Como assim, usabilidade?

Bruna Milagres Pires Lopes

Assegurar-se de que algo funcione bem.

Essa é a definição mais simples que poderia dar significância à palavra usabilidade. Ela pode ser aplicada a qualquer tipo de projeto, seja ele na web, em produtos, em impressos, etc. De uma cadeira bem projetada a um jornal bem diagramado. A usabilidade seria, então, uma maneira de otimizar o tempo, transformando seu perfeito uso em resultados.

Posso dizer que a usabilidade faz referência também na capacidade inconsciente de uma pessoa que não entende absolutamente nada do assunto possa, ao ver o produto, entender (até mesmo vagamente) o que aquilo seria, do que estamos falando e por onde começar.

Estocando paciência

Um dos motivos da expansão da web é a possibilidade de facilitar e agilizar tarefas do dia-a-dia. Quando olhamos sites procuramos sempre algo que lembre vagamente o motivo pelo qual entramos nele e algo que seja possível clicar. O modo de olhar sites também depende do tempo e da paciência do usuário, no tipo de ação que ele deseja fazer, sua pressa e outros motivos.

Uma hierarquia mal planejada ou rótulos de links mal formulados fazem surgir dúvidas durante a navegação; e cada nova dúvida aumenta nosso trabalho, distraindo, conseqüentemente, nossa concentração. As dúvidas evoluem de acordo com o nosso estoque de paciência, até o ponto de nos confundir, fazendo-nos escolher outra opção.

A base desse conceito leva o princípio de eliminar perguntas. Por isso, vai uma primeira dica no projeto de sites: comece a questionar os sites que você visita, por exemplo, com a pergunta: por que eles deram esse nome a isso? Assim você acaba pegando referências do que não se deve fazer.

A hierarquia visual e o bom uso das convenções

Ao ler um jornal, realizo algumas tarefas instantâneas: percorro páginas, seleciono aquilo que me interessa e leio. A hierarquia visual on-line ou off-line é instantânea e passa por nós a todo momento, sem que percebamos que ela existe. O processo de percorrer um veículo de informação (como o jornal) ocorre de forma tão rápida, que quando as dicas visuais não são claras, obrigamos nosso cérebro a pensar que estamos fazendo isso.

A hierarquia visual prioriza o tempo, fazendo com que selecionemos tudo quase instantaneamente. Se informações disputam para aparecer, nosso processo de leitura reduz e passamos a um estágio mais lento de tentar achar a informação que vagamente nos interesse.

Para isso, uma das ajudas à usabilidade é a convenção. Aprendemos de forma inconsciente que conhecer as convenções otimiza nosso tempo. De forma inconsciente sabemos que dessa forma é mais rápido percorrer um jornal e selecionar aquilo que queremos ver. Sendo assim, cada meio de comunicação procura criar suas convenções e refiná-las a partir de novas idéias que deram certo, pois as convenções só se tornam convenções se realmente funcionarem.

A reprodução deste artigo é exclusiva para fins educacionais

Áreas bem definidas

Para que uma página seja facilmente utilizada, cada estilo de informação deve estar claramente agrupado. A pressa pela busca da informação possibilita a utilização dessa dica visual. Alguns exemplos já são bem conhecidos como:

- A ordem de importância obedece a ordem de "atenção" na página (ex. a logomarca é importante, por isso ela encontra-se do lado esquerdo e com destaque).

- Links são links, noticias são notícias e assim por diante. Coisas semelhantes estão próximas (ex.: os links da navegação global estão agrupados em um menu e todos são semelhantes).

- A ordem de visualização auxilia na hierarquia da página. (ex. se uma foto está ao lado de um texto formando esses dois uma única caixa, concluímos que eles pertencem a uma mesma informação)

Clique aqui!

Na projeção de páginas, procure deixar óbvio o que pode ser clicado. As convenções ajudam bem nessa tarefa. Hoje links podem ser definidos por diferentes símbolos, e muitos já são conhecidos pelo usuário. Deixar um link sem a aparência de link é, novamente, utilizar do estoque de paciência e boa vontade do usuário.

Minimize a confusão

Confusão visual na internet é o mesmo que uma avenida cheia de outdoors e placas. Tudo parece querer chamar cada vez mais a atenção. O efeito da confusão acaba sendo o cansaço visual que pode assim distrair a atenção do usuário para seu verdadeiro objetivo na página. No livro, Steve dá uma boa dica sobre isso: "É uma boa idéia supor que tudo o que você projetou está confuso até que ao provem o contrário".

Para finalizar

Diante dessas informações e dicas, é importante ressaltar que em qualquer projeto web, um pouco a mais de esforço, pode melhorar significativamente os resultados em vendas. Às vezes uma mudança no formato ou no rótulo de um link, pode resultar em bons retornos financeiros. Se a mudança possibilitar aumento nas vendas em 1%, considere positivo, esses 1% podem representar milhões.

O que ressalto sempre é no uso das tecnologias para gerar conhecimento e resultados em lucros. A internet é uma boa maneira da pequena empresa estar ao lado da líder de mercado em seu segmento. Um pouco de ajustes pode representar muito! Pense nisso.

LOPES, Bruna Milagres Pires. Como assim, usabilidade? **Imasters**, ago. 2009. Disponível em: <http://imasters.uol.com.br>. Acesso em 7 ago. 2009.

Utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais