

Não Me Faça Pensar:

Uma Abordagem de Bom Senso à Usabilidade Mobile e na Web



Capítulo 5: Omitir palavras desnecessárias
(A arte de não escrever para a web)

**Este material foi desenvolvido pelo grupo
PET/ADS do IFSP São Carlos**

Terceira Lei de Usabilidade de Krug

“Livre-se de metade das palavras em cada página e, em seguida, livre-se de metade do que resta.”

Muitas páginas contém diversas palavras desnecessárias, o que prejudica a usabilidade, sobrecarregando o usuário com informações irrelevantes.

A aplicação desta lei consiste em cortar textos introdutórios genéricos e priorizar frases curtas e diretas.

Vantagens da Terceira Lei de Usabilidade de Krug

Reduzir o número de palavras desnecessárias:

- Deixa a página menos saturada e reduz o nível de ruído.
- Dá mais destaque ao conteúdo que realmente é útil.
- Provê ao usuário uma experiência mais eficiente, na qual ele vê mais da página sem rolar.

O que é “conversa feliz”?

Conversa feliz é um conteúdo genérico, vazio e muitas vezes desnecessário que aparece geralmente na forma de textos otimistas e superficiais que não agregam valor real ao usuário.

A conversa feliz costuma ser um texto introdutório de boas-vindas ao site e começa com "Bem-vindo ao...".

Esse tipo de texto pode ser encontrado na página principal das seções de um site.

Por que “conversa feliz” é um problema?

Ocupa espaço desnecessário e distrai o usuário sem oferecer informações úteis.

Ignora as necessidades reais em vez de facilitar a navegação, atrapalhando ou até irritando.

Pode parecer falso para usuários experientes, que percebem que é apenas "encheção de linguiça".

É estranho, como se existisse um parágrafo no começo tabela de conteúdos de um livro.

Principais problemas das introduções excessivas

Ninguém lê: assim como a “conversa feliz”, os textos introdutórios longos são frequentemente ignorados pelos usuários, que preferem ir direto ao ponto.

Ocupam espaço valioso: introduções genéricas, como "Este site foi criado para...", consomem atenção e tempo sem agregar valor.

Diluem a mensagem principal: quanto mais palavras, maior o risco do usuário perder o foco no que realmente importa (Princípio da concisão de Krug).

Como usar introduções da forma correta

Cortar o excesso: eliminar textos introdutórios que não sejam essenciais.

Ser direto: se uma introdução for necessária, que seja curta e objetiva.

Testar com usuários: verificar se o texto realmente ajuda ou se pode ser removido.

Exemplo: um questionário

O questionário a seguir foi pensado para fornecer informações que irão nos ajudar a melhorar o site e tornar-lo mais relevante para suas necessidades. Por favor, selecione suas respostas nos menus drop-down e radio buttons abaixo. O questionário deve demorar apenas 2-3 minutos para ser preenchido.

Embaixo do formulário você pode escolher colocar seu nome, endereço e número de telefone. Se você deixar seu nome e número, você poderá ser contatado no futuro para participar de um questionário para nos ajudar a melhorar esse site.

Se você tem comentários ou dúvidas que necessitam de uma resposta, por favor, entre em contato com a Assistência ao Consumidor.

1. Quantas vezes você visitou esse site? . . .

Uma diminuição radical de palavras torna o questionário mais útil

Exemplo: análise do texto do questionário

O questionário a seguir foi pensado para fornecer informações que irão nos ajudar a melhorar o site e torná-lo mais relevante para suas necessidades.

A primeira frase é apenas uma introdução do tipo “conversa feliz”. O usuário já sabe para que serve um questionário.

Exemplo: análise do texto do questionário

Por favor, selecione suas respostas nos menus drop-down e radio buttons abaixo.

A maioria dos usuários já sabe como preencher um questionário. Os que não sabem, provavelmente, desconhecem o que é “drop-down” e “radio button”.

Exemplo: análise do texto do questionário

O questionário deve demorar apenas 2-3 minutos para ser preenchido.

Informar ao usuário que responder o questionário requer pouco tempo é uma informação útil.

Exemplo: análise do texto do questionário

Embaixo do formulário você pode escolher colocar seu nome, endereço e número de telefone. Se você deixar seu nome e número, você poderá ser contatado no futuro para participar de um questionário para nos ajudar a melhorar esse site.

Essa informação só será relevante quando o usuário já tiver respondido o questionário. Ela deve ser colocada no final, onde o usuário pode tomar uma decisão baseada nela.

Exemplo: análise do texto do questionário

Se você tem comentários ou dúvidas que necessitam de uma resposta, por favor, entre em contato com a Assistência ao Consumidor.

Essa informação é útil e importante, porém está faltando como entrar em contato com a Assistência ao Consumidor ou, melhor ainda, um link para essa informação.

Exemplo: questionário após a análise

Por favor, nos ajude a melhorar o site respondendo a este questionário de 2-3 minutos.

ATENÇÃO: Se você tem comentários ou dúvidas que necessitam de uma resposta, não use este questionário. Por favor entre em contato com a [Assistência ao Consumidor](#).

Antes: 106 palavras

Depois: 41 palavras

Sobre o autor

Steve Krug conseguiu trabalhar alegremente em completo anonimato como um bastante respeitado consultor de usabilidade até a publicação da primeira edição de Não Me Faça Pensar. Seus livros têm como base sua experiência de duas décadas de trabalho para empresas como Apple, AOL, Bloomberg, Netscape, Lexus, Barnes and Noble e o Fundo Monetário Internacional (FMI).

Este conjunto de slides foi elaborado a partir da obra:

KRUG, Steve. Não me Faça Pensar: Uma Abordagem de Bom Senso à Usabilidade Mobile e na Web. 1. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.



A equipe



Filipe Balsani, Autor

Aluno do segundo período, é bolsista do PET/ADS desde setembro de 2024.



Kauã Silva, Revisor

Aluno do segundo período, é bolsista do PET/ADS desde setembro de 2024



Lucas Oliveira, Tutor

Professor de Computação, é tutor do PET/ADS desde janeiro de 2023.