desafio de Futsal Esporte Espetacular Esportes Aquáticos Esportes Radicais Eu Atleta Fórmula 1 Futebol Futebol Internacional Futpédia Game Futebol Liga dos Campeões Olimpíadas Seleção Brasileira StockCar Surfe Tênis Vai-e-vem do Mercado Verão Espetacular Vôlei	Adnight A Cara do Pai A Lei do Amor Altas Horas Amor & Sexo Bastidores BBB Caldeirão do Huck Chapa Quente Cheias de Charme Como Fazer Diversão - testes e listas Domingão do Faustão É de Casa Encontro com Fátima Bernardes Escolinha do Professor Raimundo Esquental Estilo Estrelas Mais Você Malhação Mister Brau Música Receitas Resumo das novelas Rosk Story Séries Originais Sessão Comédia Sol Nascente Supermax SuperStar Tá no Ar	EGO G1 Cinema G1 Música Globo Jogos Gloob GNT Horóscopo Multishow Namoro na Web Paparazzo Patrícia Kogut Retratos da Vida Senninha Teatro Telecine Viva globo play	princípios editoriais editora globo Auto Esporte Casa e Comida Casa e Jardim Casa Vogue Crescer Época Época Negócios Galileu Glamour Globo Rural GQ Brasil Marie Claire Meus 5 Minutos Monet Mundo do Sítio PEGN Quem TechTudo Vogue infoglobo Ela Digital Extra O Globo Valor Econômico	Globosat Play BIS Canal Brasil Canal Futura Combate GloboNews Gloob GNT Mais Globosat Megapix Multishow Off Premiere SportTV Studio Universal Syfy Telecine Universal Channel Viva globo filmes som livre sistema globo de rádio BHFm CBN Rádio Globo

Figura 27 - Exemplo de mapa do site, item da arquitetura de informação do site
Fonte: Globo (2017)

2.5 Cinco formas de identificar problemas na arquitetura da informação

Quando você analisar alguns indicadores, poderá perceber que há problemas na arquitetura de informação do seu produto. Veja cinco métricas importantes que o ajudarão a avaliar melhor sua arquitetura:

- **Baixo tráfego em determinada categoria:** considere o número de visitas que uma categoria e suas subcategorias recebem. Se em comparação às demais uma categoria tem um número muito baixo de visitas, pode ser que ela não seja tão útil assim. Contudo, antes de tomar a decisão de excluir esse item do site, avalie também se há alguma diferença entre layout, destaque e público de uma categoria para outra.

- **Conversão baixa:** algumas categorias podem ter um número de visitas alto, mas uma conversão baixa. Conversão pode ser entendida por vendas, inscrições, *leads*... depende do modelo de negócio. É possível considerar que, estrategicamente, essa categoria não é relevante para o site. Contudo, mais uma vez, antes de tomar uma decisão, você deve analisar se essa categoria gera muitos acessos para outras páginas do site ou, ainda, se ela não faz parte do caminho de um usuário que demora um pouco mais para ser convencido.
- **Altas taxas de rejeição:** quando um usuário chega a uma página e sai dela rapidamente, sem clicar em nada, consideramos isso uma rejeição. Se isso está acontecendo em algum lugar do seu site, tem algo errado. Então avalie se a taxonomia (a nomenclatura que você deu à categoria) está de acordo com a realidade e expectativa do seu usuário. Uma revisão no layout também é válida para se certificar de que não há nada prejudicando a usabilidade.
- **Baixo número de entradas:** páginas de entrada são as primeiras acessadas pelo seu usuário em seu site. Se uma determinada página ou categoria tem baixa taxa de entrada, é sinal de que ela pode não ser tão interessante ou atrativa para seus usuários. Antes de pensar em excluir essa página ou categoria do site, só verifique se ela tem alta taxa de conversão. Se a resposta for sim, você pode considerar mantê-la, pois é relevante para um público específico.
- **Alto volume de pesquisas:** se muita gente usa a sua busca no site, pode ser um sinal de que elas não estão encontrando o que precisam. Aproveite para avaliar os termos mais buscados e, com isso, fazer os ajustes necessários em suas categorias, taxonomia e menu.

2.6 Próximos Passos

Agora que você já sabe as principais regras de UX, o que pode e o que não se pode fazer, vamos colocar a mão na massa e criar nossas telas do Fintech!



REFERÊNCIAS

INTERACTION DESIGN FOUNDATION. **What is the difference between Interaction Design and UX Design?**. 2019. Disponível em: <<https://www.interaction-design.org/literature/article/what-is-the-difference-between-interaction-design-and-ux-design>>. Acesso em: 27 jan. 2021.

SIANG, T. **The Ultimate Guide to Understanding UX Roles and Which One You Should Go For**. 2019. Disponível em: <<https://www.interaction-design.org/literature/article/the-ultimate-guide-to-understanding-ux-roles-and-which-one-you-should-go-for>>. Acesso em: 27 jan. 2021.

WHITENTON, K. **User experience training**. San Francisco: Usability Week, 2015.