

Arquitetura de Informação na construção de um portal de notícias

AGENDA

- Objetivos do projeto
- Fase de pesquisa
- Construção da Arquitetura de Informação
- Teste de Usabilidade
- Lançamento

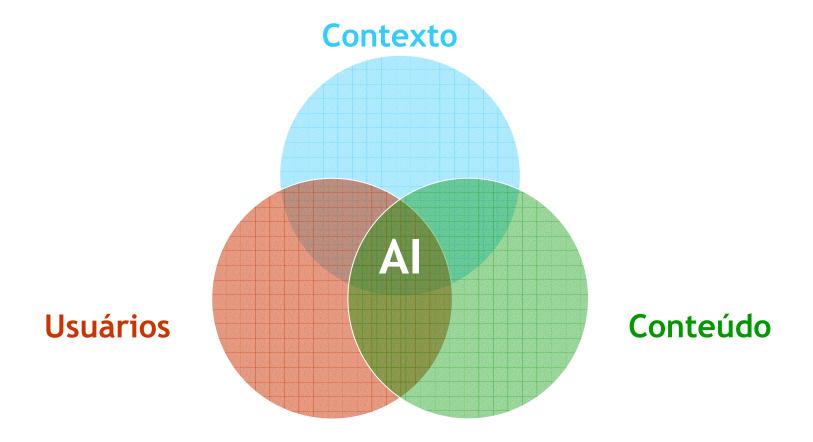
U OBJETIVOS DO PROJETO

OBJETIVOS

- •Conquistar a liderança e grande projeção na categoria "Notícias" na Internet brasileira
- Construir o mais completo portal de notícias da Internet brasileira
- Concentrar e disponibilizar o conteúdo jornalístico das Organizações Globo
- •Organizar as informações de forma objetiva e fácil
- Atender às necessidades e expecxtativas dos usuários de notícias na Internet

IJ FASE DE PESQUISA

O FAMOSO DIAGRAMA



CONTEXTO

Contexto: Objetivos estratégicos, metas, cultura organizacional, análise da concorrência, recursos disponíveis para o projeto (dinheiro, tempo, pessoas), prazo para a conclusão do projeto e tecnologia utilizada.

O que fizemos: Benchmark, Reuniões internas e Análise da Audiência da categoria "Notícias"

USUÁRIOS

Usuários: Quem são os usuários (potenciais ou reais), o que eles esperam do site, quais são seus interesses, expectativas e necessidades, o que poderia atraí-los.

O que fizemos: Análise da audiência da categoria "Notícias" e Grupos de foco.

CONTEÚDO

Conteúdo: Qual é volume, natureza e formato do universo de informações a ser organizado e produzido.

O que fizemos: Benchmark, Brainstorms e Grupos de foco.

PRINCIPAIS DESCOBERTAS DA ETAPA DE PESQUISA

- •Universo de 6,7 milhões de usuários da categoria "News and Information" (IBOPE, Janeiro 2006)
- •Homens de 25-49 anos formavam o grupo mais representativo desta categoria
- O grau de escolaridade dos usuários desta categoria era alto (universitários, 3o grau completo, pós-graduação)
- Estudantes, professores, executivos e especialistas são as ocupações mais comuns entre este público

PRINCIPAIS DESCOBERTAS DA ETAPA DE PESQUISA

- Notícias informações em tempo real são o conteúdo de maior relevância
- •Serviços locais (clima, trânsito etc) são muito desejados e podem ser um diferencial
- Divisão por temas é bem compreendida pelos usuários
- Boa avaliação de conteúdo exclusivo

PRINCIPAIS DESCOBERTAS DA ETAPA DE PESQUISA

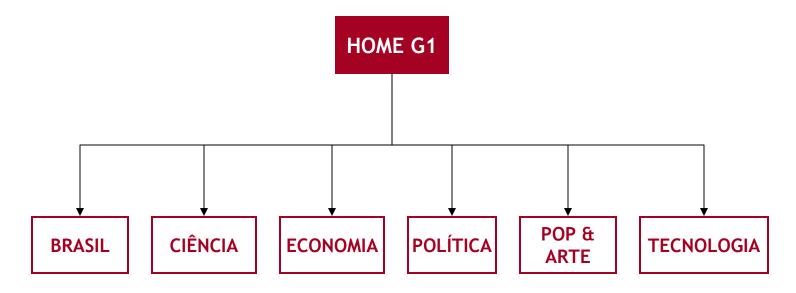
- •Conteúdo de outros veículos das Organizações Globo inspira credibilidade
- •Percepção de conteúdo profundo é importante para avaliação de qualidade
- Presença de conteúdo multimídia gera sensação de riqueza de conteúdo
- •É importante que as informações em tempo real "cheguem" ao usuário
- Possibildades de participação do usuário ainda não eram bem exploradas

A CONSTRUÇÃO DA ARQUITETURA DE INFORMAÇÃO

Notícias em tempo real precisam ter grande destaque na hierarquia de informações



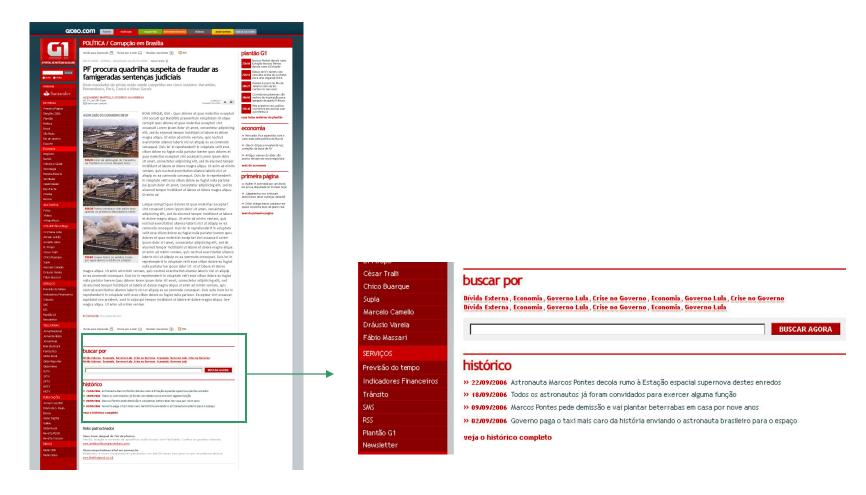
 Divisão por temas deve ser aparente na exposição e na classificação das informações



EDITORIAS G1:

BRASIL, CINEMA, CIÊNCIA E SAÚDE, ECONOMIA, MUNDO, MÚSICA, NEGÓCIOS, PLANETA BIZARRO, POLÍTICA, POP & ARTE, TECNOLOGIA E VESTIBULAR

Divisão por temas deve ser aparente na exposição e na classificação das informações



Divisão por temas deve ser aparente na exposição e na classificação das informações





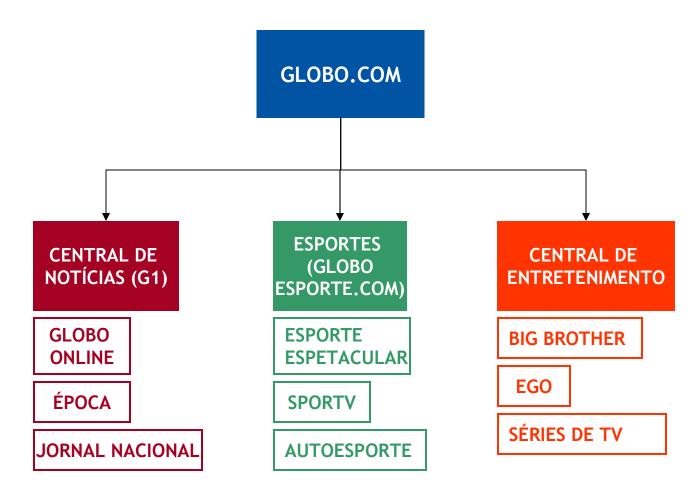
Navegação principal precisa expor os temas tratados, serviços e informações presentes no site



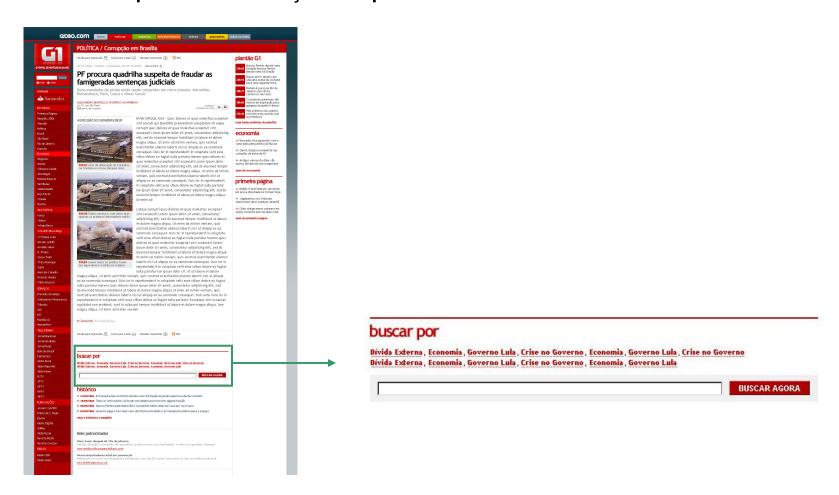
Conteúdo multimídia deve ser abundante, organizado e bem sinalizado quanto ao tipo e à fonte de informação



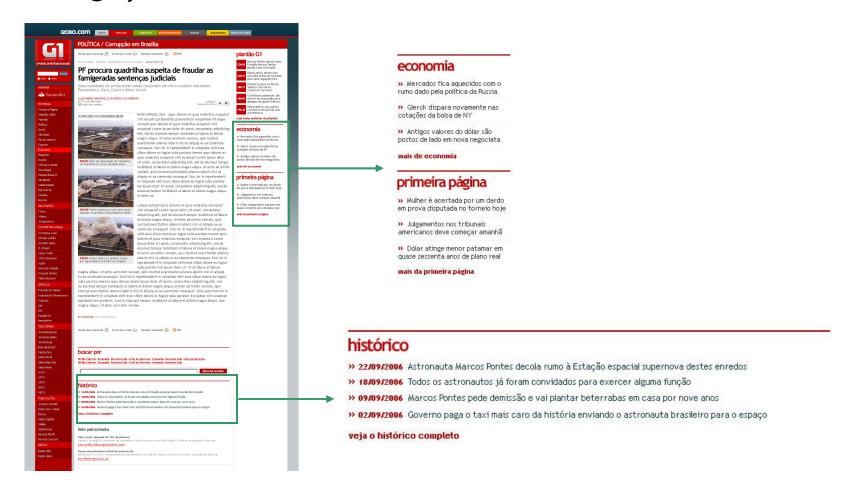
Deve ser a porta de entrada para outros veículos das Organizações Globo (Central de Notícias)



Procura por informações aprofundadas deve ser facilitada



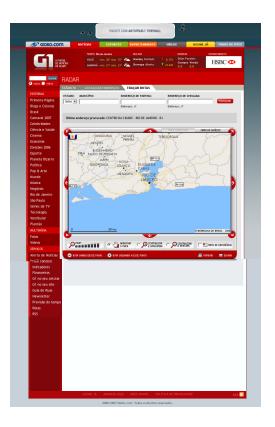
Navegação horizontal deve ser estimulada



PREMISSAS

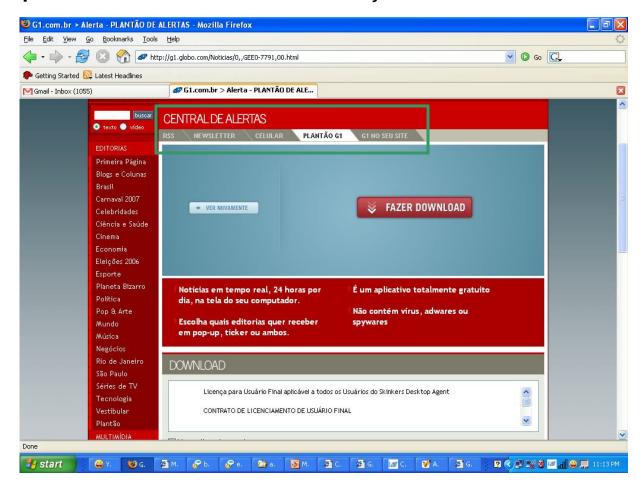
Presença de serviços locais e informações em tempo real





PREMISSAS

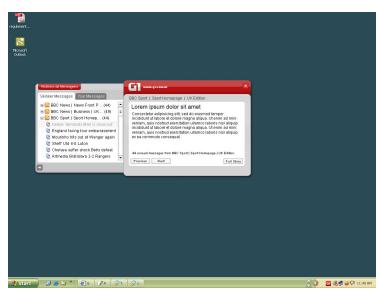
Informações devem estar presentes em várias plataformas de distribuição



PREMISSAS

Informações devem estar presentes em várias plataformas de distribuição





IJ TESTE DE USABILIDADE

Planejamento Amostral

Identificação da Participação da categoria "Notícias" no Universo da Internet Brasileira

Universo ativo: 14 MM

Jornalismo: 7.751.000

Principal grupo de usuários (lbope)

Homens: 20-45 anos

Escolaridade: Universitário, Pós-

graduação, Mestrado

Profissão: Profissionais liberais,

Gerentes, executivos

3 Pesquisa Banda Larga Ibope Jornalismo

Acesso: 61 % Banda Larga

O que buscam: Notícias correntes, Clima,

guias locais e trânsito



Como o G1 se propõe a atingir usuários com idade mais jovens e de ambos sexos, aumentamos o plano amostral para contemplar esse requisito.

Planejamento Amostral



Mesmo tratando-se de uma pesquisa com características qualitativas, buscamos a identificação do perfil e utilizamos o mesmo critério na seleção do grupo para futuros *cross table*.

Amostra de 17 pessoas:

≥ 10 homens

→ 7 mulheres

≥ 50% acesso discado

≥ 50% banda larga *

≥ 50% não assinante Globo.com

Perfil para o Recrutamento no Teste de Usabilidade do G1

7 Mulheres:

3 mulheres entre 20-25 anos (3º grau)

4 mulheres entre 26-30 anos (3º grau)

10 Homens:

2 homens entre 20-25 anos (3º grau)

8 homens entre 26-30 anos (3º grau)

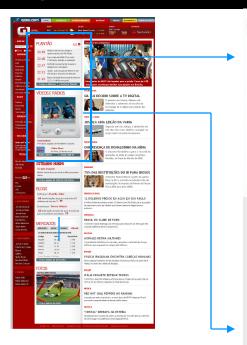
REALIZAÇÃO DO TESTE DE USABILIDADE

Sessões realizadas no Laboratório de Usabilidade da Globo.com, Rio de Janeiro

Data de realização: Julho de 2006

Metodologia utilizada: Análise da tarefa, que consiste em seguir um roteiro de tarefas sugerido por um moderador

HOME



PLANTÃO 23:35 Número de mortos chega a quatrocentos em São Paulo. 22:45 Tarso fala de PMDB "Pró-Lula". 21 Estados apóiam a reeleição.

22:45 Tarso fala de PMDB "Pró-Lula".
21 Estados apóiam a reeleição.

22:17 Deficiência-mental de Suzane é alegada por advogado.

21:32 Banco Mundial libera empréstimo de US\$ 1,1 bilhão para país.

São Paulo e encosta em Alckmin.

» Todas as Notícias | » Destacar Plantão

PLANTÃO

- •Freqüência de atualização não é claramente percebida. Muitas sugestões sobre recursos para ressaltar cada atualização
- Citado como principal item de um portal de notícias



VÍDEOS

- •Dificuldade para encontrar o Vídeo ao vivo (GloboNews) na página. Recurso muito apreciado pelos usuários.
- Boa aceitação do vídeo tocando na própria página
- Não há dificuldades em relação aos controles do vídeo
- Percepção de muito vídeo no produto

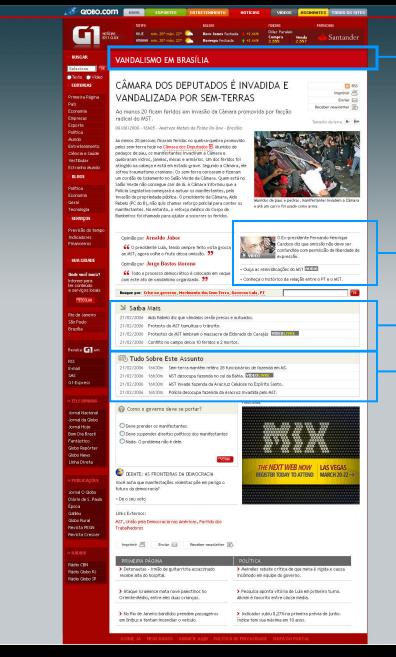


BARRA GLOBO.COM

A barra de navegação da Globo.com foi confundida com a navegação do site. Algumas pessoas clicaram na tab "home" para voltar à primeira página do G1.



PÁGINA DE NOTÍCIA



DIFICULDADE EM PERCEBER O ASSUNTO DA MATÉRIA

A área vermelha se confunde com o header e não parece ser integrada à matéria.

CONFUSÃO ENTRE OS BLOCOS DE CONTEÚDO

Diferença entre os blocos de "Saiba mais" e "Tudo sobre este assunto" não é percebida pelos usuários. A nomenclatura não é clara e não há diferenciação visual.

PÁGINA DE NOTÍCIA



TAMANHO DA LETRA

É considerado pequeno e há dificuldade para perceber a funcionalidade de aumentá-lo

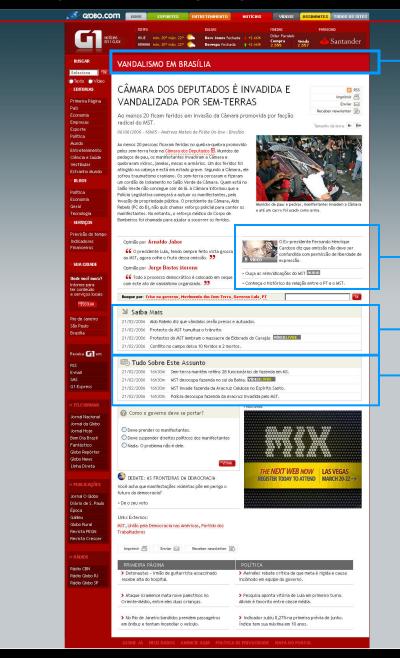
VÍDEO CONTEXTUALIZADO

Dificuldade para perceber o vídeo associado à matéria

ATALHO PARA BUSCA

Todos os usuários gostaram do recurso. Comentários como: "Não precisa mais ir no Google quando estiver lendo uma matéria"

PÁGINA DE NOTÍCIA



DIFICULDADE EM PERCEBER O ASSUNTO DA MATÉRIA

A área vermelha se confunde com o header e não parece ser integrada à matéria.

CONFUSÃO ENTRE OS BLOCOS DE CONTEÚDO

Diferença entre os blocos de "Saiba mais" e "Tudo sobre este assunto" não é percebida pelos usuários. A nomenclatura não é clara e não há diferenciação visual.

GALERIA DE FOTOS



- Usuários compreenderam seu funcionamento e souberam utilizá-la
- Fotos grandes em slideshow com áudio foram apontadas como o ponto alto da galeria de fotos

□ LANÇAMENTO – E AGORA?

LANÇAMENTO

O G1 foi lançado em Agosto de 2006, mas o trabalho do arquiteto não acabou aí. Ainda falta:

- Debugging e validações
- Ajustes
- Acompanhamento da audiência
- Evoluções do produto
- -"Fase 2" do projeto (mais pesquisa, novas premissas etc)

Boxes and Arrows:

http://www.boxesandarrows.com

IA Institute:

http://www.iainstitute.org

IA Summit 2007:

http://www.iasummit.org/2007

Latin American IA Retreat 2006 http://www.ciw.cl/eventos/retiro2006/

Christina Wodtke

http://www.eleganthack.com/

Dan Brown

http://greenonions.com/

Jorge Arango

http://www.jarango.com/en/blog/

Peter Merholz

http://www.peterme.com

OBRIGADA ©

http://lauralessa.net lauralessa@gmail.com