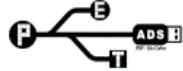


Não Me Faça Pensar:

Uma Abordagem de Bom Senso à Usabilidade Mobile e na Web

• • •

Capítulo 9: Teste De Usabilidade Em 10 Centavos Por Dia



PET/ADS/IFSP

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

Mantendo os testes simples - para que você faça o suficiente

Comumente, os **testes** ocupam o último lugar na fila de prioridades de um produto, serviço ou sistema, sendo geralmente aplicados em um curto prazo e para mitigar discussões internas.

Testar o suficiente, mesmo com pouco tempo e recursos, **garante decisões** baseadas em evidências **reais**.

Testes simples com usuários reais são mais eficazes do que discussões internas, pois **revelam problemas** que ninguém tinha previsto e mostram como o público realmente interage com o produto.

Aplicar testes **durante todo o processo** permite que pequenas rodadas gerem *insights* valiosos, contribuindo para **melhorias contínuas** no design e na **experiência do usuário**.

Grupos de foco não são testes de usabilidade

Grupos de foco devem ser usados para:

- Reunir 5 a 10 pessoas para discutir opiniões e percepções sobre produtos.
- Entender rapidamente sentimentos, expectativas e alinhamento com requisitos.
- São indicados nos estágios de planejamento do projeto.

Testes de usabilidade devem ser usados para:

- Observar usuários reais realizando tarefas típicas.
- Detectar confusões, frustrações e como o produto funciona na prática.
- São aplicados durante todo o processo de desenvolvimento.

Várias coisas verdadeiras sobre o teste de usabilidade

Testar é essencial para criar um ótimo site, pois tendemos a ter viés pelo excesso de proximidade com o conteúdo, sem perceber que os usuários agem de formas inesperadas.

Um teste com poucos usuários é melhor do que nenhum, pois cada indivíduo pode trazer percepções valiosas sobre o produto.

Testar cedo no projeto é mais eficaz do que testar com muitos usuários no final, evitando retrabalho e problemas em produção.

“Quaisquer erros que você puder corrigir no início do processo vão poupar problemas no futuro.” – Krug

Teste de usabilidade faça você mesmo: Como estruturar

Observe algumas pessoas usando o produto e identifique onde encontram problemas; a simplicidade é a chave.

Como aplicar:

- **Frequência** : uma vez por mês, com meia manhã dedicada a testar, discutir e decidir as correções.
- **Participantes** : três usuários, recrutamento simples, foco na rapidez e aprendizado.
- **Local** : on-site, sala de reunião, screen sharing; mais pessoas podem observar ao vivo.

Continua >

Teste de usabilidade faça você mesmo

Relatórios e decisões:

- Resumo curto (1–2 páginas) feito no mesmo dia.
- Toda a equipe decide o que corrigir imediatamente.

Objetivo e benefício:

- Identificar os problemas mais graves e corrigi-los rapidamente.
- Baixo custo e impacto direto na melhoria contínua do design.

... Continuação

Com que frequência você deve testar?

Uma manhã por mês é suficiente para realizar testes de usabilidade, fazer o *debriefing* e decisões sobre correções.

Testar três usuários por vez permite identificar problemas suficientes para priorizar melhorias para o próximo mês.

Ter um horário fixo e previsível aumenta a participação da equipe e garante continuidade nos testes.

Seguir essa rotina simples mantém os testes frequentes, evitando depender de marcos ou entregas do projeto.

De quantos usuários você precisa?

Três usuários por rodada são suficientes para testes "faça você mesmo" (DIY), pois o objetivo é identificar problemas de usabilidade, não provar nada.

Testes qualitativos : observe, dê tarefas e aprenda; os *insights* são confiáveis mesmo com uma amostra pequena.

Não é necessário encontrar todos os problemas; foque nos mais graves, que impactam diretamente as tarefas principais.

Amostras pequenas e contínuas mantêm o processo rápido, simples e replicável, aumentando a chance de participação da equipe e a aplicação prática dos resultados.

Como você escolhe os participantes?

Não se fixe na busca por agulhas no palheiro: recrutar participantes que representem exatamente o público-alvo pode ser custoso e, geralmente, não é essencial, pois quase qualquer pessoa pode revelar problemas de usabilidade importantes.

| "Se *"quase qualquer pessoa"* pode usá-lo, seus especialistas também poderão usá-lo." – Krug

Não se esqueça da diversidade: inclua alguns participantes fora do público-alvo para identificar problemas que afetam tanto iniciantes quanto especialistas.

Foque na clareza: qualquer dificuldade encontrada por usuários novatos provavelmente também afeta especialistas, garantindo percepções valiosas para melhorias.

Como encontrar participantes?

Use diversas fontes para recrutar participantes: redes sociais, fóruns, pop-ups no site ou contatos pessoais.

Guias especializados também são uma opção viável, ajudando a planejar e conduzir o recrutamento de forma eficaz — porém, com um custo mais elevado, já que utilizam técnicas e profissionais altamente qualificados.

Oferecer um incentivo justo aumenta a participação e demonstra valorização dos usuários.

Pagamentos um pouco acima do mercado elevam a chance de comparecimento e reforçam o reconhecimento aos participantes.

Onde você testa?

O ambiente é fundamental: escolha um espaço tranquilo, sem interrupções, que acomode os participantes e ofereça as ferramentas necessárias para o teste.

Utilize recursos de gravação para registrar o processo e compartilhar resultados com a equipe e interessados, garantindo também material de auditoria, se necessário.

Permita a observação remota por meio de softwares de compartilhamento de tela, para que a equipe e stakeholders acompanhem os testes sem interferir na experiência do participante.

Quem deve fazer o teste?

O facilitador conduz a sessão, mantendo o participante confortável e incentivando-o a pensar em voz alta.

Qualquer pessoa pode assumir o papel com prática, mas é melhor escolher alguém paciente, calmo, empático e bom ouvinte.

A combinação de ações e pensamentos compartilhados revela percepções valiosas sobre o que realmente confunde ou frustra o usuário.

Quem deve observar?

Quanto mais pessoas assistirem, melhor: equipe, gestores e até executivos devem acompanhar os testes.

A proximidade com os participantes ajuda a entender os usuários de forma mais realista e a compreender melhor suas expectativas.

Disponibilize a transmissão com boa qualidade de áudio e vídeo, permitindo que todos acompanhem sem interferir na experiência do participante.

Após cada sessão, os observadores devem registrar os três problemas de usabilidade mais críticos, contribuindo para o debriefing e a priorização das melhorias.

O que você testa, e quando você testa?

Nunca é cedo demais para começar: antes mesmo do design, avalie sites concorrentes ou de referência para aprender com acertos e falhas já existentes.

Revise o que já existe: em um redesenho, descubra o que precisa ser corrigido e o que deve ser preservado.

Teste continuamente: valide em todas as etapas — esboços, wireframes, protótipos e versões finais — para garantir que cada avanço seja guiado por feedback real.

Como você escolhe as tarefas para testar?

Para cada rodada de testes, você precisa criar tarefas: as atividades que os participantes irão executar.

Baseie-se no que está disponível: se você só tem rascunhos, peça aos participantes que olhem e comentem; se tiver protótipos, escolha tarefas reais que eles precisariam executar.

Planeje o tempo: selecione tarefas suficientes para preencher cerca de 35 minutos de um teste de uma hora, lembrando que alguns participantes terminarão mais rápido.

Seja claro e realista: descreva cada tarefa detalhadamente, fornecendo informações e contextos necessários para a execução.

O que acontece durante o teste?

Boas-vindas (4 min): Explique como o teste funcionará, deixando o participante confortável e ciente do que esperar.

Perguntas iniciais (2 min): Saiba mais sobre o participante, experiência com computadores e internet, ajudando a deixá-lo à vontade.

Tour da página inicial (3 min): Peça para explorar a página inicial e comentar, avaliando clareza e familiaridade com o domínio.

Continua >

O que acontece durante o teste?

Tarefas (35 min): Observe o participante realizar tarefas, garantindo que pense em voz alta. Não dê dicas ou influencie, a menos que esteja preso ou frustrado. Estimule comentários com perguntas como: “O que você está pensando?”

Sondagem (5 min): Faça perguntas sobre dificuldades ou observações dos espectadores para coletar feedback adicional.

Conclusão (5 min): Agradeça, pague o participante e finalize o teste.

... Continuação

Problemas típicos

Aqui estão alguns dos tipos de problemas que você verá com mais frequência:

- **Conceito confuso:** usuários não entendem a ideia ou função do site/página.
- **Ações incertas:** não sabem o que fazer ou acreditam que sabem, mas estão errados.
- **Terminologia Inadequada:** palavras e termos não correspondem ao que o usuário procura.
- **Sobrecarga de informação:** elementos importantes passam despercebidos; é necessário reduzir o ruído ou dar foco ao essencial.

O debriefing: Decidindo o que consertar

Reunião rápida e imediata: Realize o debrief logo após os testes, enquanto tudo está fresco na memória da equipe. Compartilhe observações e decida rapidamente quais problemas corrigir.

Priorize problemas sérios: Liste coletivamente os problemas, identifique os 10 mais críticos e numere-os de 1 a 10. Foque em ajustes que eliminem os maiores obstáculos para o usuário.

Planejamento e ação: Defina o que será corrigido, por quem e com quais recursos. Mantenha listas separadas para problemas fáceis e ignore distrações ou pedidos de novos recursos que não agregam valor imediato.

Continua >

O debriefing: Decidindo o que consertar

Resista a adicionar elementos desnecessários; muitas vezes, remover é a solução.

Ignore problemas de "caiaque": questões menores que os usuários corrigem sozinhos rapidamente.

Pequenas melhorias iterativas e consistentes são mais eficazes do que tentar consertar tudo de uma vez.

Estilos de vida alternativos

Teste remoto: participantes realizam o teste de casa via compartilhamento de tela. Esse tipo de teste facilita o recrutamento e amplia o conjunto de participantes.

Teste remoto não moderado: use serviços que gravam os participantes realizando tarefas. Você apenas assiste aos vídeos e coleta *insights*, diminuindo a carga de responsabilidades.

Experimente, você vai gostar

Principais problemas e soluções:

Sem tempo	simplifique o teste; economiza tempo e reduz retrabalhos.
Sem dinheiro	cada rodada de testes custa apenas algumas centenas de dólares, ou menos, se voluntários participarem.
Sem experiência	qualquer pessoa pode conduzir; as visões continuam valiosas.
Sem laboratório	basta um espaço tranquilo com computador e duas cadeiras.
Não sabe interpretar resultados	problemas sérios são difíceis de perder.

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



Guilherme Mendes, Autor

Aluno do quinto período, é bolsista do PET/ADS desde julho de 2024.



Erick Gomes, Revisor

Aluno do quinto período, é bolsista do PET/ADS desde abril de 2024.



Lucas Oliveira, Tutor

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



Kauã Silva, Apresentador

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