

Usabilidade e Arquitectura de Informação

a construção da experiência do utilizador

O que é a Usabilidade

O que é a Arquitectura de Informação

Como pensar a web

A experiência do utilizador

Pensar como um utilizador

A prática da Usabilidade

Os 10 mandamentos da Usabilidade

A prática da Arquitectura de Informação

Visão do processo de criação de um site

O que é a Usabilidade

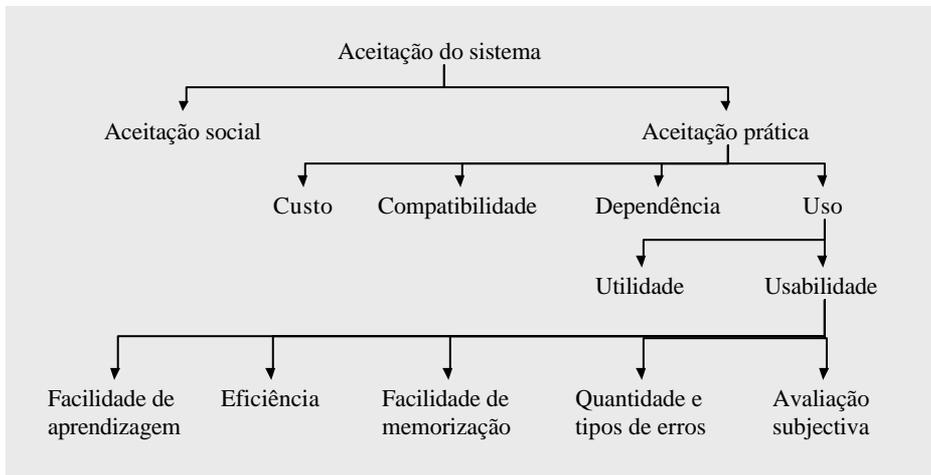
O que é a Usabilidade

Desenhar um sistema que suporte os objectivos dos utilizadores.

O processo de Usabilidade tem como propósito permitir que os utilizadores concluem os seus objectivos.

O que é a Usabilidade

A Usabilidade inserida no seu contexto:



O que é a Usabilidade

História e principais impulsionadores:

Existe historial de testes de usabilidade, tanto de software como de hardware desde os anos 80.

Desde 1991 especialistas do EUA na área reúnem-se em reuniões da SIGCHI (“Special Interest Group Computer Human Interaction”) e da “Human Factors Society”.

Empresas como a IBM, Apple, Microsoft e Sun e têm grupos dedicados à usabilidade e CHI.

Destas empresas e grupos surgiram nomes como Jakob Nielsen (www.useit.com), Donald Norman (www.jnd.org), Bruce Tognazzini (www.asktog.com), Steve Krug (www.sensible.com), que fizeram muito para divulgar as preocupações com a Usabilidade nos últimos anos.

O que é a Arquitectura de Informação

O que é a Arquitectura de Informação

O propósito principal da Arquitectura de informação é descobrir padrões inerentes nos dados, tornando o complexo claro; definir a estrutura ou mapa que permita a navegação nesses dados.

O que é a Arquitectura de Informação

É um processo que ajuda a:

Clarificar a missão e visão para o site, manter o balanço entre as necessidades do dono do site e as necessidades do utilizador.

Determinar os conteúdos e funcionalidades do site.

Especificar como os utilizadores vão encontrar os conteúdos no site, definindo a sua organização, navegação, “labeling” e sistemas de pesquisa.

Mapear como o site acomodará mudança e crescimento ao longo do tempo.

O que é a Arquitectura de Informação

História e principais impulsionadores:

O termo *Arquitecto de Informação* foi difundido principalmente por Richard Saul Wurmann, no seu livro “Information Architects” de 1996.

A aplicação da Arquitectura de Informação aos sites e sistemas de informação foi devido a Louis Rosenfeld (www.louisrosenfeld.com) e Peter Morville (www.semanticstudios.com).

Como pensar a Web

Como pensar a Web

A Web é um meio activo – é um espaço onde nos podemos mover, que podemos mudar, um local onde podemos concluir tarefas.

A percepção que a web transmite é espacial – os sites funcionam bem quando permitem a fácil movimentação entre páginas e ficheiros, isto é, no seu espaço.

A criação desta navegação é a procura de caminhos que respondam às necessidades do visitante.

A navegação é uma procura, é a tentativa de chegar a um objectivo – não é o objectivo em si.

Será que devemos utilizar menus ‘pulldown’, Flash, frames, gifs animados, usar uma base de dados? – Todas estas são questões válidas...

... mas que muitas vezes nos afastam do objectivo.

O foco do design de web deve ser a **experiência do utilizador**, a remoção dos obstáculos entre os utilizadores e os seus objectivos.

A experiência do utilizador

Muitos sites transmitem ao visitante uma sensação de desorientação.

As principais questões de navegação devem ser respondidas pelo site em todas as páginas:

- . onde estou?
- . para onde posso ir?
- . como chego lá?
- . como volto a onde estou?

Pensar como um utilizador

Pensar como um utilizador

Todas as pessoas são diferentes – têm objectivos diferentes por razões diferentes.

A opinião do dono do site vai muitas vezes contra as necessidades do visitante do site.

Desenhar para o dono do site e não para os utilizadores é a forma mais fácil de tornar um site pouco navegável.

Pensar como um utilizador

Site	Utilizador
Quer fazer dinheiro na web.	Quer fazer compras de forma segura.
Quer saber mais àcerca dos seus clientes.	Quer manter a privacidade.
Quer vender o stock em excesso.	Quer comprar um produto específico.

Pensar como um utilizador

Se o site for feito pensando apenas nas necessidades do dono do site...

Pensar como um utilizador

Site

Obriga a passar por uma página que promove o produto com stock em excesso.

“Empurra” os utilizadores para o checkout.

Pede informações pessoais, como preferências, hábitos de compra e salário.

Utilizador

Não quer comprar o produto em destaque. Fica chateado por ter que fazer mais um click.

Entra em pânico por estar no processo de checkout!

Não quer divulgar informação pessoal. Não sabe que uso lhe vão dar.

Para ultrapassar estes problemas:

Criação de ‘profiles’ – criar utilizadores fictícios que representem parte do público alvo – ajuda a prever os problemas e pode levar a soluções diferentes e inesperadas.

Desenvolvimento de cenários – traçar casos de utilização do site – ajuda a interiorizar a navegação e a descobrir outras formas de organizar o site

A prática da Usabilidade

A prática da Usabilidade

Observação de utilizadores e tarefas.

Uso de cenários.

Vocalização de pensamentos simplificada.

Avaliação por heurísticas.

Os 10 mandamentos da usabilidade

Os 10 mandamentos da usabilidade

O nosso melhor não chega.

O utilizador tem sempre razão.

O utilizador nem sempre tem razão.

Os utilizadores não são designers.

Os designers não são utilizadores.

Menos = mais (less is more).

Os detalhes são importantes.

A ajuda não ajuda.

A engenharia de usabilidade é um processo.

A prática da Arquitectura de Informação

Definição de ideia de estrutura e alvos

Agrupamento de conteúdos

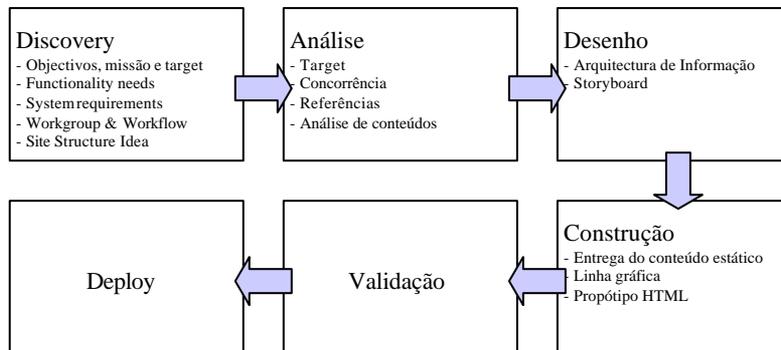
Definição de estrutura de alto nível

“Mockups” de páginas

Mapeamento de conteúdos

**Uma visão do processo de criação
de um site**

Uma visão do processo de criação de um site



Uma visão do processo de criação de um site

Discovery:

- Objectivos, missão e target
- Functionality needs
 - Selecção de funcionalidades
- System requirements
- Workgroup & Workflow
 - Definição de grupo de trabalho
 - Responsabilidades individuais
- Site Structure Idea

Uma visão do processo de criação de um site

Análise:

- Target
 - Definição de alvos
 - Identificação de necessidades individuais
 - Avaliação de importância relativa dos alvos

- Concorrência e Referências
 - Análise de estrutura
 - Análise de design informação
 - Análise de design gráfico
 - Testes com utilizadores para definição de referências

- Análise de conteúdos
 - Conteúdos do site existente
 - Conteúdos de sites de referência
 - Wish lists de conteúdos
 - Avaliação de importância relativa dos conteúdos
 - Inventário de conteúdos
 - Agrupamento de conteúdos

Uma visão do processo de criação de um site

Desenho:

- Arquitectura de informação
 - Exploração de metáforas
 - Estudo de cenários
 - Esquema de estruturas de alto nível
 - Mock-ups de páginas

- Fecho da arquitectura de informação

- Storyboard
 - Ecrans core
 - Todos os ecrans
 - Testes com utilizadores

- Linha gráfica
 - Imagem corporativa

- Fecho do storyboard

Uma visão do processo de criação de um site

Construção:

- Entrega de conteúdo estático
- Aplicação da linha gráfica
 - Ecrans core
 - Todos os ecrãs (protótipo HTML)
 - Testes com utilizadores
- Aceitação do Site Design

Últimas palavras

"In the future, first of all, websites will be designed by my guidelines ... for the simple reason that if they don't, they are dead."

Jakob Nielsen, *Wired* 2000/11/15