

# Projetistas de interface para internet: a navegação nas mãos do usuário e a importância dos conceitos de Usabilidade e Arquitetura da Informação

**Maurício Gasparotto**

Jornalista, mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), professor de graduação em Comunicação Social da Umesp e da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, nas disciplinas Jornalismo Digital e Planejamento Gráfico.

A Internet, como é conhecida (rede mundial de computadores interligados entre si), tem mais de 30 anos. Entretanto, há pouco mais de uma década é que a multimídia definitivamente entrou na vida das pessoas em geral. E com ela, uma variedade de informações disponibilizadas em diferentes formas. Mas não é apenas essa diversidade que torna a Internet atraente. É a maneira como são “montadas” as histórias e as informações. Textos com complementos em áudio ou vídeo. Áudio ou vídeo sendo complementados com textos, fotos ou arquivos em .pdf, .doc, .pps... enfim, um grande acervo de formatos e formas.

Enquanto a interface com o usuário (o termo “internauta” já não é suficiente para identificar aquilo que uma pessoa pode fazer e usufruir por intermédio da super-rede) era simples, com algumas fotos ilustrando textos, o trabalho de construir uma página ou *site* era, também, relativamente simples. Quem o fizesse deveria ter muita criatividade para lidar com poucos recursos. À medida que esses recursos proliferaram, foi preciso reorganizar o espaço de trabalho, em que circunstâncias eram necessários esses formatos e, sobretudo, a forma de apresentação dos mesmos para “contar uma história” – ou seja, construir a informação.

Foi nesse momento que surgiram termos cada vez mais necessários à produção digital: a Arquitetura da Informação e a Usabilidade. Muitos estudos têm sido realizados nesses dois campos, que se complementam para produzir interfaces amigáveis às mais diversas experiências dos usuários. Dentre vários, alguns nomes se destacam, como Jakob Nielsen (*Projetando websites e homepage usabilidade – 50 websites desconstruídos*, da Editora Campus) e Steve Krug (*Não me faça pensar*, da Editora Alta Books).

*Usabilidade – a arte de projetar interfaces com facilidade de uso*

Jakob Nielsen tem mais de 30 anos de contato com a Internet e com sistemas digitais. Foi engenheiro da

*Sun Microsystems* e fundou, junto com Donald A. Norman, a *Nielsen Norman Group*, em 1998. Com essa larga experiência, Nielsen já escreveu livros sobre usabilidade com sistemas digitais, com ênfase na Internet.

Em *Projetando websites (Designing Web usability*, Editora Campus, 2000), ele abordou, nos capítulos do livro, questões importantes como as seguintes: “Por que a usabilidade da *Web*?”, *Design* de página, *design* de conteúdo e algumas diferenças entre o *design* de *websites* e *intranets*.

Nielsen começou seu livro respondendo a uma pergunta óbvia. Se o objetivo é comentar sobre a facilidade de uso da Internet, por que um livro? Sendo um especialista em usabilidade, ele explicou que o melhor é sempre escolher um meio que seja mais adequado ao conteúdo. Se fossem apenas textos curtos com *hiperlinks*, Nielsen disse que utilizaria a própria Internet. Mas, como se trata de estabelecer parâmetros e argumentar conceitos e explicações, o livro se torna mais atraente. Além do mais, ele abordou a questão da interface do *hardware*. O monitor do computador não é bom para textos longos, devido à luminosidade que produz.

A *Web* é o ambiente no qual o poder do cliente se manifesta no mais alto grau. Quem clica no *mouse* decide tudo. É tão fácil ir a outro lugar; todos os concorrentes do mundo estão a um simples clique do *mouse*.

O texto de introdução do primeiro capítulo (“Por que a usabilidade da *Web*?”) deixa bem claro que se deve pensar no usuário para se planejar e executar a interface de um *site*. Nielsen utilizou como objeto de suas argumentações os *sites* de comércio eletrônico, exatamente por causa do nível de exigência em agradar e satisfazer o usuário. Atualmente, não basta apenas encontrar o produto. O usuário/comprador exige mais. Informações técnicas que sejam acessíveis a leigos, fotos do produto

de vários ângulos, depoimentos de outros usuários sobre o produto e sobre o *site* propriamente dito. Mas o que realmente vai determinar se a compra será concretizada é a maneira como o *site* gerencia as informações e o nível de segurança. Facilitar ao máximo a inserção de informações e minimizar o número de passos para o fechamento do pedido é crucial para a sobrevivência de um *site* de *e-commerce*.

Na fase da Era da Informação, tudo ajuda (ou atrapalha) no momento de construir um *website* que preencha os mínimos requisitos de usabilidade. Nielsen defendeu uma interface limpa, um *design clean* para que o usuário identifique rápida e claramente o que procura. E um dos tópicos que abordou no livro *Projetando websites* é sobre a procedência do usuário. Para ele, pensar um *layout* deve levar em conta o meio de acesso. Desenvolver um *site* para visualização apenas para plataforma PC é deixar de lado usuários de *palmtops*, telefones celulares ou outros dispositivos de acesso à Internet móvel. Tamanho e resolução de telas, quantidade de informações, dentre outros itens, são primordiais para um bom desempenho.

O livro de Nielsen aborda também o acesso de *sites* por portadores de necessidades especiais. O autor, inclusive, dedicou um capítulo especialmente para isso. Ele citou que, apenas nos Estados Unidos, existem cerca de 30 milhões de pessoas portadoras de algum tipo de necessidade especial.

Não se trata de a pessoa usar uma cadeira de rodas; na verdade, muitos usuários em cadeira de rodas não precisam de considerações especiais quando pesquisam a *Web*. A questão é se o usuário tem algum problema que dificulta o uso de dispositivos de entrada e saída tradicionais da forma pretendida.<sup>1</sup>

O termo complementar, para este público, é acessibilidade. Pode-se utilizar, como exemplo, um portador de deficiência visual. Como fazer para que ele utilize facilmente o recurso de áudio narrativo para navegar por um *site*?

*Mantenha as coisas simples...*

Outro grande defensor da simplicidade na construção de interfaces para a Internet é Steve Krug (*Não me faça*

*pensar*, Editora Alta Books, 2006). Criador do bem-humorado termo KISS (*Keep it simple, stupid* – Mantenha as coisas simples, estúpido), Krug discorreu, em seu livro, sobre os vários obstáculos para que um *site* saia das cabeças de seus idealizadores até a finalização na Internet. Para cada integrante da equipe envolvida no projeto, segundo ele, existe uma visão diferente sobre o *layout* e o comportamento de um *site*. As equipes são compostas de redatores, publicitários, administradores e programadores de *softwares*. O objetivo deve ser o mais específico possível (*briefing*) para que cada integrante saiba exatamente qual sua função e de que forma sua parte vai contribuir na formação do todo.

Se não houver essa documentação clara, cada um vai pensar o resultado de forma diferente. Um *site* de comércio eletrônico, por exemplo, pode ser visto de uma forma pelo publicitário e de outra, às vezes bem diferente, pelo programador de *software*. Afinal, a ênfase, nesse caso, é a venda ou a tecnologia para vendê-la? Ambas são. A publicidade vai focar detalhadamente o produto, chamando a atenção para sua utilidade e vantagens de compra. A tecnologia vai proporcionar tranquilidade para que o usuário forneça os dados do cartão de crédito, além da confiança de que este não será clonado.

Krug exemplificou certos conflitos que podem ocorrer em equipes de produção e reorganização de *websites* para, em seguida, fornecer algumas dicas importantes sobre como contorná-los. Um, já citado, é uma documentação clara sobre as funções de cada integrante do projeto. Outro é estabelecer um coordenador do projeto em função do objetivo principal do *website*. Ele demonstra, também, que já existe uma nova ordem de trabalho em empresas: a de que o líder de uma equipe não tem cadeira fixa; em um projeto, ele pode ser o coordenador; em outro, um tarefeiro.

“*Desmontando*” websites

Em *Homepage – 50 websites desconstruídos* (Editora Campus, 2002), Nielsen mostrou, passo a passo, os conceitos bem (ou mal) utilizados de usabilidade na construção de *websites*, exatamente desconstruindo-os. Escrito juntamente com Marie Tahir, diretora de estratégia da *Nielsen Norman Group*, o livro é um verdadeiro tutorial sobre alguns dos principais *sites* corporativos do mundo.

A referida obra é dividida basicamente em duas partes: na primeira, os autores discorreram sobre as

<sup>1</sup> Em tempo: trata-se de dificuldades para acessar um arquivo de áudio ou vídeo, preencher formulários ou encontrar os dados necessários por um campo de busca.

principais diretrizes na produção de um *website* (objetivos, criação do conteúdo, *links*, navegação, pesquisa, publicidade, personalização da interface e obtenção de dados do usuário, entre outros).

Na segunda, utilizando captura de telas de 50 *websites* corporativos, Nielsen e Tahir explicaram cada um dos elementos que compõem as telas de abertura e algumas internas. Apontaram pontos positivos e outros que podem melhorar em virtude da localização ou de uma nova rotulação (taxonomia). Entre os *sites* anali-

sados, estão *Amazon.com*, *Cnet*, *Ford Motor Company*, *BBC On-line*, *Wal-Mart* e *Victoria's Secret*.

Nota-se que são *websites* com diferentes características, produtos e públicos-alvo. Alguns trabalham com comércio eletrônico no varejo (B2C – *Business to Consumer*), outras com corporações (B2B – *Business to Business*), ou com informações (jornais, *sites* de tecnologia). Dessa forma, os autores abordaram não apenas as questões técnicas, mas demonstraram que as mesmas podem ser aplicadas – guardadas as devidas proporções – a uma variedade de temas e objetivos.

### Referências<sup>1</sup>

KRUG, Steve. *Não me faça pensar*. 1.ed. São Paulo: Alta Books, 2006.

NIELSEN, Jakob. *Projetando websites*. 1.ed. São Paulo: Editora Campus, 2000.

NIELSEN, Jakob & LORANGER, Hoa. *Usabilidade na Web*. 1.ed. São Paulo: Editora Campus, 2007.

NIELSEN, Jakob & TAHIR, Marie. *Homepage usabilidade – 50 websites desconstruídos*. 1.ed. São Paulo: Editora Campus, 2002.

<sup>1</sup> Em tempo: existe ainda um quarto livro, que é considerado a bíblia da arquitetura da informação e usabilidade. Dos autores Louis Rosenfeld e Peter Morville, *Information Architecture for the World Wide Web* já está em sua terceira edição (1998, 2002 e 2006, Editora O'Reilly e Assoc.). Entretanto, ainda não foi traduzido para nosso idioma.