

# *Planejamento visual IV*

Prof. Rodrigo Medeiros  
IFPB · Cabedelo · Design

11.11.2019



[rodrigomedeiros.com.br/pv4](http://rodrigomedeiros.com.br/pv4)

# UX DESIGN



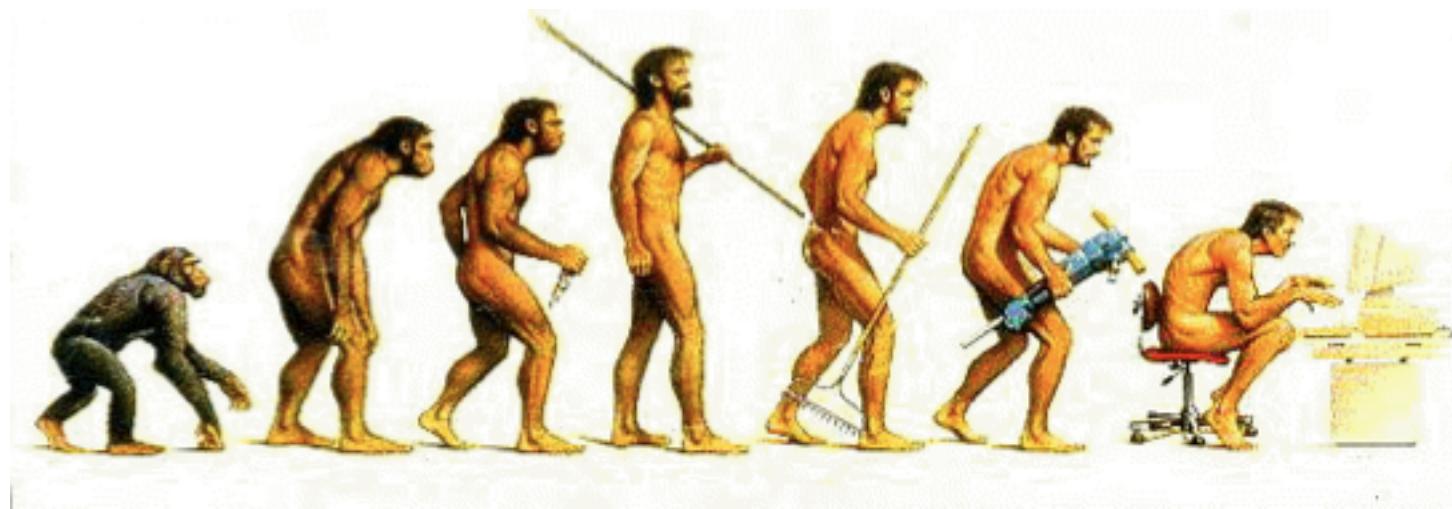


# IDEAÇÃO

DIVERGIR EM UMA GRANDE QUANTIDADE DE IDEIAS PARA DEPOIS CONVERGIR ESCOLHENDO OU INTEGRANDO AS MELHORES PARA SEREM PROTOTIPIADAS E TESTADAS.

# *Introdução à arquitetura de informação*

# *A informação*



“Na Era da Informação, pode-se afirmar que o material mais valioso, a principal moeda corrente, é a informação.”

Alvin Toffler, *The Third Wave*, 1980.

# *A era da informação*

O pensador francês Edgar Morin analisa: “O primeiro significado da palavra conhecimento é informação; é óbvio que quem tiver informação tem vantagens. O segundo significado é conhecimento que classifica as informações. Estamos vivendo num período em que o conhecimento só se torna significativo quando está situado no seu contexto. O terceiro significado tem a ver com inteligência, consciência ou sabedoria. A inteligência é a arte de vincular conhecimento de maneira útil e pertinente; consciência e sabedoria envolvem reflexão.” (Folha de S. Paulo, Caderno especial, B-4, 12/12/1993.)

# *Tipos de informações*

- Informação interna
  - Contém as mensagens que dirigem nosso sistema interno e permitem que nosso corpo funcione.
- Informação que chega pelas conversas
  - Nível dos intercâmbios e das conversas formais e informais que temos com quem está à nossa volta: amigos, parentes, colegas de trabalho...
- Informação de referência
  - Neste, buscamos a informação que dirige os sistemas do nosso mundo – ciência e tecnologia – e, de modo mais imediato, o referencial que influencia nossa vida.
- Informação de notícias
  - Este abrange os acontecimentos do presente.
- Informação cultural, a forma menos quantificável de informação
  - Conjunto de informações que determina nossas atitudes, nossas convicções e a natureza da sociedade da qual fazemos parte



netvibes

flickr GAMMA



e Blogger

Adobe

orkut



YouTube  
Broadcast Yourself™



mp3



Submarino

mercado  
Livre  
associado ao eBay

# *Tsunami da informação*

2002:

- Cinco exabytes (5.000.000.000.000.000 bytes) de informação nova Pilha de livros que vai do Sol a Plutão
- 8 metros de livros para cada habitante da Terra.

2006:

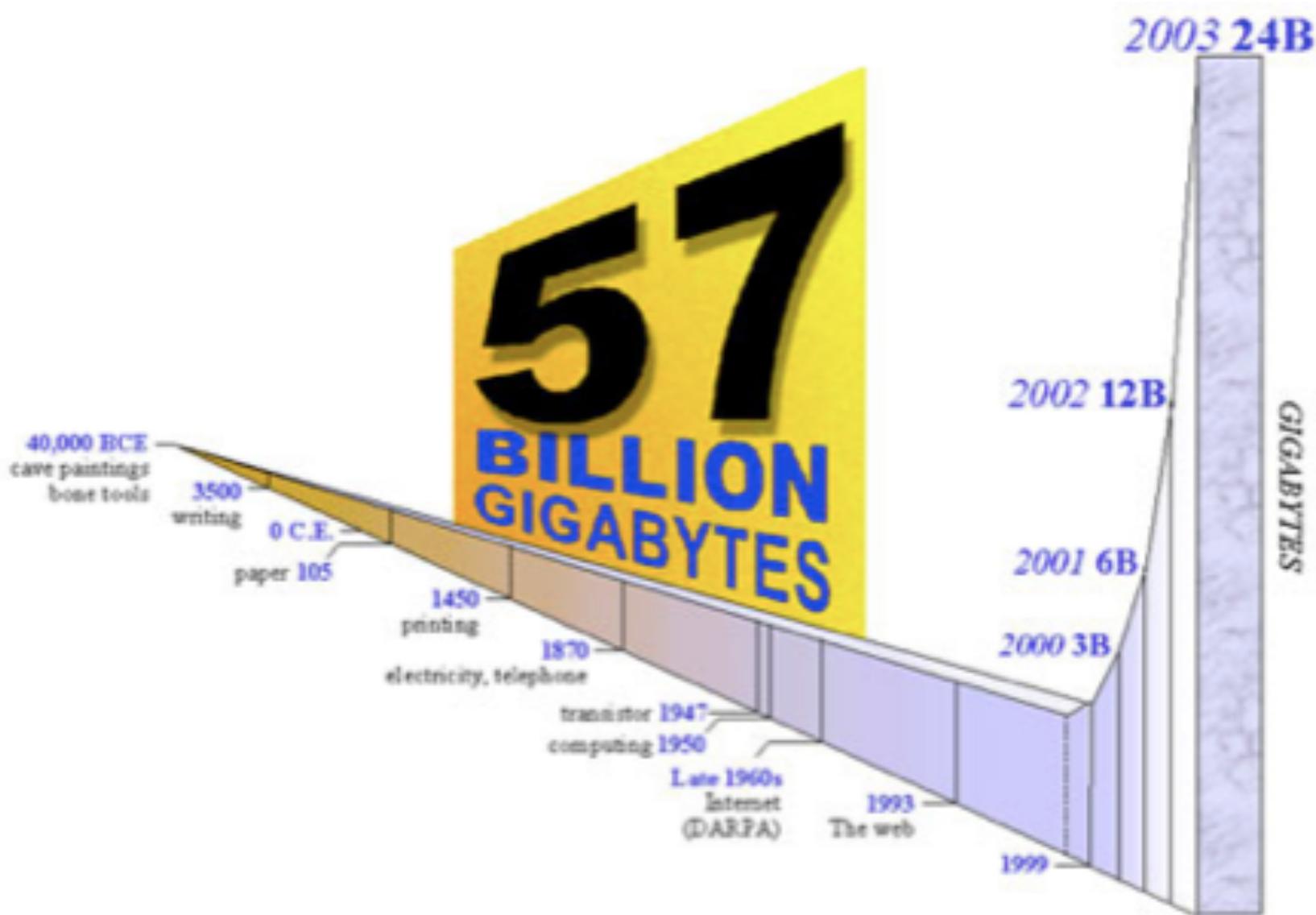
- 161 bilhões de gigabytes de informação nova.
- O equivalente a 12 pilhas de livros com a altura da distância entre a Terra e o Sol.

“Quantidade de informação nova cresce 30% ao ano.”

Dados da University of California at Berkeley  
(2003)

• “Mais de 108 milhões de websites na Internet” (NETCRAFT - 2007)

# Tsunami da informação





# *Sobrecarga de informação*

Em 1996, a Reuters Business Information realizou uma pesquisa com 1300 gerentes de diferentes locais, como Estados Unidos, Reino Unido, Hong Kong e Cingapura sobre a sobrecarga de informações. Entre outros resultados:

- 49% reconheceram que freqüentemente não sabiam lidar com a quantidade e volume de informações que recebiam todos os dias;
- 38% disseram que perdiam um tempo significativo tentando identificar informação útil no grande volume de informações recebidas;
- 31% reclamaram que recebiam muita informação não-solicitada.

# *Ansiedade de informação*

O psicólogo britânico Davis Lewis batizou os efeitos psicológicos e sociais da sobrecarga da informação sobre um indivíduo de Síndrome da fadiga da informação.

Alguns efeitos são:

- Estresse
- Tensão
- Distúrbios de sono
- Problemas digestivos
- Dificuldade de memorização
- Irritabilidade
- Sentimento de abandono.

### *3. Do século XX ao século XXI?*

Richard Wurman, 1976

Criou o termo arquitetura da informação para combater a ansiedade da informação

Complexo → Simples

Mídia impressa: guias, mapas e Atlas.



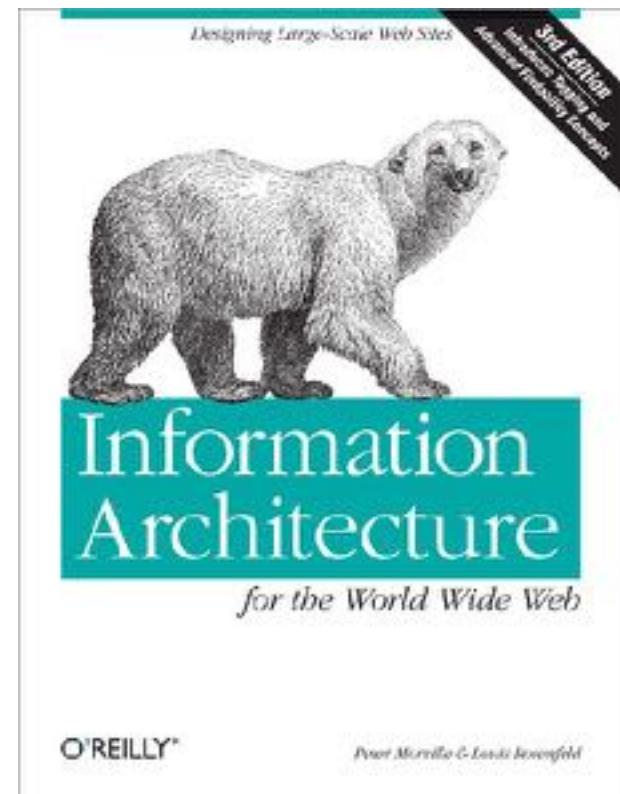
# *Louis Rosenfeld e Peter Morville*

- Pioneiros na aplicação da arquitetura da informação no design para websites.
- Fundaram em 1994 a primeira empresa a trabalhar exclusivamente com Arquitetura de Informação na web (Argus Associates)



# *Louis Rosenfeld e Peter Morville*

- Lançaram o primeiro livro sobre o assunto:  
Information Architecture for WWW
- Formação em biblioteconomia



# *Outros autores atuais*



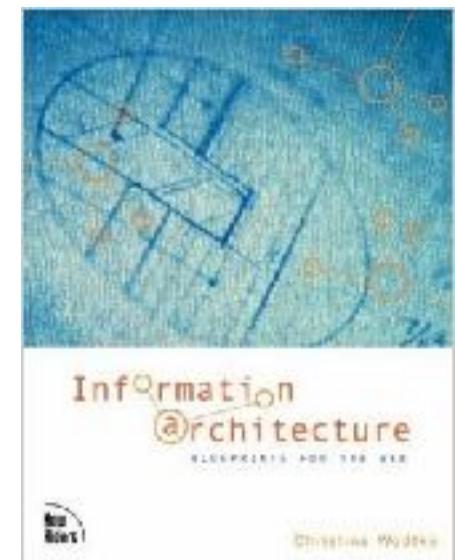
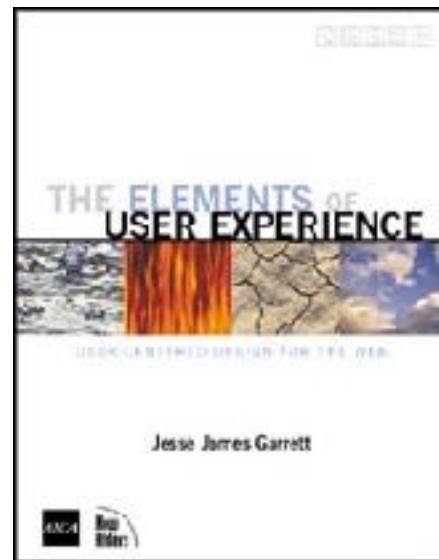
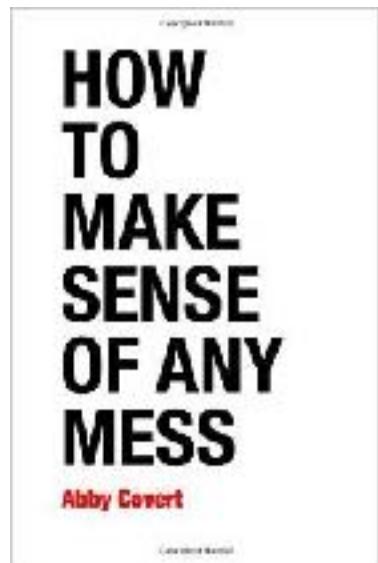
Abbey Covert



Jesse James Garrett



Christina Wodtke



# Os Elementos da Experiência do Usuário

Uma duplidade básica: A Web foi originalmente concebida como um espaço de troca de informações hipertextuais, porém, o desenvolvimento crescente de sofisticadas tecnologias encorajou seu uso como uma interface de software remoto. Esta natureza dúbia resulta em muita confusão conforme, profissionais da experiência do usuário tentam acaparar suas terminologias para casos que estão aéreos do escopo da aplicação original. O objetivo deste documento é definir alguns destes termos dentro de seus contextos apropriados e de esclarecer as relações subjacentes entre estes vários elementos.

Jesse James Garrett  
jjg@jjg.net

30 de março de 2000

Tradução para o  
Português por  
Lívia Labate

## a Web como interface de software

**Design Visual:** tratamento gráfico dos elementos da interface (a "cara" do site)

**Design da Interface:** coroa a IHC tradicional: design dos elementos da interface para facilitar a interação do usuário com as funcionalidades

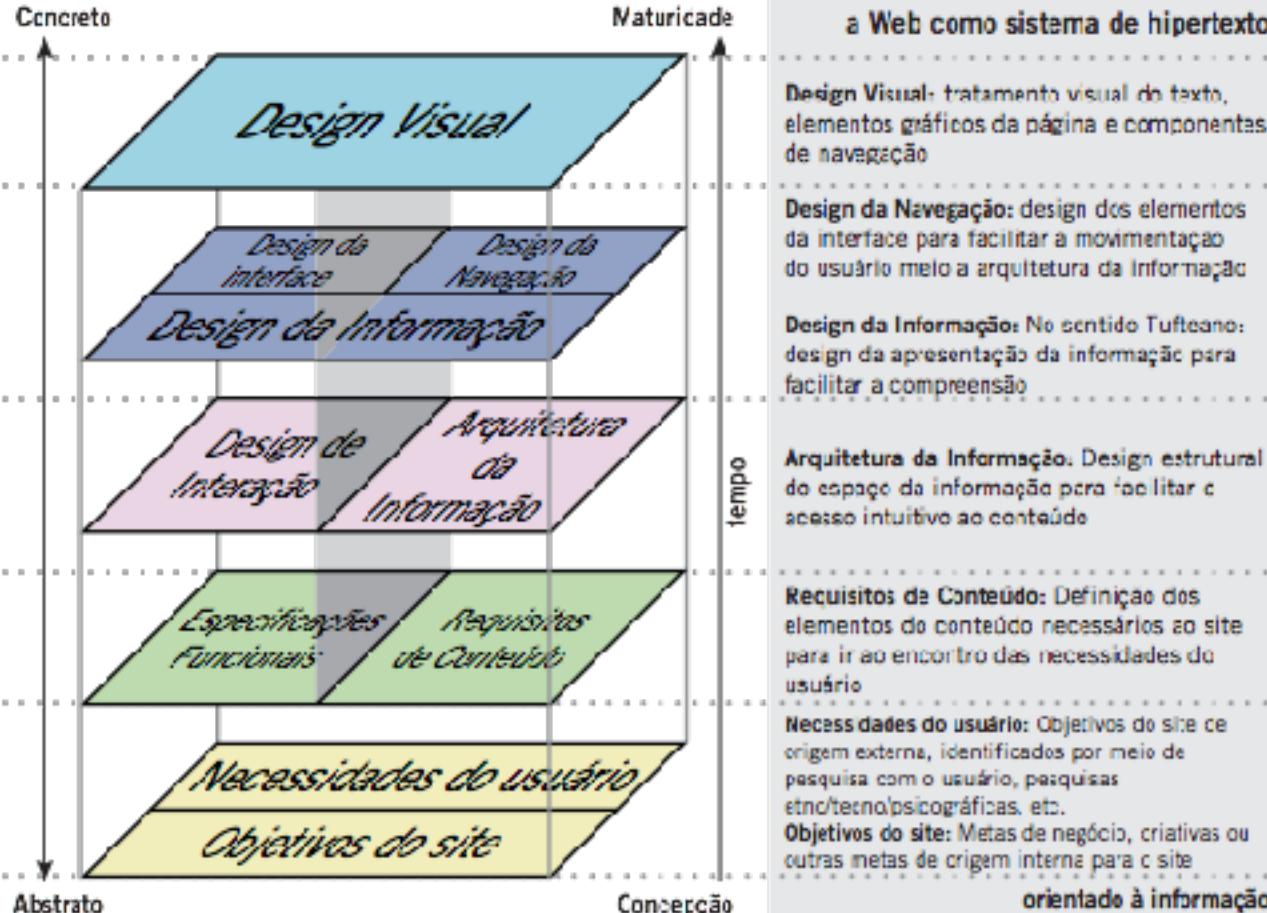
**Design da Informação:** No sentido Tufteano: design da apresentação da informação para facilitar a compreensão

**Design da Interção:** desenvolvimento de fluxos de aplicação para facilitar as tarefas do usuário, definindo como o site interage com as funcionalidades do site

**Especificações Funcionais:** 'conjunto de funcionalidades': descrições detalhadas de funcionalidades que o site deve incluir para ir ao encontro das necessidades do usuário

**Necessidades do usuário:** Objetivos do site de origem externa, identificados por meio de pesquisa com o usuário, pesquisas etno/tecnopsicográficas, etc.

**Objetivos do site:** Metas de negócios, criativas ou outras metas de origem interna para o site orientado à tarefa



Este esquema está incompleto: C mode o aqui de maneira não aborda considerações secundárias (como aquelas que surgem durante o desenvolvimento técnico e de conteúdo) que podem influenciar as decisões durante o desenvolvimento da experiência do usuário. Além disto, este modelo não descreve um processo de desenvolvimento, nem define os papéis dentro de um time de projeto. O que procura definir, são as considerações-chave que fazem parte do desenvolvimento da experiência do usuário na Web atualmente.

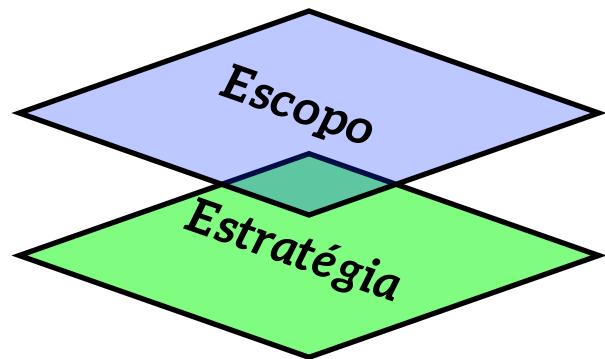
# *Estratégia*

*O que os usuários querem?  
Quais os objetivos do site?*



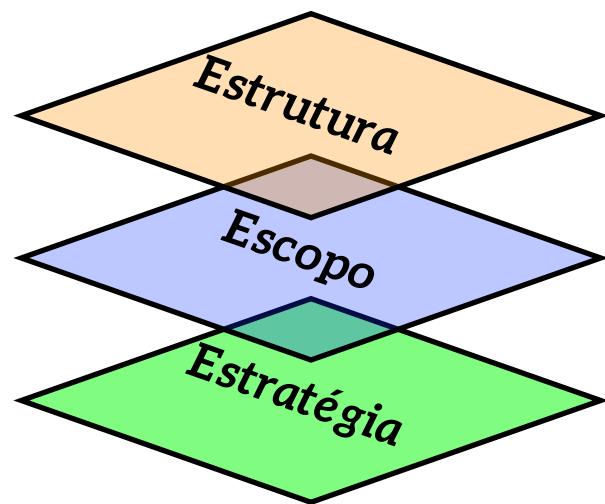
# *Escopo*

*Quais as especificações funcionais?  
Quais os conteúdos necessários?*



# *Estrutura*

*Como será o Design de Interação?  
Como será a Arquitetura da  
Informação?*

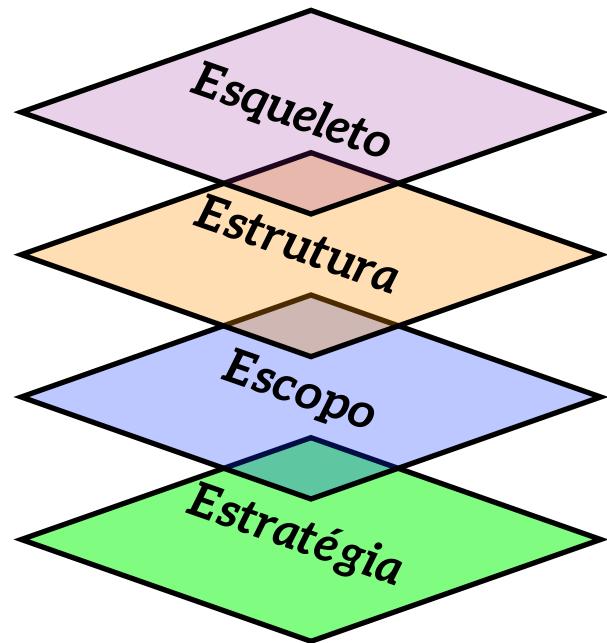


# *Esqueleto*

*Como será o Design da Interface?*

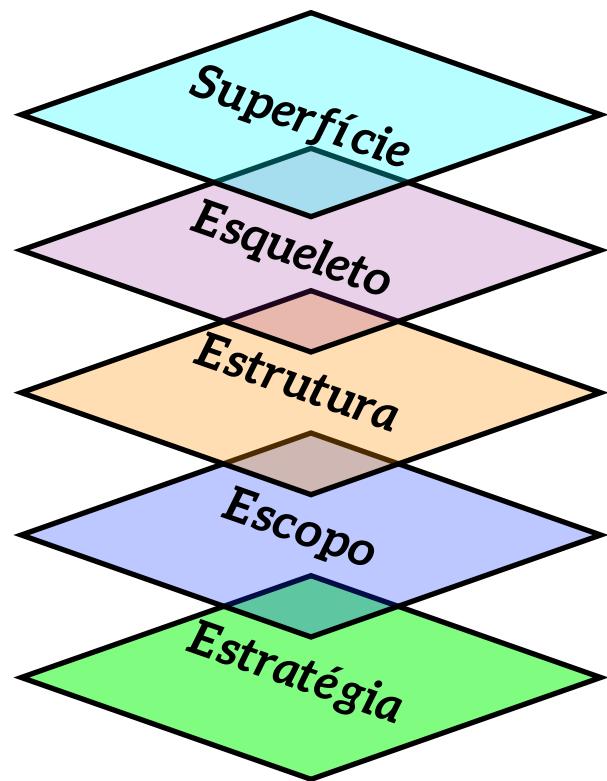
*Como será a navegação?*

*Como será o Design da Informação?*



# *Superfície*

*Como será o visual do produto final?  
Como será a sua estética?*



# *AI segundo Rosenfeld e Morville*

1. Combinação entre esquemas de organização, rotulação de busca e navegação dentro de um sistema de informação.
2. Design estrutural de ambientes de informação compartilhados.
3. É a arte e a ciência de estruturar e classificar websites e intranets a fim de ajudar as pessoas a encontrar e a gerenciar informação.
4. É uma disciplina emergente e uma comunidade de prática (community of practice), focada em trazer para o contexto digital os princípios de design e arquitetura.

# *AI segundo Rosenfeld e Morville*

**Modo / Maneira**

**Participação direta do Arquiteto  
de informação**

**Conhecimentos adquiridos  
mediante experiência e  
observação.**

**arte**

**ciência**

# *resumindo...*

“Arquitetura de Informação é a arte e ciência de organizar e rotular Web sites, Intranets, comunidades online e software para dar suporte à usabilidade e facilidade de obtenção de informações, e também, e conta uma comunidade emergente de profissionais focada em trazer princípios de design e arquitetura para o ambiente digital” (ROSENFELD e MORVILLE)

# *Então Arquitetura de informação não é...*

- Mapa do site
  - Apenas 1% da arquitetura de informação é mapa do site
- Uma função impossível de aprender
  - não é fácil porém não é impossível de aprender
  - trabalhamos com modelo mental diariamente
  - organizar a distribuição de roupas no armário novo
- Reserva de mercado
  - Afinal quem faz arquitetura de informação?
    - Planejamento? Criação? Atendimento? Conteúdo?
    - O que temos como ideal? E na realidade, como é?

# *E o que isso tem a ver com Usabilidade?*

Problemas de usabilidade

↳ Organização das informações

    ↳ Confusão, frustração, até mesmo ira.

“27% dos insucessos do comércio eletrônico”

Rosenfeld & Morville (2002)

“Uma má arquitetura de informação é a causa de cinco dos grandes sete problemas de usabilidade mais encontrados em websites.”  
Vividience research (2001)

# *E o que isso tem a ver com Usabilidade?*

7 problemas de usabilidade mais encontrados segundo Scapin e Bastien:

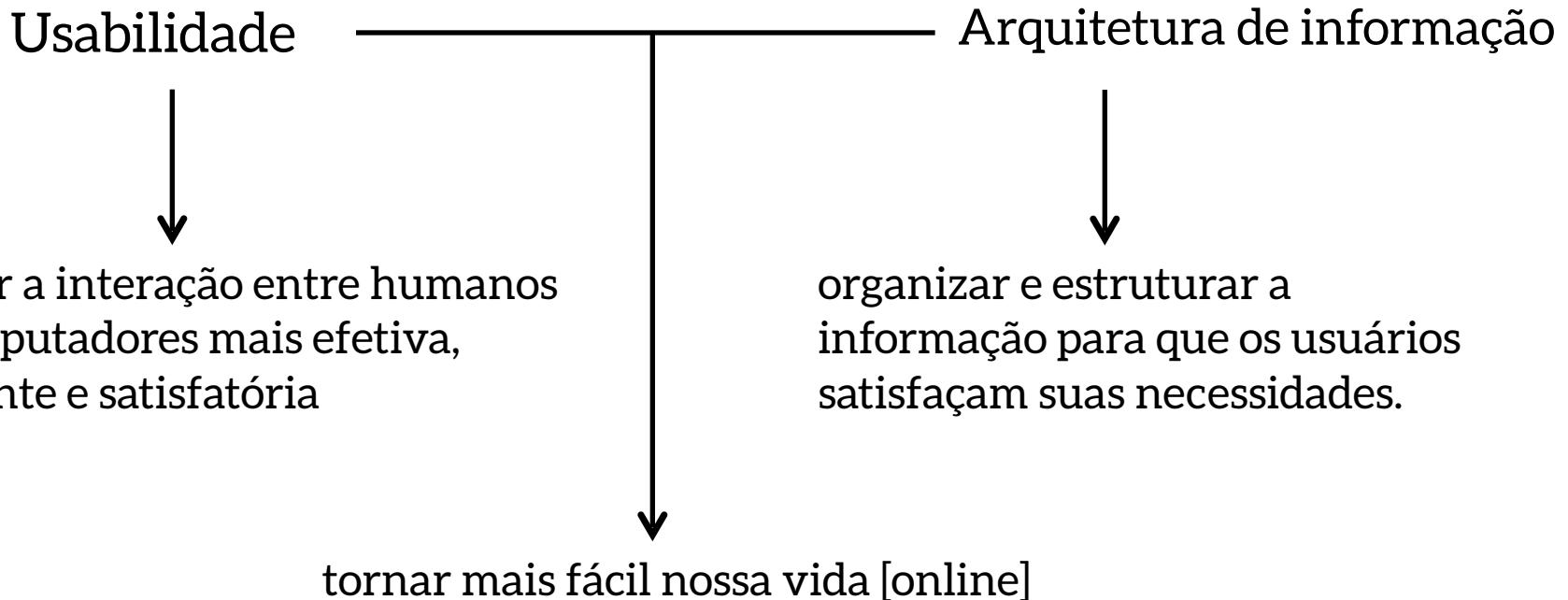
- Homogeneidade e coerência
- Condução
- Feedback
- Carga de trabalho
- Gestão de erros
- Controle explícito
- Consideração da experiência do usuário

# 5. E o que isso tem a ver com Usabilidade?

## Problemas mais comuns nos websites

Problema	%websites	como afeta o usuário
* Resultados de busca mal organizados	53%	- Frustração e Perda de tempo
* Arquitetura da Informação pobre	32%	- Confusão, caminhos sem saída - Uso excessivo do botão voltar do navegador - Forçar o usuário a usar mecanismo de busca
Performance lenta	32%	- Interrupção constante na experiência de compra - Frustração
*Home-page desorganizada	27%	- Cria desinteresse - Perda de tempo
*Rótulos confusos	25%	- Confusão - Erros - Uso excessivo do botão voltar - Forçar o usuário a usar mecanismo de busca
Processo de registro invasivo	25%	- Usuário são apenas números - Visitante se sente ressentido - Perda de tempo e esforço para entrar com os dados
* Navegação inconsistente	13%	- Caminhos ineficientes - Forçar o usuário a focar na navegação - Perda de estabilidade percebida - Funcionalidades úteis não são encontradas

# *E o que isso tem a ver com Usabilidade?*



“Para se fazer design é preciso ver. E, além disso, conseguir transmitir essa experiência visual para seus interlocutores. Só que ver não é uma tarefa simples, e, na maioria dos casos, é muito subjetiva. O que é evidente para alguns pode passar desapercebido para outros.”

*Design/web/design – Luli Radfahrer*

# *Conceitos segundo Rosenfeld*

Usuário

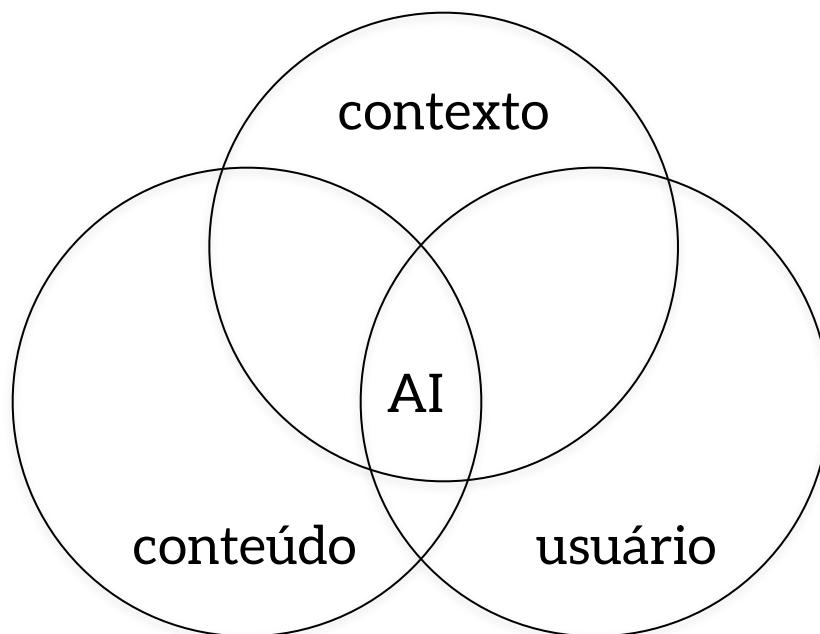


Conteúdo

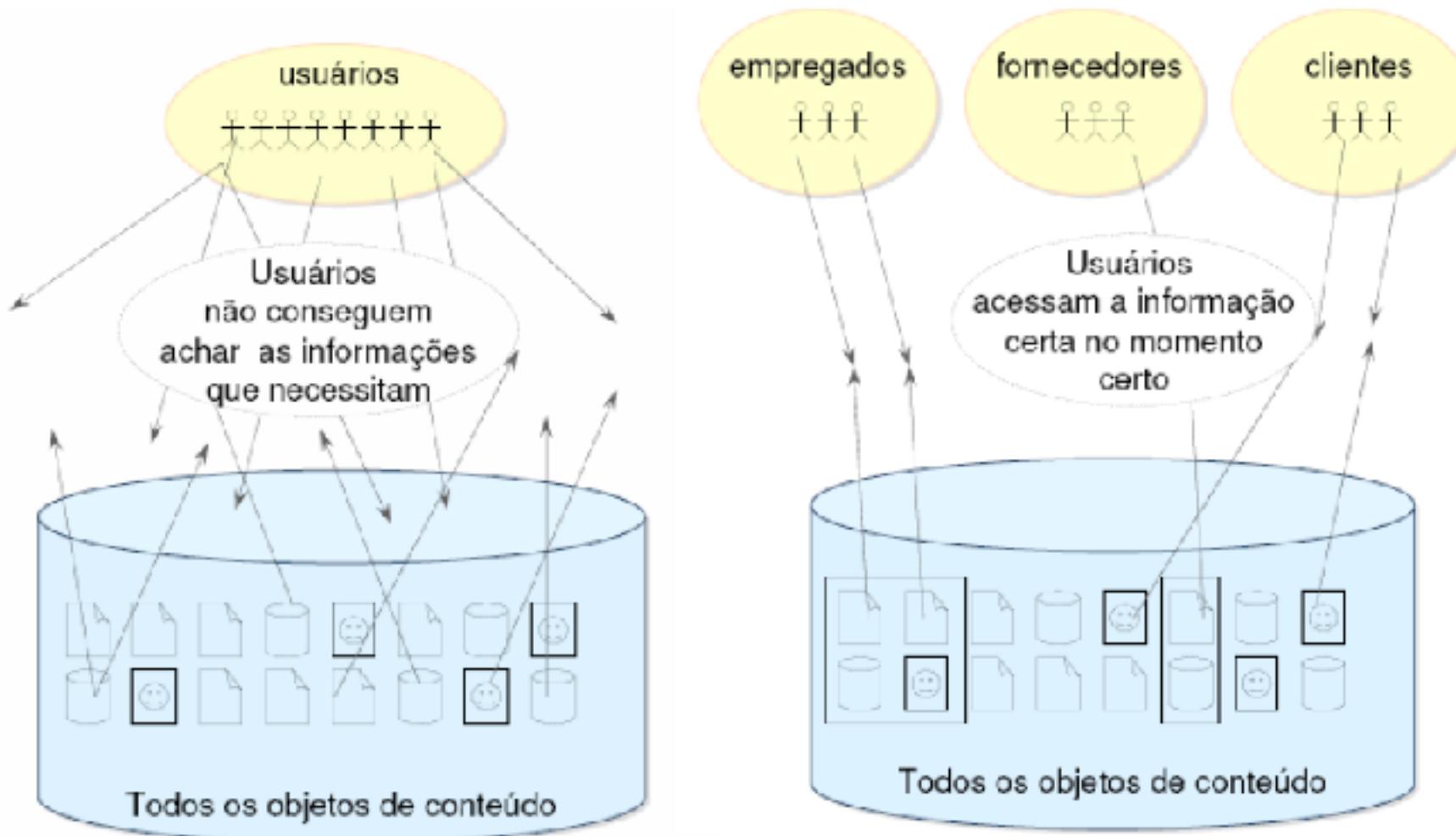


Contexto

Informação certa, pela pessoa certa, no momento certo.



# Conceitos segundo Rosenfeld



# **Um exemplo**

Ao lado está o mapa da ferrovia Yamanote, que circunda a cidade de Tóquio.

Como você faria um mapa para os usuários dessa linha de trem?



# *Um exemplo*

## **Usuário**

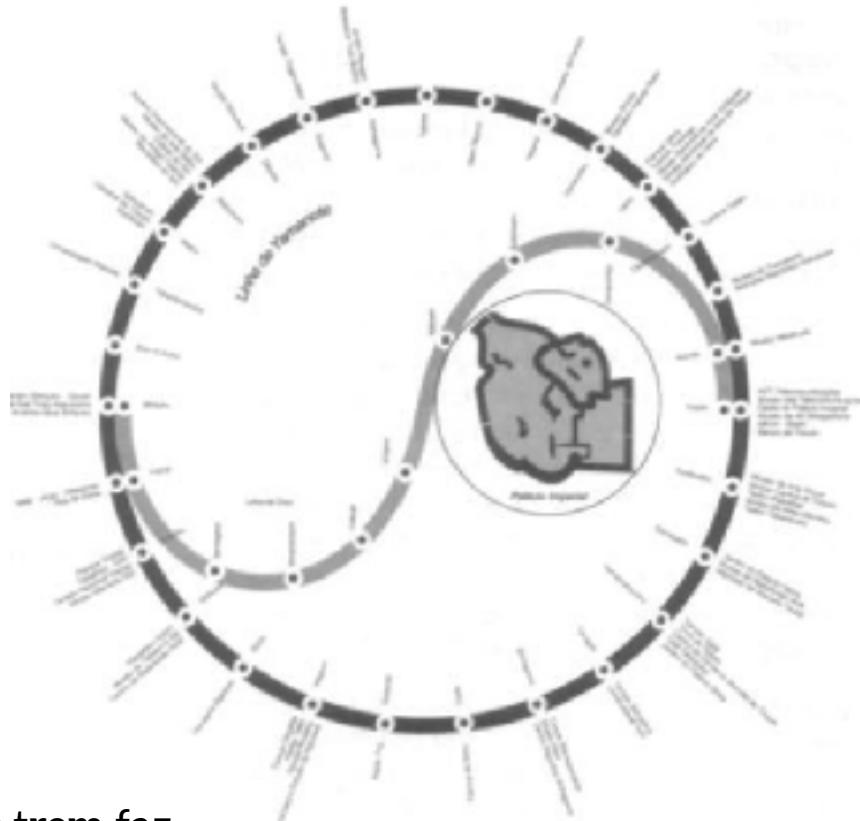
- Moradores de Tóquio
- Viajantes
- Turistas

## **Conteúdo**

- Sequência e a identidade das paradas.
- A linha circunda a cidade de Tóquio.

## **Contexto**

- Para o usuário não importa as voltas e curvas que o trem faz.
- Em Tóquio o Palácio Imperial é um importante ponto de referência.
- O desenho lembra o símbolo Yin-Yang em alusão as culturas orientais.



## *7. Ou seja...*

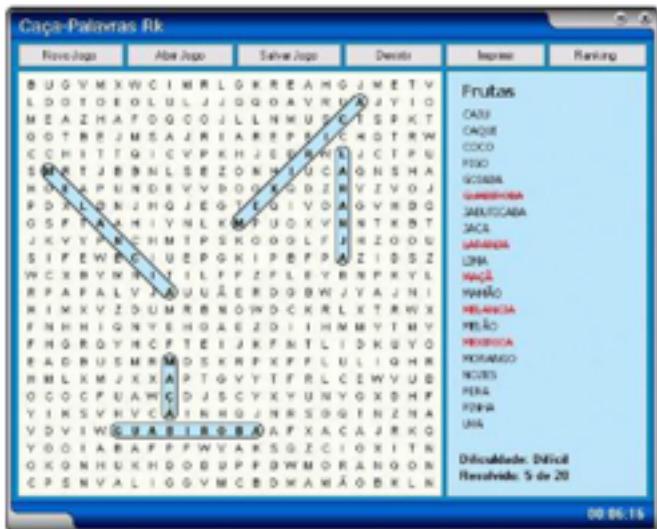
*o trabalho do arquiteto é evidenciar as informações mais importantes e retirar as que não são necessárias.*

# **Componentes de AI**

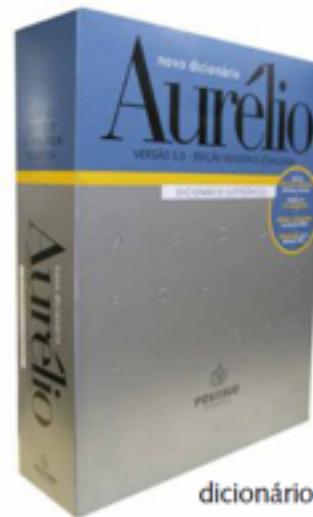
- 1. Sistema de Organização (Organization):** define o agrupamento e categorização do conteúdo informacional.
- 2. Sistema de Rotulação (Labeling):** estabelece as formas de representação e apresentação da informação definindo rótulos para cada elemento informativo.
- 3. Sistema de Navegação (Navigation):** especifica as maneiras de navegar, de se mover pelo espaço informacional e hipertextual.
- 4. Sistema de Busca (Search):** determina as perguntas que o usuário pode fazer e o conjunto de respostas que irá obter.

# 1 Sistema de organização

Onde é mais fácil de encontrar uma palavra?



Jogo de caça palavras



dicionário

É muito mais fácil encontrar uma informação em um ambiente organizado.

# **1 Sistema de organização**

- O sistema de organização é o componente responsável por organizar a informação do website.
- Sua função é definir as regras de classificação e ordenação das informações que serão apresentadas e aplicar estas regras, categorizando todos os conteúdos oferecidos.
- Ou seja... Ajudar o usuário a encontrar o que precisa para atingir seu objetivo.

# 1.1 O que é categorizar?

- Categorizar ou classificar é agrupar entidades (objetos, idéias, ações, etc) por semelhança. Cada grupo de entidades semelhantes é uma categoria.
- Categorizar é uma habilidade natural que a mente humana usa para compreender o mundo ao seu redor.

“Categorizar é o processo cognitivo de dividir as experiências do mundo em grupos de entidades, para construir uma ordem dos mundos físicos e social em que o indivíduo participa” (JABOB e SHAW, 1998)

“Categorizar é um mecanismo cognitivo fundamental que simplifica a interação do indivíduo com o ambiente: Ela não apenas facilita o armazenamento da informação, mas também reduz a demanda da memória humana.” (MARKMAN apud JABOB e SHAW, 1998)

# *1.2 Dificuldades em organizar a informação na web: ambiguidade*

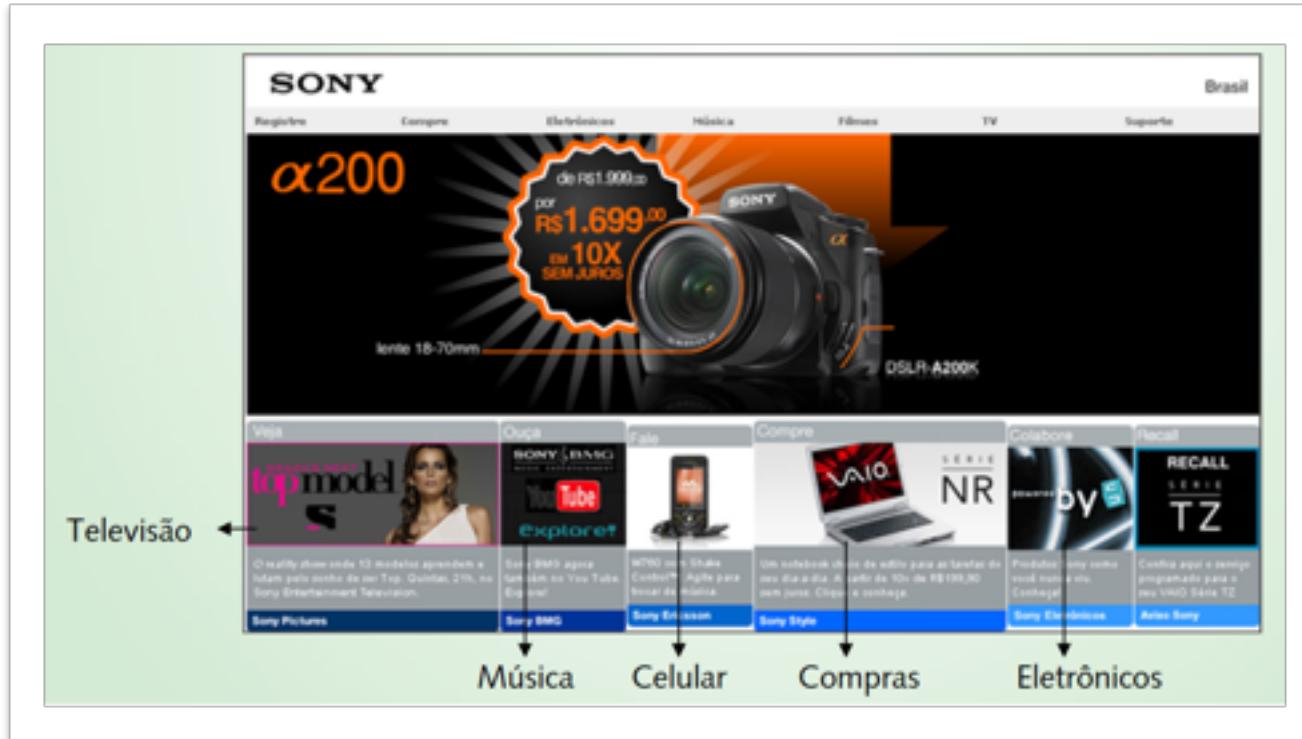
The screenshot shows the top navigation bar of the Submarino website. It features the Submarino logo on the left, followed by links for 'CENTRAL DE ATENDIMENTO' and 'AJUDA'. On the right, there's a 'INGRESSOS' link. Below the main menu, a secondary row of categories is displayed: BEBÉS | BELEZA&SAÚDE | BRINQUEDOS | CAMA,MESA&BANHO | CASA&SEGURANÇA | CDs | CINE&FOTO | DVDS | ESPORTE&LAZER | FERRAMENTAS | GAMES | INFORMÁTICA | INST. MUSICAIS | JÓIAS&RELÓGIOS | LIVROS | MODA |. A large, bold text 'categoria e na definição de quais elementos fazem parte da categoria.' is overlaid on this menu.

categoria e na definição de quais elementos fazem parte da categoria.

- Liquidificador está em “eletrodomésticos” ou “eletroportáteis” ?
- IPOD está em “eletrônicos” ou “eletroportáteis” ou “informática” ?
- Aparelho de DVD está em “DVDS” ou “eletrônicos” ?

# 1.2 Dificuldades em organizar a informação na web: consistência

em um mesmo site podem estar presentes conteúdos de diversos tipos em diversos formatos e com diversos tipo de granularidade. Assim, criar um único sistema de organização que atenda a todo o website pode ser impossível.



# 1.2 Dificuldades em organizar a informação na web: consistência

The screenshot shows the Sony Brazil website homepage. At the top, there's a large advertisement for the Sony α200 camera. Below the ad, a horizontal menu bar includes links for 'Registre', 'Compre', 'Eletrônicos', 'Música', 'Filmes', 'TV', and 'Suporte'. A 'Brasil' link is also present in the top right corner.

Below the menu, there's a grid of six promotional boxes:

- Televisão**: Shows a thumbnail for 'BRASIL NEXT topmodel S'.
- Música**: Shows a thumbnail for 'SONY/BMG MUSIC ENTERTAINMENT YouTube Exploret'.
- Celular**: Shows a thumbnail for 'Sony Ericsson'.
- Compras**: Shows a thumbnail for 'VAIO SÉRIE NR'.
- Eletrônicos**: Shows a thumbnail for 'Sony Electronics'.
- Recall**: Shows a thumbnail for 'RECALL SÉRIE TZ'.

Below these boxes, arrows point from each category label to its corresponding promotional thumbnail. The labels are: 'Televisão' (pointing to the TV show thumbnail), 'Música' (pointing to the Sony/BMG thumbnail), 'Celular' (pointing to the Sony Ericsson thumbnail), 'Compras' (pointing to the VAIO laptop thumbnail), and 'Eletrônicos' (pointing to the Sony Electronics thumbnail). The 'Recall' label does not have an arrow pointing to its thumbnail.

# 1.2 Dificuldades em organizar a informação na web: diferenças de perspectivas

toda organização é afetada pela perspectiva do seu criador, sua cultura e sua visão de mundo.

usuários diferentes = perspectivas diferentes



The screenshot shows two versions of a Microsoft website side-by-side. On the left, a 'tech-ed 2008' page is displayed, featuring a man speaking at a podium, with sections for 'Parceiros', 'Usando seu computador', 'Negócios', 'Profissionais de TI', 'Desenvolvedores', and 'Informações Corporativas'. On the right, a promotional page for 'Promoção Segunda Chance' is shown, with a woman's portrait and a list of highlights: 'Microsoft Bluetrack', 'Prêmio Educadores Inovadores 2008', 'O melhor lugar para trabalhar', and 'Programa Great2B'. A diagonal line connects the 'Parceiros' section of the tech-ed page to the 'Promoção Segunda Chance' section of the right page.

Destaque  
Parceiros  
Usando seu computador  
Negócios  
Profissionais de TI  
Desenvolvedores  
Informações Corporativas

Promoção Segunda Chance  
Uma nova oportunidade para você conquistar sua certificação. Aproveite!

- Microsoft Bluetrack - Chegou a nova tecnologia Microsoft que acompanha você em qualquer lugar.
- Prêmio Educadores Inovadores 2008 - Conheça os educadores que tiveram suas inovações reconhecidas.
- O melhor lugar para trabalhar - A Microsoft Brasil foi eleita a melhor empresa de tecnologia para a mulher trabalhar.
- Programa Great2B - Torne-se um profissional capacitado, trabalhe com grandes marcas de tecnologia e ganhe comissão pela venda de produtos originais!

Ofertas diferentes para usuários com perspectivas diferentes

Sound On

Learn more and keep up  
to date with news.

[Check to Sign Up](#)

Copyright ©2008 Nokia. All rights reserved.

How Music Alights on you?  
Nokia Music Store

NOKIA  
Connecting People

In airtime 25%

Esteticamente o site é agradável e ousado porém existe muita informação escondida entre os menus (fios) e opções.

## *1.3 Esquemas de organização da informação*

São maneiras de se criar categorias a partir do significado dos conteúdos a serem classificados.

A vantagem de utilizá-los é que eles permitem que o usuário rapidamente tenha uma visão de como toda a informação está organizada.

*Exemplo:*

*Quando usar as páginas brancas ou as páginas amarelas da lista telefônica?*

# **1.3 Esquemas de organização da informação**

**Exatos:** divide a informação em categorias bem definidas e mutuamente exclusivas com regras claras para incluir novas itens.

Indicado quando o usuário sabe o que quer.

**Ambíguos:** divide a informação em categorias subjetivas.

Indicado quando o usuário não sabe exatamente o que está procurando.

## **Alfabeto**

para grandes conjuntos de informações e públicos diversificado.  
ex. dicionários, enciclopédias, listas telefônicas.

## **Tempo**

para mostrar a ordem cronológica de eventos  
ex. livros de história, arquivo de notícias.

## **Localização**

compara informações vindas de diferentes locais  
ex. previsão do tempo, pesquisa política

## **Sequência**

para conferir valor ou peso a informação  
ex. lista de preços, top musics.

## **Assunto**

divide a informação em diferentes tipos, modelos e perguntas a serem respondidas.

ex. páginas amarelas, supermercados.

## **Tarefa**

organiza informação em conjuntos de ações.  
ex. menu aplicativos windows.

## **Público Alvo**

customizar o conteúdo para diferentes público-alvo  
ex. lojas de departamento

## **Metáfora**

orienta o usuário em algo novo baseando-lhe em algo familiar.  
ex. desktop de um computador

## **Híbrido**

reúne 2 ou mais esquemas anteriores

## *1.3 Esquemas de organização da informação*

Ambíguos: divide a informação em categorias subjetivas.

Indicado quando o usuário não sabe exatamente o que está procurando.

### **Assunto**

divide a informação em diferentes tipos, modelos e perguntas a serem respondidas.  
ex. páginas amarelas, supermercados.

### **Tarefa**

organiza informação em conjuntos de ações.  
ex. menu aplicativos windows.

### **Público Alvo**

customizar o conteúdo para diferentes público-alvo  
ex. lojas de departamento

### **Metáfora**

orienta o usuário em algo novo baseando-lhe em algo familiar.

ex. desktop de um computador

### **Híbrido**

reune 2 ou mais esquemas anteriores

# 1.3 Esquemas de organização da informação

The screenshot displays the CBSS (Administradora dos cartões Visa Vale) website. At the top, there's a navigation bar with three main tabs: "Sua Empresa" (blue), "Seu Estabelecimento" (light blue), and "Meu Visa Vale" (yellow). Below the tabs is a horizontal menu with links: "Início", "quem somos", "produtos", "seja nosso cliente", "pat", "atendimento", and "mapa do site". A large banner on the left promotes the "FLEX CAR VISA VALE" card. To the right, there's a "Acesso rápido" section with links to "Sua empresa", "Seu estabelecimento", and "Meu Visa Vale", along with a link to "Acessar já o Sistema de Pedidos (CPF)". Below this is a promotional banner for a "ROTEADOR BELKIN G 12x14,90" with the text "internet sem fio e sem complicações" and the brand name "BELKIN". The main content area features a "CLIMATEMPO" weather forecast for São Paulo, SP, showing a high of 23°C and a low of 12°C. It includes sections for "Destaque", "PROMOÇÃO", "CEGUEIRA", "VEJA OS GANHADORES", "PREVISÃO DO TEMPO", and "Instituidor AS". Arrows point from the text "Público alvo" to the "Meu Visa Vale" tab and from the text "localização" to the weather forecast section.

Público alvo

localização

## *2 Sistema de Rotulação*

A rotulagem é necessária pelo simples fato de que as coisas precisam ser localizadas.



## *2 Sistema de Rotulação*

- é a interface para o sistema de organização, ou seja, os nomes das diferentes categorias.
- aparece nas palavras do sistema de navegação
- é um dos mais importantes aspectos e um dos mais difíceis de ser realizado
- necessita refletir o conteúdo e deve ser redigido na linguagem do usuário

# 2.1 Microconteúdo

- cabeçalhos
- títulos de páginas
- linha de assunto



gettyimages® Creative

Go to: Creative | Editorial Register now. Already a member? Sign In

images film services my account

image collections | advanced image search | CDs | creative subscriptions | catalogs | image spotlight | r

Register | Si  
Contact Us

Quick imag

Search The Images

Search using image num

Begin s

Advanced I  
Image Res  
Search tips

LIFE  
SPORT  
NATURE

## 2.1 Microconteúdo

Estes elementos de informação devem ser muito claros, pois, a menos que o rótulo torne absolutamente transparente a que se refere o conteúdo do link, é possível que o usuário nunca o acesse.

	ELETRÔNICOS	AUTOMOTIVO	ELETROPORTÁTEIS	ELETRODOMÉSTICOS
	PERFUMARIA	BELEZA & SAÚDE	ESPORTE & LAZER	IMÓVEIS
	CAMA, MESA & BANHO	UD	PAPELARIA	GULOSEIMAS

## 2.1 Microconteúdo

- microconteúdo deve explicar claramente a que se refere a página ou artigo ao qual remeterá.. deve ser redigido em uma linguagem padrão, sem excessos ou rebuscamientos de linguagem.
- da mesma forma, deve-se evitar o uso de teasers, e tornar explícito o destino do link.

## 2.1 Microconteúdo

- microconteúdo menor é mais facilmente esquadrinhado.. não iniciar com artigos (a, o, um etc.), a fim de evitar confusão no caso de localização em uma lista alfabética.
- deve-se iniciar com uma palavra importante e carregada de significado.. evitar que os títulos das páginas iniciem com a mesma palavra, o que torna difícil a diferenciação em uma lista.

## 2.1 Microconteúdo

Um dos grandes problemas na web  
é ***que os usuários não sabem*** para  
onde irão ao acionarem um link de  
hipertexto.

## 2.1 Microconteúdo

Melhorar o entendimento dos links para o usuário o ajuda a interpretar a página de destino antes do acionamento, o que reduz o sentimento de desorientação.



# *3 Sistema de Navegação*

## *O que é navegar?*

- Navegar é alcançar um destino que está fora do alcance do campo de visão do ponto de partida.
- Para alcançar seu destino, o navegador se orienta através de instrumentos e pontos de referência que determinam a sua posição e a direção a seguir.

# *3 Sistema de Navegação*

## *O que é navegar na web?*

- É do mesmo jeito. Para se movimentar o usuário precisa de orientação, caso contrário ele se perde.
- Porém não contamos com pontos de referências. Por isso é necessário criar um sistema de navegação para estabelecer pontos de referências e uma sinalização que oriente o usuário.

## **3.1 Objetivo Sistema de Navegação**

- É o componente que especifica as maneiras de se navegar, de se mover pelo espaço informational e hipertextual.
- Sua função é indicar ao usuário a sua localização e mostrar o caminho correto para que ele chegue ao seu destino.

## *3.2 Recomendações para Sistema de Navegação*

1. fácil de aprender
2. ser consistente
3. prover feedback
4. presente de diferentes formas conforme contexto
5. oferecer alternativas
6. economizar ações e tempo de utilização
7. apresentar mensagens visuais claras e no momento adequado
8. possuir rótulos comprehensíveis
9. estar em sintonia com o propósitos do website
10. suportar os objetivos e comportamento do usuário.

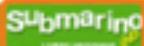
FLEMING (1998)

### ***3.3 Sistema Embutido***

Formado pelos elementos que são apresentados junto ao conteúdo. Sua função é contextualizar e oferecer flexibilidade do movimento.

- 1.logotipo
- 2.barra de navegação global
- 3.menu local
- 4.bread crumb
- 5.cross content

## Logotipo



Submarino  
COMPRAR AGORA

ÚLTIMOS | CDS | DVD | ELETÔNICOS | DRAPEADOS | ELETRODOMÉSTICOS | ELETROPICTURES | UH | ÁGUA | INFORMÁTICA | TELEFÔNOS

ESPORTES/ATLÉTICO | MATERIAIS | EMBALAGENS | FESTA | BELEZA/MAQUIAGEM | HOGAR | JEWELERLOGOS | PETSHOP | GAMES/MULTIMÍDIA | MÓveis/DECORAÇÃO | INFORMÁTICA/AUTOMOTIVOS

Saiba, 01.04.2005 | BÚSQUEDA: Procurar em:  | Navegar: • Importados • Ofertas Finais | Busca Avançada

### Desafios

- Livros Importados
- Outros Banners
- Lançamentos
- Mais Vendidos
- Selo na Rota
- Premiação Cultural
- Mundial de Estudante
- Agente Revista Vida
- Produtos da Editora Abril
- Política de Trocas

REVISTAS SOBRE ESTA PÁGINA?  
 COMPRE Subscriptions

### Literatura e Literatura

- Biografias, Cartas e Memórias
- Clássicos e Clássicos
- Prosa e Crítica
- OLS
- Poesia
- Prêmio
- Romance
- Gênero e Humor
- Suspense e Detetive

Casa > Literatura e Literatura > Suspense e de Detetive



Código Da Vinci, O (avaliador)

#### DISPONIBILIDADE

Este Código Da Vinci é R\$ 49,90 para Grande São Paulo\*  
Outras localidades?



Sobre o livro

Quem escolhe se esconde por trás do sacerdote de Iorque? Durante séculos, a igreja conseguiu manter a verdade oculta... até agora. Antes de serem assassinados, Jacques Saunière, o clérigo prende... Léazar.

Ranking:

Ver Venda-Dia  Aprovação pelos clientes

#### AVAILABILIDADE 100% GARANTIDA

Linha: R\$ 29,90  
Submarino: R\$ 26,90  
Econômica: R\$ 13,00

ou 2x de R\$13,65 sem juros\* no cartão  
\*taxa de 0,00% a.m.

\*Olhe as condições de pagamento

## Aproveite Também

Código Da Vinci + OMBREIRO/WHL + Perdido e Encontrado - LYK LURE

Compre Juntas R\$ 41,80  
Econômica: R\$ 21,80

Código Da Vinci + OMBREIRO/WHL + Passat à Transpaixão - LYK LURE

Compre Juntas R\$ 42,70  
Econômica: R\$ 23,10

> Quadrilogia O Código Da Vinci - DARRELL L. BOCK & HEIKO BOCK: R\$ 19,90

Ilustrado Sobre a Linguagem - 2008 EDITIONADDO: R\$ 22,79

Força Tira - CRUZ/DO VARELLA: R\$ 24,99

## Saiba Mais:

Saúpe | Baden Tatíkios | Praça de Estrela

### Grupos

Quem escolhe se esconde por trás do sacerdote de Iorque? Durante séculos, a igreja conseguiu manter a verdade oculta... até agora. Antes de serem assassinados, Jacques Saunière, o último grande mestre de uma sociedade secreta que remonta ao tempo da fundação dos Templos, transmite a sua sabedoria para os herdeiros. Saunière deixa antecipadamente, entre os quais se encontram homens como Isaac Newton e Leonardo da Vinci, um testamento que pode mudar completamente a história da humanidade. Agora é hora, com a ajuda dos expertos em simbolismo da sua organização, de se desvendar, enfim, o maior segredo, encoberto por milhares de enigmas ocultos. Um quebra-cabeça que poderá ser desvendado, tal qual não está escrito no seu logotipo: "nunca é tarde para começar". Porém, para isso é preciso ter coragem de enfrentar o maior perigo de sua vida: desvendar os enigmas ocultos. Um quebra-cabeça que só é desvendado. Um apocalíptico jogo de caça ao tesouro, repleto de surpresas, enigmas, mistérios, misteriosos históricos, ritmos, mistérios, mistérios e surpresas que só é desvendado quando se chega ao final da missão.

Clique aqui e veja a edição econômica!

### Bônus Técnicos

Editora: Geração  
ISBN: 9788525014212  
Ano: 2004

Edição: 1ª Edição

clique aqui para a lista completa

Complemento da Edição Econômica

## Barra de Navegação Global

## Bread Crumb

## Cross Content

## **3.5 Sistema Remoto**

Formado pelos elementos externos a hierarquia do site. Sua função é prover caminhos complementares para se encontrar o conteúdo e completar tarefas.

1. Mapa do site
2. Índice remissivo

# **PROJETO DA DISCIPLINA**

## **PV4 - 2019.2**

# **Próximos passos – 18 de novembro**

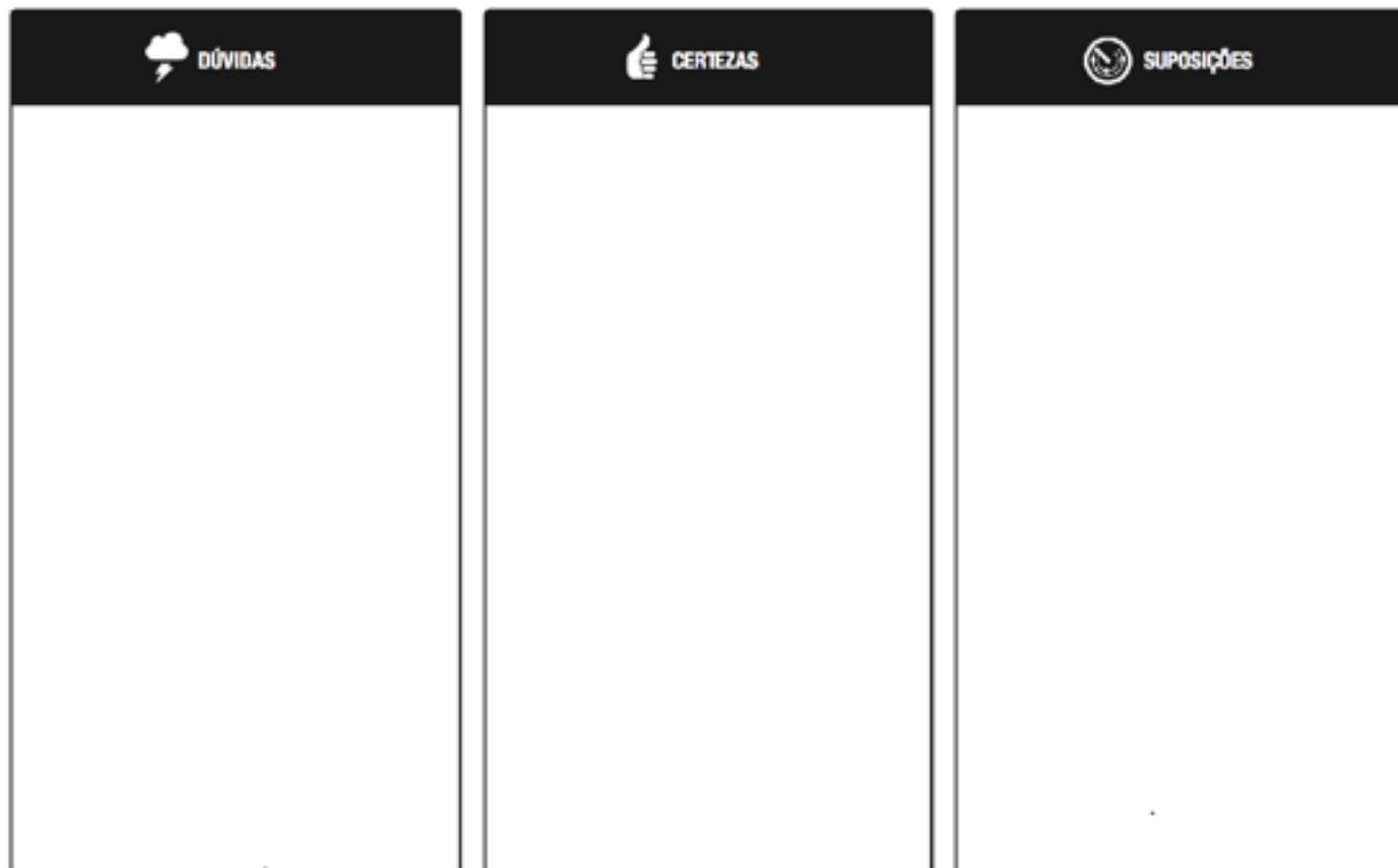
## **Etapa de Ideação:**

- Matriz de alinhamento;
- Análise de similares
- Brainstorming / Divide the dollar / Mural de possibilidades;
- Mapa conceitual
- Arquitetura de informação
  - Sitemap e análise da tarefa: Um detalhamento das informações e ações necessárias para que o usuário complete uma tarefa. Ajuda designers e desenvolvedores a entenderem o sistema atual e como a informação transita dentro dele. Também ajuda a distribuir as tarefas corretamente no novo produto que está sendo desenhado);
  - Fluxo da navegação (fluxo completo com todas as interações)

# *Próximos passos – 18 de novembro*

## **Etapa de Ideação:**

- Matriz de alinhamento;



# *Próximos passos – 18 de novembro*

## **Etapa de Ideação:**

- Brainstorming / mural de possibilidades



IDEIA 1

IDEIA 2

# *Próximos passos – 18 de novembro*

## **Etapa de Ideação:**

- Divide the dollar

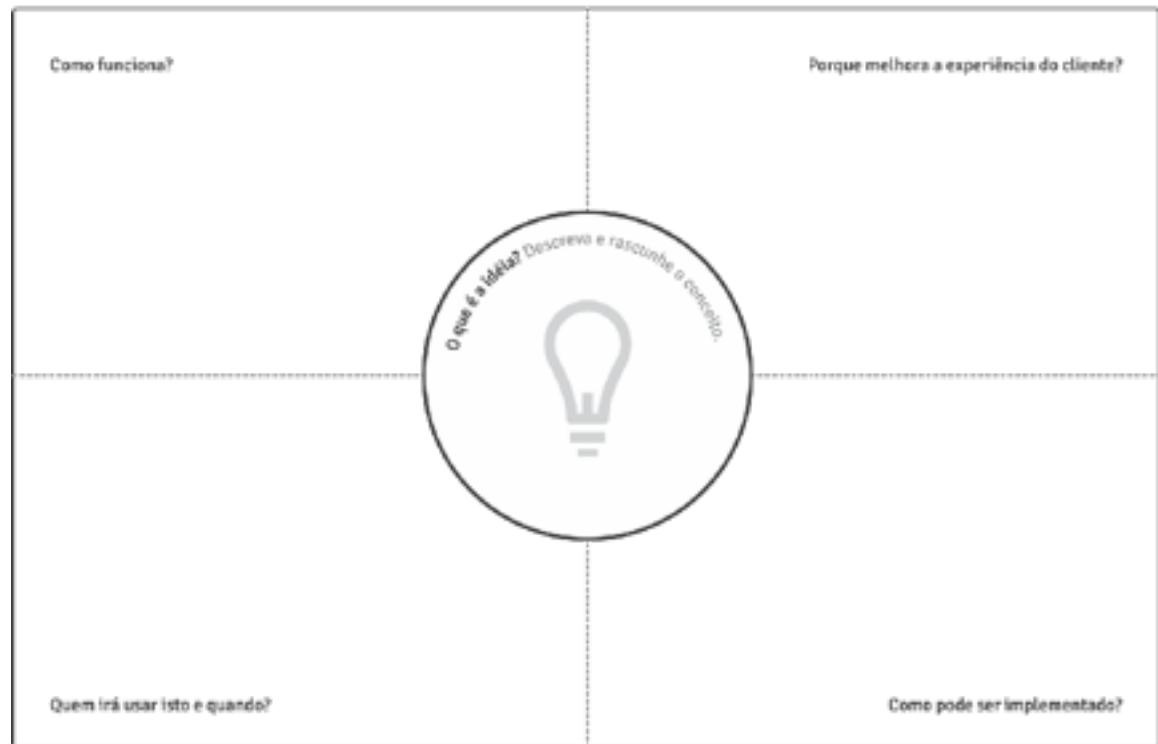


# *Próximos passos – 18 de novembro*

## **Etapa de Ideação:**

- Mapa conceitual

### **Concept Mapping**



# Próximos passos – 18 de novembro

## Etapa de Ideação:

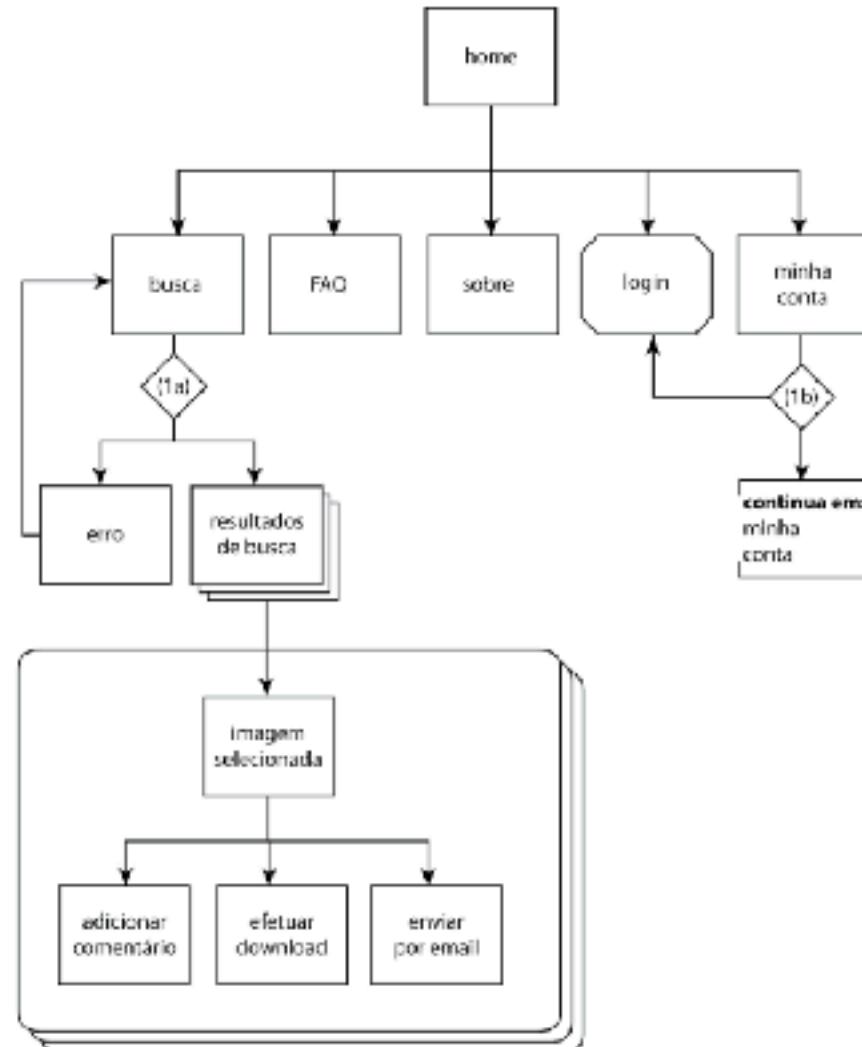
- Mapa do site



# Próximos passos – 18 de novembro

## Etapa de Ideação:

- Fluxograma usando a biblioteca visual de Garrett



# *Muito obrigado!*

Prof. Rodrigo Medeiros

@medeiros\_rod

[rodrigo.medeiros@ifpb.edu.br](mailto:rodrigo.medeiros@ifpb.edu.br)

<http://rodrigomedeiros.com.br/pv4>