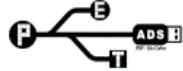


# Não Me Faça Pensar:

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

• • •

Capítulo 1: Não Me Faça Pensar  
(A primeira lei de Krug sobre usabilidade)



PET/ADS/IFSP

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

# Não me faça pensar: primeira lei de usabilidade

**Pergunta comum:** Qual é a coisa mais importante para garantir que um site ou aplicativo seja fácil de usar?

**Resposta:** O site/aplicativo deve ser autoexplicativo e intuitivo! Nada de importante deve estar a mais de dois cliques de distância.

Quando a página faz o usuário pensar, todos os seus pensamentos se tornam em interrogações e dúvidas. E o trabalho do desenvolvedor é eliminar **dúvidas** e tornar tudo **óbvio** e **intuitivo**.

**NÃO FAÇA O USUÁRIO PENSAR OU SE  
ESFORÇAR!**

# Coisas que nos fazem pensar: erros de usabilidade

Tudo em uma página web podem fazer o usuário pensar desnecessariamente.

Elementos que podem **confundir** o usuário:

- Nomes bonitos e inteligentes.
- Termos técnicos e específicos.
- Links e botões não óbvios.

O usuário não deve pensar se algo é “**clicável**” ou não.

# Coisas que nos fazem pensar: erros de usabilidade

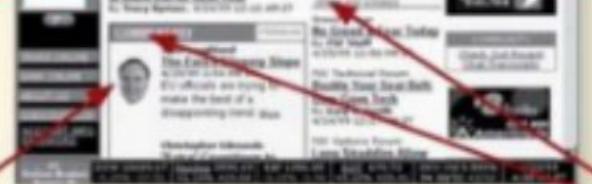
## Pensamento

Hmm. Bastante confuso. Onde devo começar?



Isso é a navegação? Ou está ali?

Hmm. Por que deram esse nome?



Por que colocaram aquilo ali?

Posso clicar nisso?



Aqueles dois links parecem a mesma coisa. Eles são mesmo?

# Coisas que nos fazem pensar: distrações inúteis

Quando o usuário precisa pensar em clicar em um botão, e ao apertar nada acontece, faz com que o usuário aumente a carga de trabalho cognitiva, desviando o foco da sua tarefa principal.

**As distrações podem ser pequenas, mas elas se somam!**

E como regra geral, os usuários não querem ter que descobrir como algo funciona. Eles preferem quando tudo é simples e direto.

Quando os desenvolvedores não se preocupam em tornar o site óbvio e fácil de usar, o site perde sua confiabilidade.

# Coisas que nos fazem pensar: distrações inúteis

< ÓBVIO

REQUER REFLEXÃO >

Empregos!  
Click



Empregos

Hmm.

[Milissegundos de pensamento]

Empregos!

Click



Oportunidades de Emprego

Hmm. Pode ser sobre empregos.  
Mas parece algo mais amplo que isso.  
Devo clicar ou continuar procurando?



Feira de Empregos

# Coisas que nos fazem pensar: perguntas desnecessárias

Perguntas que os usuários **não deveriam** precisar fazer ao acessar um site:

- Onde estou?
- Por onde começo?
- Onde colocaram o que estou procurando?
- Quais são as coisas mais importantes nesta página?
- Por que deram esse nome?
- Isso é um anúncio ou parte do conteúdo?

# Você não pode tornar tudo auto-evidente

O objetivo do desenvolvedor deve ser que cada página ou tela seja auto-evidente, para que apenas olhando para ela o usuário saiba o que é, e como usá-la.

E caso crie algo original, inovador ou complexo, é necessário que seja **auto-explicativo**.

Uma página auto-explicativa permite que o **usuário entenda tudo pensando pouco**. A aparência dos elementos, nomes e textos claros trabalham juntos para transmitir essa clareza.

**Regra:** Se não pode tornar algo auto-evidente, precisa pelo menos torná-lo auto-explicativo.

# A concorrência está a um clique!

Na internet, a concorrência está sempre a um clique de distância. Se frustrar os usuários, eles vão procurar outro serviço/aplicação.

Mas apesar da ampla oferta de alternativas (principalmente em aplicativos e serviços online), e do baixo custo para mudar de opção, os usuários nem sempre **desistem** diante de uma experiência ruim.

## Motivos pelos quais permanecem:

- Falta de alternativa viável (exemplo: apps bancários, serviços exclusivos).
- O usuário tende a assumir a culpa pela frustração, em vez de atribuí-la ao site.
- Dúvida se a alternativa será melhor ou menos frustrante.

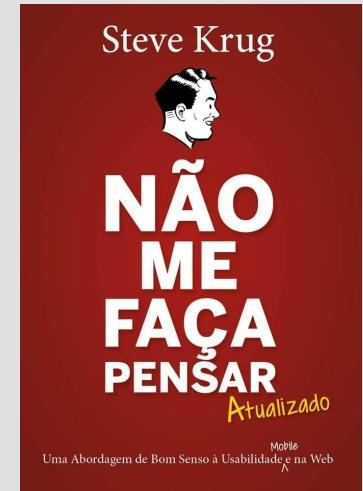
# Sobre o autor

**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



Matheus Farias, Autor

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



Leonardo Fattori, Revisor

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



Lucas Oliveira, Tutor

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