



# USABILIDADE MADE IN BRASIL: COMO PROJETAR EXPERIÊNCIAS

Quando falamos em Usabilidade, é provável que as primeiras referências que venham a sua cabeça sejam os artigos e livros escritos por especialistas internacionais, como Jakob Nielsen e Steve Krug. Porém, essa realidade começa a mudar. Um bom exemplo está no recém-lançado "Design para a Internet, Projetando a Experiência Perfeita", livro adaptado à realidade brasileira e escrito por Felipe Memória, designer de interface da Globo.com e professor da PUC-Rio. Nesta entrevista exclusiva, o especialista revela como surgiu a idéia do livro, como anda a Usabilidade no Brasil, além de analisar outros aspectos envolvendo o tema.





**Wd :: Como surgiu a oportunidade de escrever um livro sobre Usabilidade?**

**Memória ::** Quando terminei a dissertação de mestrado (em Design com ênfase em Ergonomia e Usabilidade), fui encorajado a publicá-la como um livro. O trabalho tinha um conteúdo muito atual, com resultados inéditos obtidos através de pesquisa e testes de Usabilidade sobre um elemento de navegação chamado Breadcrumb Trail. A idéia inicial era abordar os mesmos assuntos, reproduzir basicamente o mesmo conteúdo do trabalho acadêmico, mas de forma mais palatável, com uma linguagem menos formal e mais direta. E foi essa proposta que enviei para a Campus/Elsevier.

Depois de conversas com os editores, achamos por bem mudar um pouco o foco, trazendo a publicação para o lado prático da coisa, com um conteúdo mais mastigado e abrangente para aqueles que trabalham na área. Escrevi o livro em apenas 20 dias: tirei férias e fiquei em casa totalmente concentrado na publicação, estudando e escrevendo. No final, acho que o livro é muito mais do que uma publicação apenas sobre Usabilidade. É um livro sobre experiência.

**Wd :: Usabilidade é (ou deve ser) um conhecimento exclusivo dos projetistas de interfaces web? Qual deve ser o perfil do profissional que vai trabalhar nesta área?**

**Memória ::** Esses conhecimentos deveriam estar no sangue de todos os profissionais que trabalham com internet. No entanto, acredito que os designers, aqueles que darão traços finais ao produto, são os que mais precisam estudar o assunto. Forma e função não podem se separar, isso é uma premissa básica do Design. Os Arquitetos da Informação também não podem se abster. Usabilidade é uma disciplina importante para quem trabalha nessa nova mídia, mas também é fundamental para outras áreas do Design, principalmente quando falamos de produtos.

O perfil pode ser bem variado. Na Globo.com, temos jornalistas, publicitários, designers gráficos e designers de produto. Mas também temos no mercado o pessoal

de informática, psicólogos, bibliotecários, engenheiros, economistas e até mesmo biólogos trabalhando com experiência do usuário. O importante é estudar muito, navegar, ser um pouco geek, ter bom senso e o mínimo de bom gosto.

**Wd :: No livro "Não me faça pensar", Steve Krug aponta que "na internet, a concorrência está a um clique; por isso, se você frustra o usuário, ele vai para outro lugar". Podemos considerar a Usabilidade na web como a arte de proporcionar prazer na navegação do usuário?**

**Memória ::** Acho essa questão do prazer importantíssima. Falo muito sobre isso no livro, na questão da felicidade, da alegria ao usar o produto para que a experiência seja positiva e compensadora. Mas essa é uma característica que vai um pouco além da Usabilidade. É um plus, como um opcional de luxo. O Google funciona, tem boa usabilidade, mas não dá prazer. Por outro lado, o Orkut não funciona e dá prazer às pessoas, que retornam apesar da mensagem "bad, bad server".

O fato é que, na web, a importância da facilidade de uso é potencializada pela necessidade de atividade do usuário. Não é como na TV, que o conteúdo vem até nós, enquanto estamos sentados de frente para o aparelho com a barriga para cima e uma cerveja na mão. Além disso, normalmente as pessoas não são obrigadas a usar determinado site, como muitas vezes são forçadas a trabalhar com programas como Word, Excel ou PowerPoint. Na web, elas têm escolha. O aprendizado tem que ser fácil e a simplicidade tem que reinar, caso contrário, o concorrente está ali ao lado, realmente a um clique de distância.

**Wd :: Os profissionais brasileiros de internet são considerados extremamente criativos, devido ao poder de adaptação de conceitos e técnicas à realidade da web no país (caso do Web Standards, por exemplo). Você acredita que já temos uma maneira própria de lidar com a Usabilidade?**







**Memória ::** Acredito que estamos longe disso. O que vou falar pode não ser a coisa mais popular, mas acho que, em termos de projeto e desenvolvimento, estamos na segunda divisão da internet. Concordo muito com uma frase do meu amigo Newton Fleury Filho: "Existe um lugar em que se faz internet de verdade no mundo. E este lugar se chama Estados Unidos da América".

Temos uma web forte no país, muita gente acessa, curte, invade o Orkut, os fotologs e congestionam o MSN. É tão intenso que somos vistos meio como uma praga, um vírus. O Orkut agora é praticamente só nosso - expulsamos o resto do pessoal. Mas essa força não se reflete nos nossos produtos, no desenvolvimento de sites "made in Brazil".

Somos criativos, os reis da malandragem e do jeitinho, mas ainda não chegamos lá. Aqui, ainda brincamos de internet. Não me importa se ganhamos prêmios com banners que são feitos para ganhar Cannes e não para serem usados. Ninguém vê banner. Quanto aos Web Standards, sinceramente, não vejo nenhuma inovação sequer de nossa

parte. Simplesmente copiamos os americanos nos pouquíssimos sites que temos implementado assim no Brasil.

Em relação à maneira própria de fazer Usabilidade, sem querer ser muito chato e mal humorado, também acho que não. Não sabemos nem fazer sites usáveis direito, quanto mais inventar nossos próprios padrões e criar nosso estilo. Em resumo: estamos atrasados, não somos tão sérios assim e temos que perder a mania de achar que temos sempre que ser os melhores do mundo em alguma coisa.

**Wd :: No capítulo 1 do livro, "Processos de projeto e inovação", você diz que a figura do Webmaster perdeu sentido. Por quê?**

**Memória ::** Sempre achei o termo Webmaster extremamente prepotente, desde o tempo em que ele representava o todo-poderoso da internet, o cara que sabia um pouco de tudo e se virava para fazer com que os sites fossem criados, desenvolvidos e mantidos. Eu mesmo me orgulhava de ser um Webmaster, apesar de ter uma certa vergonha do termo, já que, na verdade, não era mestre de absolutamente nada, muito pelo contrário.

Quando falamos sobre grandes projetos, frutos de uma internet mais madura, como os que abordo no livro, começamos a trabalhar com o conceito de equipes multidisciplinares, pessoas mais especializadas e menos generalistas. Claro que isso não pode representar uma alienação com relação ao processo como um todo, mas atualmente a especialização é fundamental. A figura do Webmaster perdeu o sentido, faz lembrar os projetos amadores, experimentais. Faz tempo que não vejo o contato do Webmaster na Amazon.com, no Yahoo!, no Google ou no eBay.



Formação  
**WEB DESIGNER**  
Focada nos padrões web

Usabilidade de interfaces web  
HTML, XML e XHTML  
CSS - Formatação  
Tableless  
Dreamweaver 8 Standards  
Photoshop para web  
Acessibilidade  
Flash- Rich Media Design

**CURSOS COMPLEMENTARES**

Arquitetura da Informação  
ActionScript 2  
XML e XSLT  
JavaScript Cross-Browser e DOM

Confira a grade completa  
de cursos em nosso site:  
[www.ilearn.com.br](http://www.ilearn.com.br)

**Prof. Bechara**

Coordenador acadêmico  
e ministra módulos  
da Formação Web Designer



**iLearn** - 1º no Brasil a oferecer  
cursos de Padrões Web.

Faça sites em conformidade com  
o **W3C**, entidade internacional  
responsável por estabelecer  
os padrões da Web.

Atendemos em todo o Brasil  
para treinamento, consultoria  
e desenvolvimento.

Cadastre-se e assista nossas **palestras online:**  
**Formação Web Designer e Padrões Web**  
[www.ilearn.com.br](http://www.ilearn.com.br)

**Tel.: 21 2557-3810**

R. Bento Lisboa, 144 - sobreloja - Catete  
Rio de Janeiro - RJ - [cursos@ilearn.com.br](mailto:cursos@ilearn.com.br)

**Wd :: Jakob Nielsen, pioneiro na área de Usabilidade na web, é um nome que causa grande polêmica entre os profissionais de internet: é amado por uns; e odiado por outros. Quais conceitos envolvendo a Usabilidade caíram em desuso e o que passou a ser fundamental nos dias atuais? A técnica evolui junto com o avanço no uso da internet?**

**Memória ::** O Nielsen foi e sempre será muito importante para a web. Ele teve papel fundamental para a popularização da Usabilidade, publicou muita coisa, ensinou muita gente. Acho que sua intransigência foi boa para que as pessoas prestassem mais atenção na hora de projetar para a internet. Talvez ele tenha forçado demais em alguns aspectos, exagerando nas recomendações (como usar links azuis, por exemplo), mas sempre falando com muita propriedade. Os links não precisam ser azuis e sublinhados, mas têm que ter "cara" de links realmente, ser óbvios. Até hoje vejo designers fazendo sites em que não existe uma cor para texto e uma para link.

Com o passar do tempo, é normal que algumas crenças pontuais realmente caiam em desuso, mas o conceito, aquilo que fez com que aquela recomendação pudesse ser criada, esse não muda, não perde o sentido. O uso do scroll é um caso interessante. No início, as pessoas tinham extrema dificuldade em usar a barra de rolagem, gerenciar as janelas do browser, esse tipo de coisa. Por isso, naquela época, era moda fazer sites centralizados em 800x600, que ficavam retangulares no meio da página. Quem navega desde aquele tempo deve lembrar. Esse formato era um sucesso porque fazia com que os usuários não precisassem usar a barra de rolagem. Fazia sentido. Com o tempo, as pessoas foram ganhando experiência e o uso do scroll já não é mais um problema. Por isso, atualmente, não é ideal se construir um site naquelas proporções, desperdiçando pixels valiosos. O próximo passo óbvio, por exemplo, é começar a projetar para uma resolução de 1024x768.

Os conceitos básicos não mudam, não caem em desuso e sempre serão fundamentais. O importante é o público-alvo. Importante é pensar que as pessoas têm que conseguir visualizar o conteúdo da página da forma mais fácil possível. Isso não vai mudar. Agora, se elas sabem usar scroll ou não, se usam 800x600 ou não, é uma informação que pode variar com o tempo, ou com o perfil dos usuários do site.





**Wd :: Usabilidade é um tema muito discutido nos últimos anos, profissionais e empresas já entendem a sua importância, mas os especialistas apontam que ainda é um erro comum inseri-lo somente na etapa final no desenvolvimento de um site. Como você analisa essa questão?**

**Memória ::** As pessoas têm que projetar pensando sempre na facilidade de uso e aprendizado, na ausência de erros, se vai estar agradável de usar etc. Designers têm que estudar Usabilidade, prestar atenção na função e na forma, como falei anteriormente. Se existirem profissionais especializados em Usabilidade na equipe, melhor ainda. É o ideal, mas, muitas vezes, isso não basta.

O que pode ocorrer tardiamente é a avaliação daquilo que foi projetado. Aí, estamos falando de pesquisas e de testes de usabilidade. Claro que, no mundo ideal, o melhor é sempre testar antes do lançamento, na fase de projeto. Quanto mais cedo forem identificados os erros e as possibilidades de melhora, menos dinheiro será gasto com o redesenho. É mais fácil mudar um layout do que reprogramar um site inteiro. Para que isso aconteça, é necessária uma folga no prazo para a entrega do projeto, o que nem sempre pode acontecer. Além disso, existe

o problema do orçamento, pois testes de usabilidade custam dinheiro.

**Teste de usabilidade: orçamento baixo**



Uma boa pedida é ler o capítulo 9 do livro "Não me faça pensar". Por lá, Steve Krug ensina "como fazer seu próprio teste quando você não tem dinheiro nem tempo".

**Wd :: Falando em custos, é possível realizar testes de Usabilidade possuindo um orçamento baixo (no capítulo 3, "Testes de Usabilidade: o produto sempre pode melhorar", você cita o caso ocorrido no Globo Media Center, por exemplo)?**

**Memória ::** Sim, é possível testar produtos gastando-se muito e gastando-se pouco. O caso do teste de usabilidade do Globo Media Center foi um experimento muito bem sucedido, mas que teve prós e contras. Foi um grande aprendizado. Se por um lado chegamos a conclusão de que é melhor usar um profissional da própria equipe para conduzir os testes (o que não acontecia antes), também percebemos que é um pouco complicado recrutar os participantes usando nosso call center (como aconteceu nesse caso específico). A condução do teste foi mais eficiente, porque o avaliador conhecia o produto. Por outro lado, a seleção foi um pouco restrita, pois só podíamos contactar assinantes.

Agora, estamos testando o GloboEsporte.com, nosso principal produto de esportes, com muitas notícias, reportagens exclusivas direto dos clubes, vídeos dos gols em tempo real, enfim, um produto que pretende ser a solução definitiva para os fanáticos por esporte.

**"O Google funciona, tem boa usabilidade, mas não dá prazer.**

**Por outro lado, o Orkut não funciona e dá prazer às pessoas, que retornam apesar da mensagem 'bad, bad server'"**





Para esse teste, contratamos uma empresa que recrutou os participantes dentro dos perfis que pedimos. Foi bom, pois eles ficaram responsáveis pelo preenchimento dos horários que programamos para a realização dos experimentos. Além disso, a Marcia Maia, que conduziu o teste do Media Center, continuou como avaliadora, interagindo com os usuários. Usamos para este caso do portal de esportes um método intermediário, usando o avaliador da própria equipe e a empresa de recrutamento.

Por mais que tentemos segurar, os custos sempre existem. A Globo.com tem seu laboratório, que custou dinheiro para ser construído e ocupa um espaço precioso no escritório. As horas dos profissionais envolvidos na pesquisa têm que ser computadas. A empresa de recrutamento também custou determinado valor. Isso tudo deve ser calculado no preço final do teste, no custo que isso vai ter para a empresa. O importante é que os resultados gerem retorno ao investimento que foi feito.

**Wd :: Qual tipo de retorno o investimento em Usabilidade poderá trazer para um site?**

**Memória ::** O principal é o alcance dos objetivos do produto. Medir o retorno de investimento em usabilidade não é uma tarefa simples. Acho que o dia em que uma pessoa conseguir mensurar esse ganho de forma precisa para sites que não são de e-commerce ou intranets, estará tendo uma grande sacada.

Para e-commerce, é bastante fácil: vendas antes versus vendas depois dos testes. Para intranets, o cálculo é um pouco mais complicado: tempo gasto antes pelos funcionários em determinadas tarefas versus tempo gasto depois nas mesmas tarefas. Esses segundos economizados, multiplicados por números de dias trabalhados e pelo número de funcionários, podem gerar milhares de horas de trabalho economizadas por dia, por semana, por mês, por ano. É uma explicação a grosso modo, mas de qualquer forma, não é complicado mensurar o quanto a empresa estará economizando em horas trabalhadas. Para produtos

que demandam atendimento ao consumidor, podemos levar em consideração também o número de ligações para o call center. Se o site tiver melhorado o suficiente para reduzir o número de chamadas, podemos fazer um cálculo do quanto à empresa economizou. De qualquer forma, para este caso, o retorno teria sido maior do que isso. Difícil é ver essa diferença.

Agora, para sites que não são de comércio eletrônico ou para uso interno dos funcionários, acho que o retorno de investimento pode ser medido no sentido de a metodologia ter ajudado ou não o produto a alcançar seus objetivos. Se um site foi lançado e tinha como objetivo chegar à liderança na audiência dentro de um período "x" de tempo, e conseguiu atingir a meta usando testes de usabilidade para melhorar o produto, podemos dizer que o retorno foi alcançado, pois dentro do budget previsto para o projeto o uso do método estava previsto.

Por exemplo, você tem "R\$ 10.000,00" para alcançar a liderança em determinado segmento em, vamos supor, seis meses. Depois desse período, projetando e testando, você consegue atingir a meta. O método gerou o retorno ao investimento que foi feito. Esse retorno é a liderança em audiência no segmento do produto. Não é muito preciso, é complicado quantificar a porcentagem de participação de cada etapa, mas a grande contribuição dos testes é a validação daquilo que foi projetado. O retorno, em última instância, é a ajuda insubstituível ao alcance das metas.





**Wd :: Talvez seu livro seja uma das primeiras publicações impressas do mundo, senão a primeira, a abordar as transformações trazidas pela Web 2.0 (citação no capítulo 4: "Pensando além da boa usabilidade: conteúdo e experiência fluida"). Diante desse cenário, você acredita que o designer do futuro vai deixar de projetar telas para projetar experiências?**

**Memória ::** A Web 2.0 diz respeito às pessoas. Essa participação dos indivíduos, que tanto caracteriza essa nova fase, vem atrelada a alguns avanços tecnológicos, que fazem com que isso seja possível. Os sites deixam de ser simples aplicativos para tornarem-se verdadeiras plataformas. Ou seja, não estamos falando de aplicativos de newsletter, mas de leitores de RSS, por exemplo. O conteúdo pode ser apresentado das mais variadas formas. Além do RSS, o AJAX também faz parte desta transformação que a web está sofrendo. Ele permite que algumas interações aconteçam sem que a página tenha que carregar novamente. Quem acessa o Orkut já deve ter reparado que, após efetuar o login, aparece uma mensagem "loading..." que substitui os campos de texto. Isso é um exemplo simples de AJAX.

Essas novidades são interessantes para quem trabalha com Usabilidade. São produtos construídos com uma série de interações, um pouco mais complexas e menos triviais, que abrem um novo mundo de possibilidades. Essa nova realidade está estimulando sim a criatividade do pessoal.

O projeto de toda a experiência não é uma coisa para o futuro. Acho que os grandes profissionais devem sempre estar preocupados com todas as etapas do processo de projeto e com conceitos que

vão valorizar a experiência do usuário como um todo. Os produtos têm que ser bem feitos, fáceis de usar, rápidos, sem erros e, principalmente, gerar satisfação e alegria na utilização.

**Wd :: Ainda no capítulo 4, você aponta que na web "o que realmente interessa é a rede socialização". Como as redes sociais podem transformar a projeção de interfaces e o estudo de Usabilidade em um site?**

**Memória ::** Realmente, o grande diferencial da internet com relação às outras mídias é a quantidade de pessoas conectadas, um bando de gente junta no mesmo lugar. É um processo de amadurecimento da rede, em que as pessoas estão finalmente conseguindo entender o que está acontecendo. Basta ver que, entre os jovens, a trinca "E-mail, MSN e Orkut" reina como nunca. Os três possibilitam a interação entre pessoas, intensificam a rede de socialização. Isso é natural do ser humano. As pessoas estão sempre interessadas nas outras, em se socializar e comunicar. Somos biologicamente programados para considerar o outro ser humano a coisa mais interessante do mundo. São eles que têm o poder de nos deixar tristes, emocionados, felizes, confiantes etc.

O Hattrick, por exemplo, jogo de manager de futebol online pelo qual sou apaixonado, estimula de toda forma que os jogadores interajam entre si, seja por ht-mail (o e-mail do Hattrick), seja pelas conferências dos grupos (fóruns de discussão), ou por mensagens nos livros de visita dos times. O jogo foi pensado para que sua rotina sempre estimule a socialização. Portanto, os sites precisam ser projetados de forma a facilitar e estimular a interação entre pessoas. 