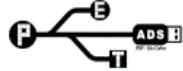


# Não Me Faça Pensar:

## Uma Abordagem de Bom Senso à Usabilidade Mobile e na Web

• • •

Capítulo 2: Como Realmente Usamos a Web  
(Varredura, satisfação e confusão através)



PET/ADS/IFSP

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

# Introdução

*“Por que as coisas estão sempre no último lugar que você as procura? Porque você para de procurar quando encontra!” – Enigma para crianças*

Os usuários utilizam os sites de modo diferente do que pensamos.

Ao criar sites, é comum imaginar que os usuários irão ler todo o texto, descobrir como as coisas estão organizadas e avaliar as opções antes de clicar em um link.

Porém, o que eles realmente fazem é dar uma olhada na página, escanear um pouco do texto e clicar no primeiro link que chama a atenção ou que lembra o que eles estão procurando.

A realidade do usuário está muito mais próxima de “passar por um outdoor a 60 km por hora”.

# Para que projetamos VS Realidade

**Para que projetamos...**

Ler  
Ler  
Ler  
Ler  
[Pausa para refletir]  
Finalmente,  
clicar em um  
link  
cuidadosamente  
escolhido

**Realidade...**

Olhar ao redor  
freneticamente por  
qualquer coisa que:  
  
a) seja interessante ou  
vagamente parecida  
com o que você está  
procurando, e  
  
b) seja clicável.  
  
Assim que encontrar algo  
mais ou menos decente,  
clique.  
  
Se não der certo, clique no  
botão "Voltar" e tente de  
novo.

# Para que projetamos VS Realidade

Todos pensam que o próprio comportamento é mais ordenado e sensato do que realmente é, então é natural que o desenvolvedor suponha que todos usam a Web da mesma forma que ele.

Por isso, ao se enxergar no usuário, faz sentido que o desenvolvedor imagine um usuário mais racional e afetivo ao projetar páginas.

Porém, para projetar boas páginas web, é preciso aprender a conviver com **três fatos sobre o uso da Web**:

- Não lemos páginas, digitalizamos.
- Não fazemos escolhas ótimas, sacamos.
- Não entendemos como as coisas funcionam, atravessamos.

# Fato da Vida #1: Não lemos páginas. Nós as digitalizamos.

Ninguém gasta tempo lendo toda a página web. Em vez disso, os usuários buscam palavras ou frases que chamem sua atenção.

A exceção são páginas que contêm documentos, como notícias ou relatórios, onde os usuários tendem a ler — e mesmo assim, muitas vezes alternam entre leitura e digitalização.

## Por que os usuários digitalizam?

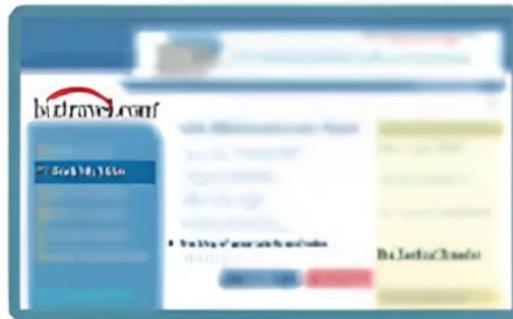
- Os usuários simplesmente não têm tempo para ler mais do que o necessário.
- Eles estão interessados em procurar apenas uma parte do que está nas páginas.
- É uma habilidade básica — quando se aprende a ler, também se aprende a escanear.

# O que os designers fazem. VS O que os usuários enxergam.

O que os designers fazem... O que os usuários enxergam...



Eu quero  
comprar uma  
passagem



Como verifico  
minhas  
milhas?

# O que os designers fazem. VS O que os usuários enxergam.

O que os usuários veem quando olham para uma página depende do que eles têm em mente, geralmente é apenas um pedaço do que está lá.

Eles tendem a se concentrar apenas em elementos que correspondam a alguns **tópicos** :

- À tarefa que estão realizando.
- Aos seus interesses pessoais ou em andamento.
- Às palavras-chave conectadas aos seus sistemas nervosos.

# Fato da Vida #2: Não fazemos escolhas ótimas. Sacamos.

Quando se projeta páginas, o desenvolvedor tende a achar que os usuários irão escanear a página, considerar as opções possíveis e, então, escolher a melhor.

Na realidade, porém, eles não escolhem a melhor opção — escolhem a primeira opção razoável, a chamada estratégia do sacrifício.

Assim que eles encontram um link que parece levar ao que estão procurando, há uma boa chance de clicarem nele.

Esse comportamento do usuário está diretamente ligado à tomada de decisão natural.

# A tomada de decisão natural

De que forma bombeiros tomam decisões de alto risco em situações reais, com pressão, objetivos vagos, informações limitadas e condições mutáveis?

Acreditava-se que, devido aos altos riscos e à extrema pressão, os capitães de bombeiros seriam capazes de comparar apenas duas opções.

Porém, eles não comparam nenhuma oposição. Eles pegam o primeiro plano que vem à mente e fazem um teste mental rápido para possíveis problemas. Se não encontram, tem seu plano de ação.

# Por que usuários da Web não buscam a melhor escolha?

**Geralmente estão com pressa** : Buscar a melhor opção é difícil e demora muito. Sacrifício é mais eficiente.

**Não há muita penalidade por adivinhar errado** : A penalidade é apenas um ou dois cliques no botão “Voltar” (botão mais utilizado), tornando o sacrifício uma estratégia eficaz.

**Pesar opções pode não melhorar nossas chances** : Em sites mal projetados, o esforço de fazer a melhor escolha não ajuda muito. Se errar o palpite, basta voltar.

**Adivinhar é mais divertido** : Dá menos trabalho do que pesar as opções e, se acertar, é mais rápido. Também introduz a chance de encontrar algo bom e surpreendente.

# Fato da Vida #3: Não entendemos como as coisas funcionam. Atravessamos.

Até que ponto os usuários usam as coisas sem entender como elas funcionam, ou com ideias erradas sobre como elas funcionam?

Frente à tecnologia, poucos usuários leem instruções. Eles apenas seguem em frente, mesmo sem entender, inventando histórias plausíveis sobre o que estão fazendo e por que funciona.

O fato é que eles fazem as coisas dessa maneira. Muitos usuários usam softwares, sites da Web e produtos de consumo de maneiras nada parecidas com o que os designers pretendiam.

# Fato da Vida #3: Não entendemos como as coisas funcionam. Atravessamos.

O navegador Web, parte crucial do uso da Internet para as pessoas que constroem sites, é um aplicativo que é usado para visualizar páginas da Web.

Mas, se alguém perguntar aos usuários o que é um navegador, boa parte dirá algo como: "É o que eu uso para pesquisar... Para encontrar coisas" ou "É o mecanismo de pesquisa".

Muitos usuários utilizam a Web sem saber que é um navegador. Sabem apenas que se digita algo e as coisas aparecem. Mas isso não importa — eles não entendem, mas estão usando com sucesso.

Mesmo usuários tecnicamente experientes têm lacunas surpreendentes em sua compreensão de como as coisas funcionam.

# Por que os usuários utilizam sem entender? E isso importa?

**Não é importante para eles** : Não importa se eles entendem como as coisas funcionam, desde que possam usá-las. Não é falta de inteligência, é falta de carinho. Simplesmente não importa para eles.

**Se encontram algo que funcione, utilizam:** Se eles encontram algo que funcione — não importa o quanto — tendem a não procurar o melhor caminho. Só os usam se o encontrarem.

Se os usuários conseguem se atrapalhar (usar sem entender) tanto, será que realmente importa se eles “entenderem”?

Embora a confusão possa funcionar algumas vezes, ela tende a ser ineficiente e sujeita a erros.

Por outro lado, se os usuários “entenderem”...

# Se os usuários entenderem...

Há uma grande chance de que eles encontrem o que estão procurando, o que é bom para eles e para o desenvolvedor.

Há uma boa chance de que eles entendam toda a gama do que o site tem a oferecer, não apenas as partes que eles encontram.

O desenvolvedor tem a chance de direcioná-los para as partes do site que deseja que os usuários vejam.

Eles se sentirão mais inteligentes e no controle quando estiverem usando o site, o que os trará de volta.

# Então melhore a experiência

Um desenvolvedor pode até se sair bem mesmo com um site complicado, enquanto não houver alternativa melhor.

Os usuários podem continuar usando o site por falta de opção, mesmo que ele seja meio confuso ou mal planejado.

Mas basta que apareça um concorrente com um site mais intuitivo, agradável e que faça o usuário se sentir no controle, que eles vão migrar imediatamente.

Se o público vai agir como se o desenvolvedor estivesse projetando outdoors, então que ele projete ótimos outdoors!

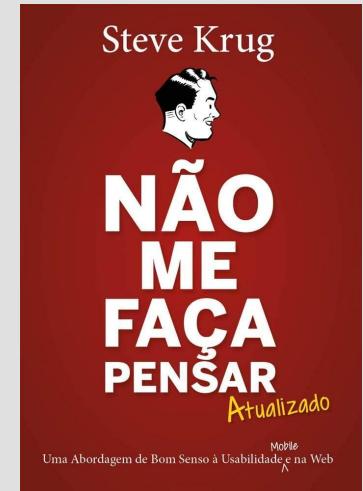
# Sobre o autor

**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



Gabriel Bocute, Autor

Aluno do segundo período, é bolsista do PET/ADS desde março de 2025.



Matheus Farias, Revisor

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



Lucas Oliveira, Tutor

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