Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Escola Superior de Desenho Industrial
Projeto de Conclusão de Graduação – Relatório Final
2º Semestre - 30.11.2015

etiqueta

Aluna: Cláudia Pereira Pinto Samico
Orientador: Mauro Pinheiro

Palavras-Chave

User Experience Design, Conteúdo, Categorização,
Experiência do Usuário, Biblioteca, Aprendizado

Resumo

O projeto trata de uma biblioteca digital online sobre Design da Experiência do Usuário, Arquitetura de Informação e áreas correlacionadas, valendo-se de todo conteúdo rico que já existe sobre o assunto na Internet. Nesta plataforma, os conteúdos estarão dispostos de forma organizada e estruturada por categorias. O projeto visa atender a necessidade de estudo dos profissionais que estão migrando para área ou profissionais experientes que pretendem se aprofundar em conteúdos específicos dentro da disciplina.

Índice

Introdução

Contextualização 8

UX Design: Terminologia 8

Proposta e Objetivo 8

Justificativa 10

Mercado de UX no Brasil 11

Público Alvo 14

Metodologia 14

Pesquisas

Pesquisa Qualitativa com Usuários 16

Conclusões 16

Pesquisa de Similares 17

UX Mastery 17

Blog de AI 17

Pocket / Delicio.us 18

Trello 19

Conclusões para o Projeto 19

Desenvolvimento

Modelo de Negócios 21

A Dinâmica 22

Definição de Categorias 24

Divulgação e População 24

Identidade Visual e Naming

Naming 27

Identidade Visual 27

Cores 28

Tipografia 28

A Marca 29

Criação de Personas

Henrique Pitta 32

Carol 34

Sitemap 36

Fluxos e Wireframes 40

Linguagem do Sistema 51

Teste de Usabilidade 53

Interface Final 55

Conclusões

Considerações Finais 83

Referências 86

Anexos

Pesquisa Profissionais de UX 90

Introdução

Contextualização

Nos últimos anos, podemos observar alguns fatos relacionados ao advento da tecnologia. O barateamento de dispositivos como computadores, tablets e celulares permitiu que a população em geral tivesse mais acesso a interfaces digitais como um todo (PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA, 2015). Grande partes destas, vinham de tecnologias estrangeiras. De certa forma, esse alcance acabou tornando o público mais exigente em relação a usabilidade(1) de sites e aplicativos nacionais. Isso por que, tratando-se do design da experiência do usuário , o país ainda passa por uma fase de amadurecimento em relação a outros países, nos quais esta noção está mais consolidada.

Empresas nacionais passaram então a observar o valor de um designer da experiência do usuário em seu quadro de funcionários – segundo a reportagem da Tribuna Hoje de 2013 - e logo passaram a investir mais nesse sentido. Dessa forma, ocorreu uma valorização do profissional da área, não só pelas grandes, mas também pelas pequenas empresas. A procura pelos Designers de Interação (e áreas afins) aumentou substancialmente, gerando uma demanda pela qualificação dos mesmos, que atualmente não possuem uma fonte consolidada de informações e materiais de estudo sobre o tema.

Grande parte das universidades no país ainda não contempla, em suas grades curriculares, cursos específicos sobre o assunto, oferecendo muitas vezes, apenas uma formação generalista em design (JACÓ, 2008). Além disso, a oferta de cursos livres e workshops relacionados a experiência do usuário também não é satisfatória. Quando ocorrem, em sua maioria são caros e de curta duração, não sendo de muita ajuda no desenvolvimento dos profissionais de UX. Entretanto, mesmo com as dificuldades encontradas, percebe-se que já há uma quantidade razoável de profissionais especializando-se na área, e que não necessariamente possuem graduação em Design, como podemos ver na 2ª Edição do Perfil do Profissional de UX realizada pela UXPA São Paulo em 2014. Isso se deve pelo fato de que há muita informação e material de qualidade sobre a área na rede, tais como: textos explicativos, aulas interativas, vídeo-aulas, artigos, blogs, passo-a-passo, técnicas de projeto, etc. No entanto, essa gama de informações está disposta de forma dispersa - em diferentes sites e plataformas - e acaba sendo muito oneroso o trabalho de busca e utilização das mesmas.

A ideia do projeto é entender essas questões para então, propor uma forma de concentrar e organizar conteúdos relacionado a UX Design. Tudo isso a fim de atender a necessidade de estudo desses profissionais que procuram começar ou se aprofundar no assunto.

UX Design: Terminologia

De forma ampla, o termo “UX Designer” ou “Designer da Experiência do Usuário” visa a des-

1. Termo utilizado para definir a facilidade com que as pessoas empregam uma ferramenta ou um objeto para realizar uma tarefa (KRUG, 2005).

crever aquele profissional que desenvolve projetos dentro da área de criação de plataformas digitais, relacionados à usabilidade das mesmas. Atualmente, o mercado vem entendendo esse trabalhador de forma cada vez mais segmentada. A verdade é que este tipo de trabalho vem se tornando cada vez mais complexo e multifacetado, o que traz como consequência esse entendimento nebuloso do mercado em relação aos seus afazeres. Isso se dá, sobretudo pelo fato desta ser uma área relativamente nova dentro do Design.

A evolução dos computadores e a possibilidade de interação com novos tipos de dispositivos (tablets, telefones celulares, televisões interativas, entre outros) colocou em evidência as interfaces digitais. Estas passaram a ser peça fundamental para a adoção e uso das novas tecnologias na sociedade contemporânea. Desta forma, foi gerada uma demanda por profissionais com competências específicas para suprir essas necessidades de projeto, dentro do campo do design. E é aí que fez-se a criação dessa especialidade como é conhecida atualmente.

Não se sabe exatamente quando o termo "Design da Experiência do Usuário" ou "User Experience Design" surgiu. Acredita-se que o termo foi criado quando Donald Norman era Vice Presidente do Advanced Technology Group na Apple. Ele cunhou o termo "User Experience Design", pois acreditava que as denominações já existentes limitavam o entendimento sobre o que o trabalho dele realmente representava. Segundo Norman:

"Eu inventei o termo, porque eu acreditava que interface humana e usabilidade eram termos muito restritos. Eu queria cobrir todos os aspectos da experiência do usuário com o sistema, incluindo (...) design industrial, a interface, a interação física(...). Desde então, o termo se espalhou amplamente, até o ponto em que o mesmo está começando a perder o seu significado."
(NORMAN, 2008 - Tradução Nossa).

De acordo com o que diz Don Norman, Dan Saffer, em seu livro "Designing for Interaction" (SAFFER, 2009), criou um diagrama (Figura 1) onde entende-se que "User Experience Design" engloba várias disciplinas correlacionadas com o processo de criação de interfaces digitais. Para o autor, quando usamos o termo "UX Design" referimo-nos a todas essas subdisciplinas em algum nível:

- Arquitetura de Informação
- Desenho Industrial
- Designer de Interface (Designer Visual)
- Design de Interação
- Arquitetura
- Interação Humano-Computador

Entende-se, portanto, que "UX Design" é uma nova forma de abordar projetos de produtos digitais, sempre levando em conta a forma, o comportamento, o contexto, o conteúdo e principalmente o usuário, de forma a garantir coerência e

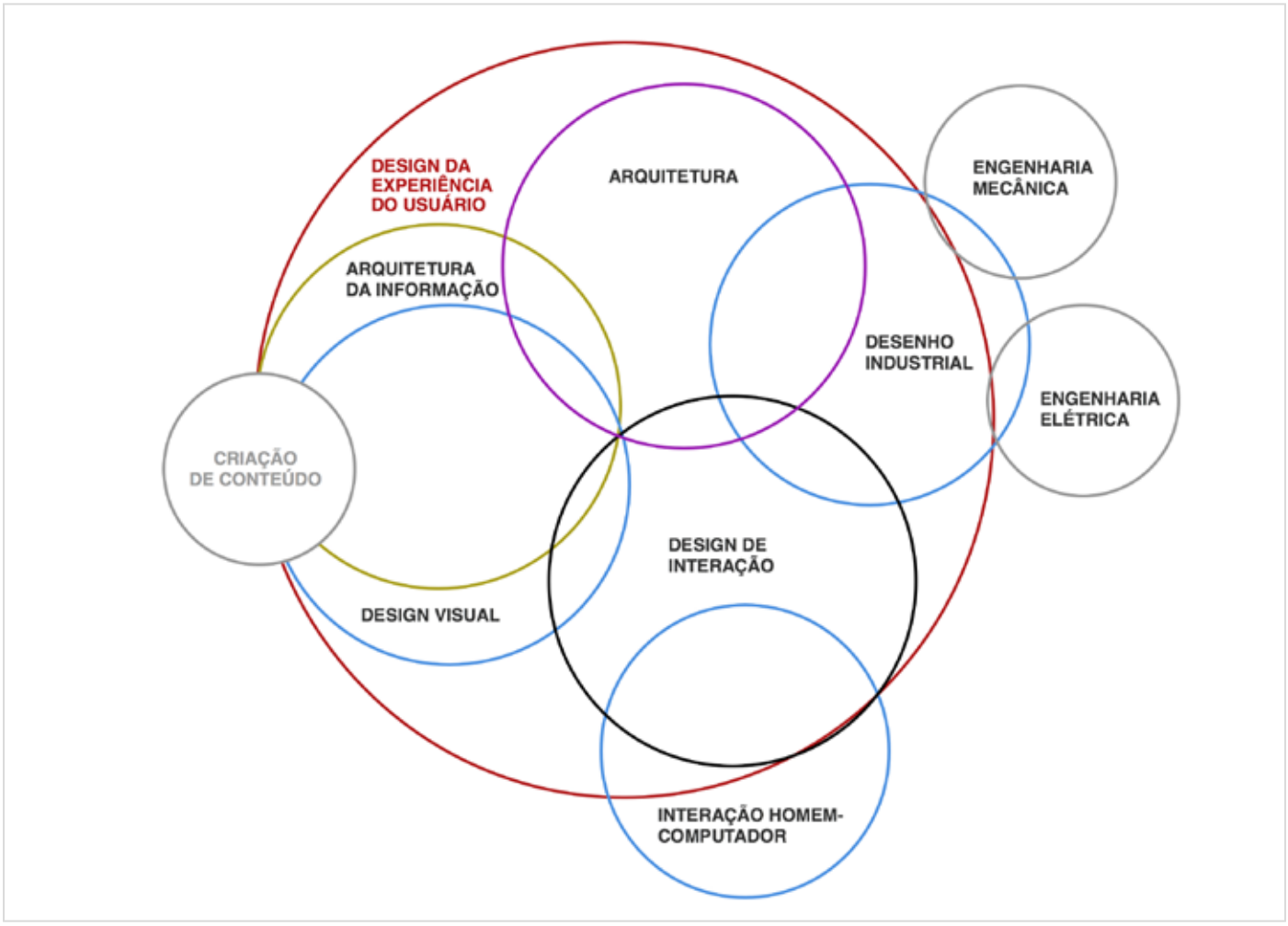


Figura 1 - Diagrama “User Experience Design” de Dan Saffer (SAFFER, 2009 – TRADUÇÃO NOSSA)

consistência através de uma experiência fluída e amigável, sobretudo nos diferentes dispositivos.

Proposta e Objetivo

O projeto trata do desenvolvimento de uma biblioteca digital sobre UX, Arquitetura de Informação e áreas correlacionadas, fazendo-se valer de todo conteúdo rico que já existe sobre o assunto na rede. Nesta plataforma, os conteúdos estariam dispostos de forma organizada e estruturada por categorias dentro de UX Design. Pretende-se que a construção dessa biblioteca dê-se de modo colaborativo: cada conteúdo poderá ser avaliado pelos usuários, ao passo que os assuntos com as melhores avaliações terão mais relevância dentro de cada categoria. Tudo isso para facilitar o estudo e tornar acessível o conteúdo de UX Design por profissionais que estão começando na área ou profissionais experientes que pretendem se aprofundar em assuntos específicos dentro da disciplina.

Justificativa

A partir dos anos 2000, com a popularização da Internet, observamos o começo de um processo de democratização do acesso a rede. Se, inicialmente o uso de certas tecnologias era restrito a profissionais de tecnologia, hoje os computadores e dispositivos móveis estão cada vez mais inseridos no cotidiano da população.

Outro grande impulso para essa democratização foi o barateamento da tecnologia ao longo da década em questão, o que permitiu que mais brasileiros adquirissem smartphones, computadores e tablets. A proporção de casas que possuem acesso à internet nas classes A e B, é maior se comparada com as classes C, D e E. No entanto, estas já apresentam crescimento em relação aos índices de 2005, de acordo com a nona edição da pesquisa TIC Domicílios(2) . 85,9 milhões: essa é a quantidade de brasileiros conectados em 2013.

A importância da internet para a sociedade atual é devidamente sabida. Em Março de 2014, foi encomendado pelo Governo Federal uma Pesquisa Brasileira de Mídia elaborado pelo IBOPE Inteligência. Nesta, concluiu-se que a internet é o meio de comunicação que mais cresce entre os brasileiros.

Em outra pesquisa, também realizada pelo IBOPE, observou-se alguns dados interessantes, como por exemplo: o consumo de internet pelos jovens brasileiros aumentou 50% em 10 anos. Ou seja, de 2003 a 2013 o consumo subiu de 35% para 85%. Outro fato que também foi analisado, é o dos motivos que levam esses jovens a acessar a web. A busca por informação, que representa 77%, está entre as principais razões do crescimento desse público na internet.

Inevitavelmente, esses fenômenos trouxeram mudanças nos hábitos relacionados ao consumo de informação. Durante muito tempo, a informação foi processada em uma via de mão única, como no caso da televisão, por exemplo, em que éramos meros receptores de conteúdo. Hoje, com o suporte da internet, redes sociais e plataformas digitais, nos tornamos também produtores, editores, autores e coautores desses conteúdos. Blogs, artigos, fotos, vídeos, comentários e posts em redes sociais: qualquer lugar é lugar pra depositarmos informação e consumirmos estes conteúdos de alguma forma.

Vivemos hoje a Era da Informação, na qual o acesso ao conhecimento está amplamente disponibilizado na grande rede. Essa “inundação” de informação ajuda a aproximar as pessoas e a aprimorar a educação. No entanto, temos que saber procurar e estar atentos aos conteúdos, pois a qualidade da maior parte desse material é questionável. Dessa forma, fica sempre a nosso critério decidir o que é ou não mais importante ou relevante sobre um determinado assunto. Sendo assim, tendemos sempre a acessar uma gama restrita de canais, devido à constante escassez de tempo no dia-a-dia.

Mercado de UX no Brasil

A disseminação do acesso à web e a dominação das interfaces digitais pelos usuários, está cada vez mais presente em nossas rotinas. Isto

2. TIC Domicílios é realizada anualmente desde 2005 com o objetivo de mapear o acesso à infraestrutura TIC (tecnologias de informação e comunicação) nos domicílios urbanos e rurais do país e as formas de uso destas tecnologias.

acabou demandando a criação de uma disciplina dentro do design, voltada para o projeto de mídias digitais, no intuito de garantir que esses produtos se tornassem mais fáceis e agradáveis de usar.

No Brasil, a noção do Design da Experiência do Usuário ainda está em fase de amadurecimento. O contato cada vez maior da população brasileira com as tecnologias estrangeiras, onde o conceito de UX está muito mais consolidado, começou a gerar uma insatisfação em relação aos sistemas digitais – sites e aplicativos, por exemplo - nacionais. Devido a este fato, as empresas começaram a perceber que, num mercado cada vez mais competitivo como o atual, aquelas que colocam o usuário no centro do processo de Design, e consequentemente valorizam a presença de UX Designers nos quadros de funcionários, tornam-se diferenciadas e à frente das demais (INFO, 2012).

Embora este entendimento ainda não esteja completamente consolidado na cultura empresarial, já é possível perceber mudanças nos ambientes corporativos em relação a isso. Uma reportagem da Tribuna Hoje em 2013 mostrou que o Design da Experiência de Usuário está em segundo lugar no ranking das profissões mais promissoras no Brasil:

"A área que abrange a tecnologia de informação ficou em segundo lugar. A necessidade das empresas de aprimorarem seus negócios por meio de novas tecnologias demanda mais e mais profissionais para resolver seus problemas (...). Por isso, o desenvolvimento de aplicativos, administração de sistemas em nuvem e virtualização, design de jogos, User Experience, Business Intelligence, Segurança e Gerenciamento de Projetos são atividades extremamente valorizadas(...)"
(TRIBUNA HOJE, 2013)

A revista eletrônica INFO, em 2012, publicou que normalmente espera-se que um UX Designer tenha habilidades multidisciplinares, ou seja, aquelas que vão além do design, como noções de psicologia, matemática, usabilidade, pensamento sistemático, dentre outras. Por esses indicativos, notamos que parte do crescimento no número de profissionais da área se deu através da migração de profissionais de outros cursos, interessados em se tornar Designers da Experiência do Usuário. Justamente pelo caráter da multidisciplinaridade, a profissão permite que atuem na área não apenas aqueles formados em Design.

Um sintoma dessa migração, como citado na própria reportagem pelo consultor de TI Osvaldo Aranha é que "há poucas pessoas com essas habilidades disponíveis para contratar, ao passo que a demanda por estas habilidades vive uma fase de crescimento" (INFO, 2012). Por isso as ofertas são muitas.

No Brasil, ainda é muito difícil encontrar cursos de graduação e até aulas em grades curriculares de universidades relacionados ao Design da Experiência do Usuário. Por outro lado, além de observarmos a ascensão de pós graduações na área, a oferta de cursos livres é bem vasta. No entanto, esses cursos muitas vezes são inacessíveis

por serem caros e de curto prazo. A solução então acaba sendo o uso de uma das ferramentas mais poderosas para o encontro de informações - como citado acima - a Internet. Ainda podemos combinar isto a uma pesquisa realizada ano passado, 2014, sobre o Perfil do profissional de UX no Brasil pela UXPA São Paulo revelou que 69%, ou seja mais da metade, dos entrevistados começou na área de forma autodidata, isto é, aprendendo sozinho sobre o assunto (UXPA SÃO PAULO, 2014).

Uma pesquisa recente da rede social Linkedin (Figura 2) descobriu, dentre seus mais de 259 milhões de perfis, quais as 10 profissões mais populares de seus usuários que mal existiam em 2008 e UX Designer está entre elas.

Em suma, é notável que todos esses dados apontam para um fato: atualmente existe muito conteúdo online relacionado a UX Design - e a grande maioria com alto potencial para o aprendizado. Há também um número elevado de pessoas cada vez mais interessadas em se especializar no assunto e consequentemente, indo atrás de conteúdo específicos da área na web. Mesmo assim toda essa informação ainda encontra-se em diferentes plataformas, sites, ou seja, dispersas pela internet, sendo um empecilho na procura por materiais de qualidade e dificultando o processo de busca por conteúdo assertivo.

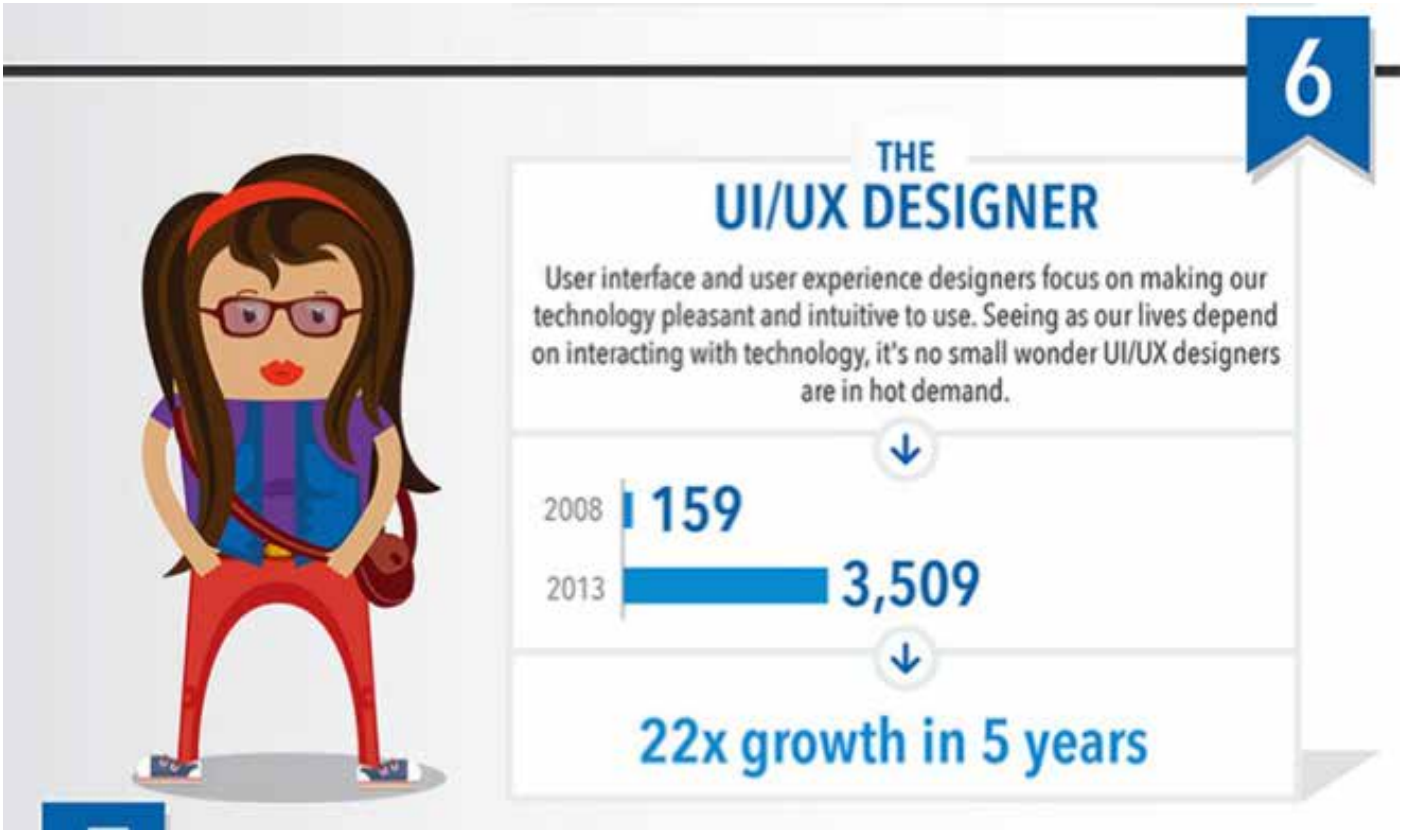


Figura 2 - Pesquisa Linkedin: 10 títulos profissionais que mal existiam há 5 anos atrás

Público Alvo

Em UX, o usuário está sempre no centro da experiência, por isso uma investigação de para quem estamos projetando é sempre imprescindível. Para este projeto, já é possível identificar de antemão alguns perfis de usuários que poderiam tirar proveito da plataforma proposta, tais como: profissionais de UX, profissionais que querem começar na área, estudantes de design, professores que lecionem dentro do campo de design de interação, desenvolvedores e até vestibulandos querendo saber mais sobre o assunto.

Os caminhos são muitos, mas é importante dar foco para as necessidades de um perfil em específico - que será descoberto com pesquisas de usuários e criações de personas e, se a solução estiver bem resolvida, no fim, proporcionará uma boa experiência para qualquer usuário.

Metodologia

Dentro do universo de UX Design, temos um número considerável de métodos para desenvolvimento de projetos. Acima de tudo, um projeto de UX é um projeto de design e os passos necessários para a criação de um produto, por exemplo, são semelhantes no caso das plataformas digitais. Ainda assim, os projetos de design da experiência do usuário possuem algumas metodologias específicas e necessárias. Consolidando algumas metodologias encontradas nos livros “The Elements of User Experience” (GARRETT, 2002), “This is Service Design Thinking” (STICKDOR e SCHNEIDER, 2011) e “User Experience Process and Documentation” (UXPIN, 2014), organizei o desenvolvimento deste projeto em 6 fases:

- **Pesquisar:** identificar e entender o problema, coletar informações e dados para suportar o projeto, analisar os produtos similares no mercado, entender os usuários e quais são suas necessidades e objetivos.
- **Planejar:** montar cronograma, branding do produto, criar personas.
- **Definir:** brainstorming de funcionalidades, arquitetura da informação, desenvolver cenários de uso, fluxos de navegação, sitemap, wireframes, linguagem do sistema (nível macro).
- **Criar:** desenhar a interface, pensar nas formas de interação, user feedback, micro interações.
- **Prototipar**
- **Analisar:** Testes de usabilidade.

Este processo não é necessariamente linear. Algumas fases foram trabalhadas em paralelo, outras foram dependentes das anteriores. Na fase de análise, foi como um ciclo até se chegar ao resultado final: Realizar testes de usabilidade, observar o usuário e consertar os erros da plataforma e aí novamente realizar testes de usabilidade, observar o usuário e consertar os erros da plataforma.

Pesquisas

Pesquisa Qualitativa com Usuários

No intuito de conhecer melhor os usuários do projeto, foi realizado um questionário online dividido em respostas fechadas e abertas. As perguntas com opções de respostas fechadas eram para validação de algumas hipóteses relacionadas ao meu público-alvo. Já as perguntas com respostas abertas pretendiam gerar insights e revelar padrões de comportamento desses usuários. O questionário foi divulgado em listas de e-mail de UX Designers que trabalham em duas grandes empresas do ramo – Globo.com e Huge. Também houve a divulgação nas redes sociais em grupos de profissionais da área. O formulário ficou disponível por 2 semanas e foram obtidas 58 respostas. Acima de tudo, a pesquisa auxiliou na identificação de um perfil do profissional de UX e na criação de personas durante o desenvolvimento do projeto.

No início do questionário as perguntas escolhidas foram basicamente para qualificar o usuário, gênero, faixa etária e passatempos. Logo após, nas perguntas 6 à 10 o intuito foi abordar a formação relacionada ao ensino de UX Design. Para finalizar, partiu-se para um tema mais específico, isto é, como o entrevistado se mantém atualizado na área. É possível, no anexo, consultar os resultados da pesquisa em gráficos mais detalhados. Nas respostas abertas, observei padrões de respostas e tentei quantifica-las para melhor entendimento.

Conclusões

Analisando os dados da pesquisa, podemos concluir alguns fatos interessante que foram úteis no decorrer do projeto. São eles:

a. Grande parte dos profissionais que trabalham com UX não são, necessariamente, graduados em áreas do design. Observamos que muitos profissionais vieram de áreas como, Artes Plásticas, Biblioteconomia e Comunicação Social.

b. Quase todos (98%) usam a Internet como ferramenta para estudos relacionados a área de design da experiência do usuário.

c. Apesar do User Experience Design ter sido descoberto por acasos que ocorreram ao longa das vidas profissionais dos entrevistados ou até de forma natural, podemos observar que satisfação profissional dessa área é muito alta.

d. Cruzando alguns dados como a idade dos entrevistados e seus anos de atuação dentro de UX, podemos ver que mesmo com idades entre 20-30 anos, grande parte já possui alta experiência na área por atuar há muitos anos como UX Designers.

Pesquisa de Similares

Para esta pesquisa de similares o foco foi em produtos – websites ou aplicativos – que fossem similares funcionais deste projeto. Pelo que foi

pesquisado, percebeu-se que o projeto não possui análogos na web. Desta forma, a pesquisa acabou convergindo para aquilo que trouxesse inspiração e incentivos para melhorar a ideia original.

UX Mastery

UX Mastery (Figura 3) é um site dedicado a UX e disciplinas relacionadas. Um dos pontos altos é a categorização de conteúdo: estão divididos por textos, artigos, podcasts, ebooks, newsletters, cursos, ferramentas, etc. Estes conteúdos são produzidos por eles, inclusive no próprio site pode-se adquirir livros originais sobre assuntos relacionados a Experiência do Usuário.

Blog de AI

O site "Arquiteturadeinformacao.com" (Figura 4) é uma das plataformas brasileiras relacionadas ao assunto mais completa e conhecida. Lá é possível encontrar diversos artigos sobre diferentes assuntos dentro de UX. O blog foi um dos pioneiros a tratar do assunto. Os pontos positivos: o site está em português, é frequentemente atualizado e o time trabalhando por trás dele são nomes de peso na área, o que dá credibilidade para a plataforma. E Assim como a UX Mastery, o Blog de AI é bem categorizado e conta com uma gama de tags bem variada, o que facilita na busca de conteúdos.

Figura 3 – Homepage do site UX Mastery e sua categorização de conteúdo.

Figura 4 – Homepage do Blog de AI

Pocket / Delicio.us

Essas ferramentas são muito similares. As duas são um serviço de bookmarking, ou seja, permite que o usuário guarde, organize e adicione tags a links da web. É possível fazer o taggeamento desse conteúdo e organizá-lo da forma como quiser, para uma consulta posterior. No Delicious (Figura 6), ainda é possível escrever comentários pessoais em cada link salvo e definir se a visibilidade daquele conteúdo é privada ou pública.

No Pocket (Figura 7), a plataforma mostra conteúdos externos em um built-in browser(3) (Figura 8), com uma barra de ações do próprio site. Dessa forma, por mais que o produto use única e exclusivamente conteúdo externo ele garante de alguma forma que o usuário continue navegando em seu site, mesmo que consumindo conteúdo de outro.

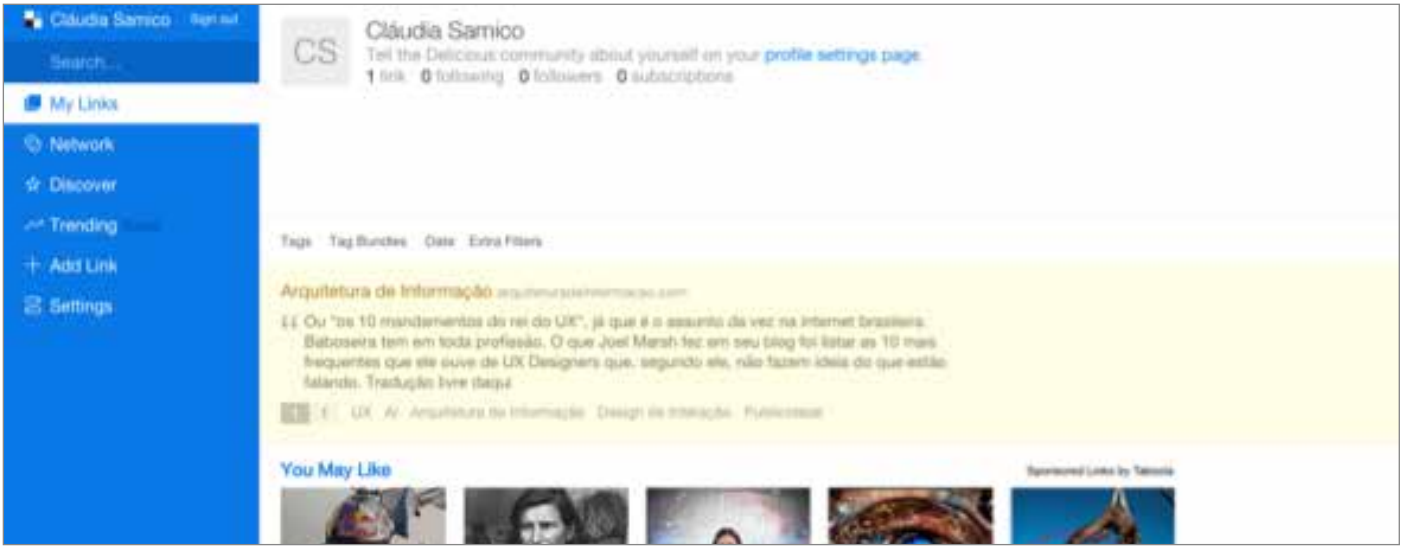


Figura 6 – Página do usuário do site Delicious.

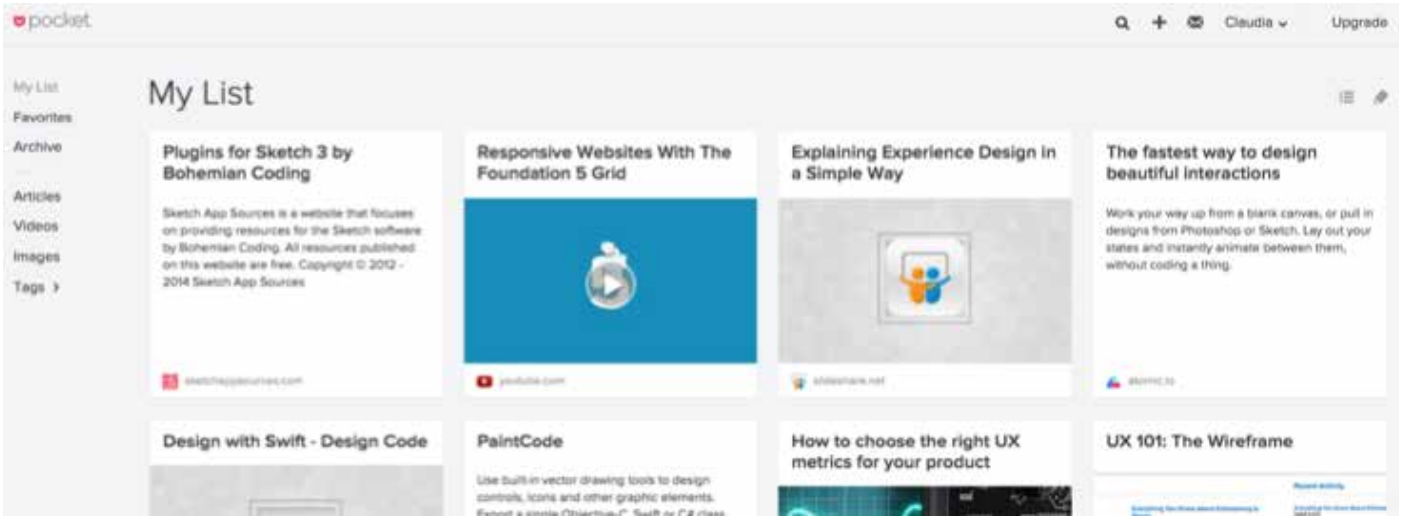


Figura 7 – Lista de links guardados do usuário

3. Built-in browser é um browser próprio daquele website. Conteúdos externos abrem e são visualizados num browser dentro da plataforma que estava sendo usada previamente.

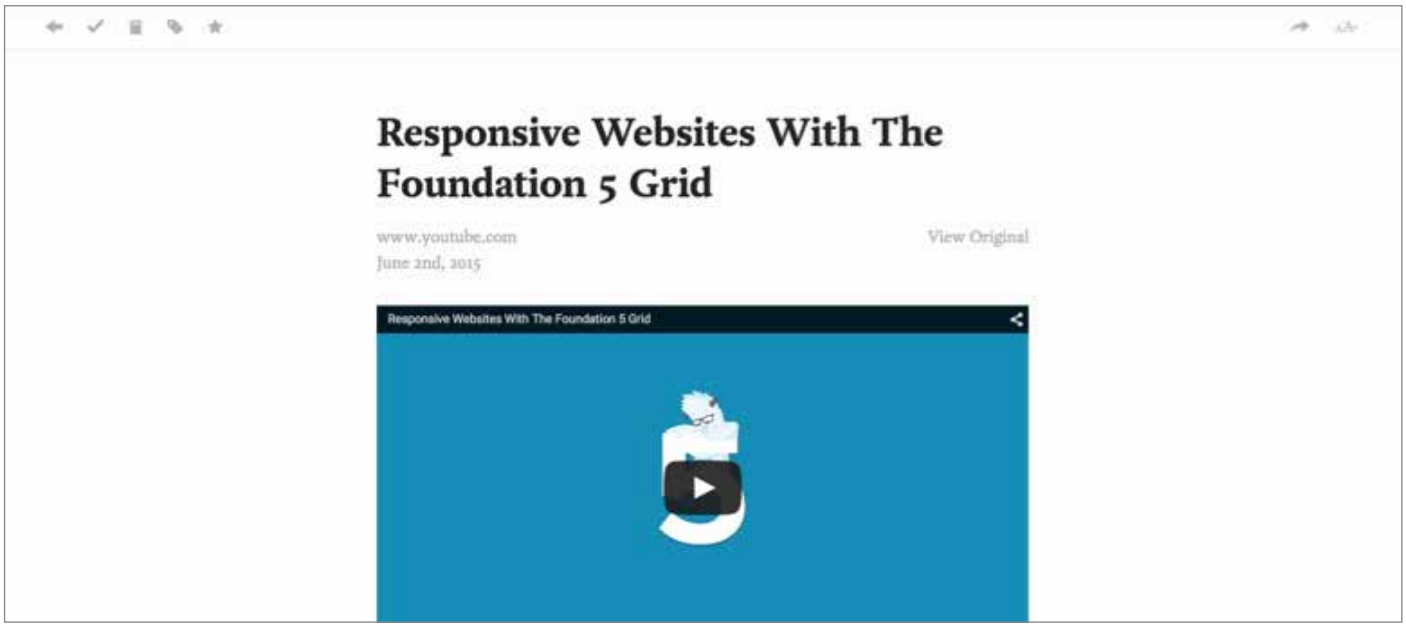


Figura 8 – Conteúdo externo em um built-in browser no Pocket, com uma barra de ações do própria

Trello

Trello (Figura 5) é uma ferramenta de gerenciamento de projetos, como um organizador. Apesar de não ter relação com o assunto de UX, é uma referencia pra organização, disponibilização e personalização de conteúdo.

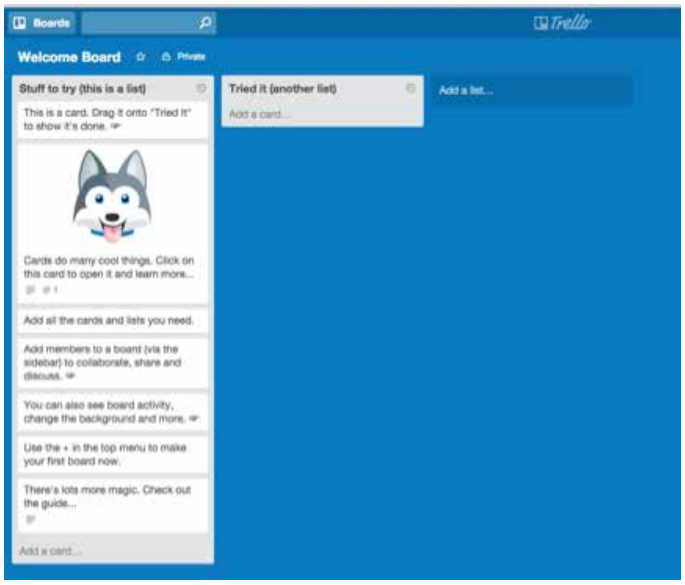


Figura 5 – Página de criação de projetos do Trello

Contribuições para o Projeto

Após o término da pesquisa e observando de perto as funcionalidades de cada um dos produtos acima, já foi possível definir atributos e funções que a plataforma de UX deveria oferecer ao usuário. Tais como:

- Filtrar conteúdos dentro de categorias
- Avaliar (recomendar) conteúdos
- Enviar conteúdo (colaboração)
- Salvar pra ler depois (curadoria)
- Criar suas próprias 'pastas' e marcadores
- Adicionar notas sobre cada conteúdo
- Criar um caderno para anotações e compartilhar-lo com outras pessoas
- Ativar notificações para categorias específicas (pra quando houver novos conteúdos)
- Ver se amigos recomendaram tal conteúdo
- Acessar tudo isso de diferentes dispositivos com uma única conta.

Desenvolvimento

Modelo de Negócios

Apesar da definição de um modelo de negócios não ser o foco do projeto apresentado, é importante contemplar - mesmo que de forma superficial - essa questão. Isso facilita o entendimento do projeto como um produto e sua estratégia.

No livro Business Model Generation (OSTERWALDER e PIGNEUR, 2013) é apresentado um quadro (Figura 9) com nove componentes básicos que mostram a lógica de como uma organização pretende gerar valor.

Esses nove componentes cobrem as quatro principais áreas de um negócio: clientes, oferta, infraestrutura e viabilidade financeira. Esses componentes são: Segmentos de Clientes, Proposta de valor, Canais, Relacionamento com Clientes, Fontes de Receita, Recursos Principais, Atividades-Chave, Parcerias principais e Estrutura de Custo.

Adequando a plataforma a esses nove componentes, podemos entender melhor a dinâmica e estratégia do projeto:

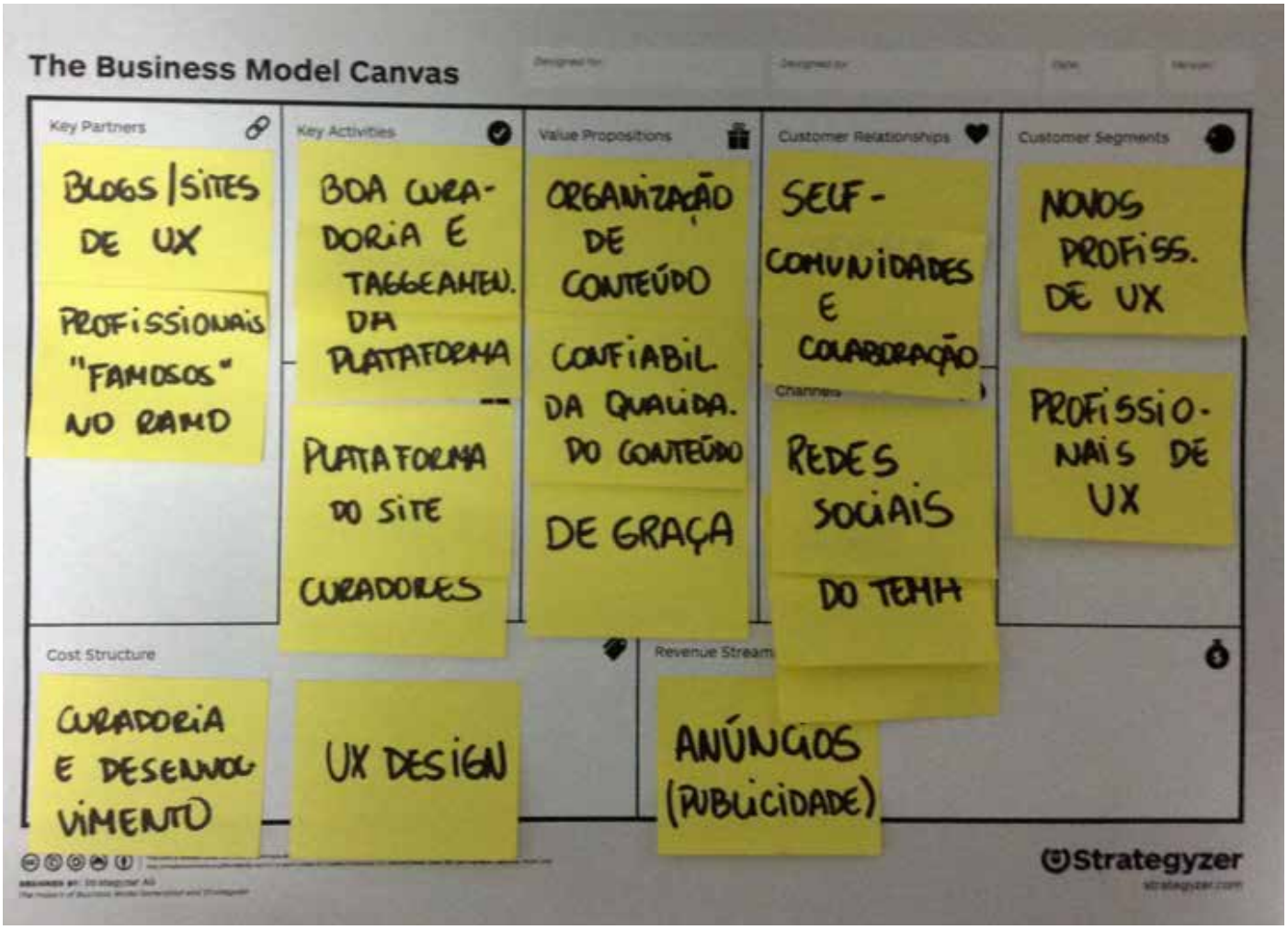


Figura 9 – Business Model Canvas

1. Segmentos de clientes: Profissionais de UX e Profissionais migrando para a área de Design da Experiência do Usuário

2. Proposta de valor: Organização de conteúdo de UX, confiabilidade da qualidade do conteúdo e tudo isso de graça para o usuário

3. Canais: Comunicação será feita através das principais redes sociais, blogs sobre UX e com um bom SEO(4) no Google

4. Relacionamento com Clientes: Comunidades online e Colaboração/Co-Criação (usuários participam do site enviando conteúdo).

5. Fontes de Receita: Anúncios (Publicidade). Produtos gratuitos geram alto tráfego na plataforma e aumentam os atrativos para os anunciantes

6. Recursos principais: Curadores/Editores, Plataforma e Desenvolvimento do site

7. Atividades-Chave: Boa curadoria, taggeamento e desenvolvimento da plataforma

8. Parcerias Principais: Blogs e Sites de UX e Profissionais "famosos" no ramo

9. Estrutura de Custo: Custos de desenvolvimento e manutenção da plataforma e custo de aquisição de usuários

A Dinâmica

A plataforma conta com um banco de dados de websites sobre UX Design, Inovação e Design como fontes de extração de conteúdo. Cada conteúdo desse, gera insumos para criação – manual - de uma gama de categorias com os principais assuntos de UX Design e disciplinas relacionadas (Ex.: Personas, Wireframes, Wearables, Mobile Design, Data-Centric Design, Métricas, entre outros). A ideia é que, feito isto uma primeira vez, as próximas vezes, sejam totalmente automatizadas.

Para que essa mecânica seja possível, foi utilizada uma lógica de programação chamada Raspagem de Dados(5) (Figura 10) . Ou seja, diariamente o sistema varre aqueles websites pré-definidos, coletando seu conteúdo para disponibilizá-lo na plataforma. Além disso, verifica palavras-chave que relacionem-se com as categorias já definidas do produto, para que não só o processo de coleta de conteúdo, mas também a categorização, sejam totalmente automáticos.

A plataforma também conta com uma parte de colaboração, ou seja, o usuário poderá enviar conteúdos que achar relevante para compor o repertório do produto. Ao inserir o link de conteúdo a ser enviado para o site, o sistema sugere, automaticamente, categorias relacionadas àquele conteúdo. Além disso, o usuário também poderá adicionar novas categorias que também podem ter relação com aquele link. A verificação do sistema será:

1. Caso o link enviado apresente pelo menos uma das categorias do sistema, este já entra automaticamente para biblioteca de links do site.
2. Caso contrário, uma curadoria de conteúdo será necessária para aprovação de novas categorias inseridas pelo usuário, que poderão até fazer parte do banco de categorias já existentes permanentemente.

4. Search Engine Optimization é a otimização de uma página (ou site inteiro) para ser melhor compreendido pelas ferramentas de busca. A consequência da utilização do SEO é o melhor posicionamento de um site em uma página de resultados de uma busca.

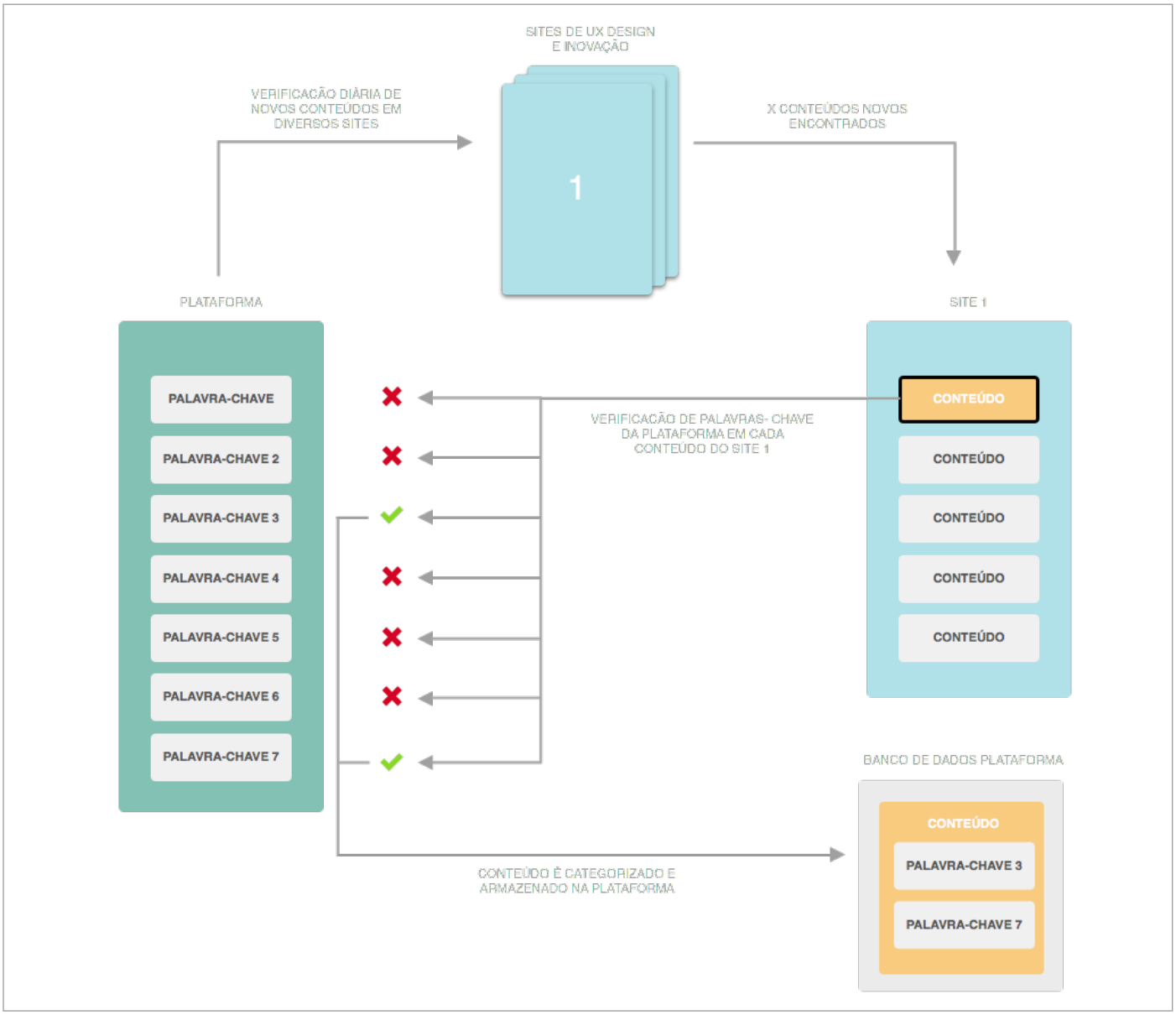


Figura 10 – Dinâmica de Raspagem de Dados

Quanto mais rica e específica essa categorização, melhor será a filtragem e a busca de conteúdos pelo usuário.

Em seu espaço pessoal na plataforma – que estamos chamando de “Caderno” - o usuário pode organizar seu conteúdo Favoritado por meio de Tags. Essas Tags pertencerão e estarão disponíveis apenas para o usuário que as criou e podem ser criadas da maneira que cada um achar melhor. Atenção: Tags e Categorias não tem nenhuma relação. Categorias são uma organização automática da plataforma e Tags uma organização pessoal de cada usuário.

Outra funcionalidade importante da platafor-

5. Raspagem de dados é uma técnica de extração de dados onde é possível recuperar informações de websites.

ma é a adequação do conteúdo externo (ou seja, pertencente a outro website) a um template da própria plataforma. Isso também é possível com o uso de um algoritmo que "quebra" a página em diversos componentes como - título, autor, imagem, texto completo, ícones, entre outros – e depois relaciona estes mesmos componentes com o documento CSS(6) da plataforma citada. Atualmente, já existem diversos websites que utilizam desta dinâmica, tais como: Diffbot, Readbility, Pocket App.

Definição de Categorias

Para que Categorias fossem definidas e inseridas na plataforma foi necessário, primeiro, um mapeamento de tipos de conteúdo sobre a área de UX Design encontrados na web. Relembrando da pesquisa qualitativa realizada anteriormente, uma lista de sites mais acessados pelos pesquisados, para estudo sobre o assunto, foi usada para ajudar no mapeamento.

A grande maioria de tipo conteúdo encontrado foram artigos, mas também foi possível encontrar apresentações, vídeos, imagens ilustrativas, ferramentas, entre outros tipos de informação sobre design da experiência do usuário. A partir disso, uma seleção manual de temas dentro de UX foi feita e daí a definição de 64 Categorias dentro deste universo para serem usadas na plataforma. Estas serão: User Experience (Design da Experiência do Usuário), Interaction Design (Design de Interação), Wearables, User Research (Pesquisa com Usuários), User Interface, Interfaces, Wireframes, Métricas, Tracking, SEO, Cenários de Uso (User Scenarios), Usabilidade, Road Map, Scrum, Benchmark, Personas, Modelo de Negócios, Carreira e Mercado, Focus Group, Card Sorting, Mapa do Site (Sitemap), Fluxos, Linguagem do Sistema, Mensagens do Sistema, Prototipagem, Análise Heurística, Teste de Usabilidade, Controle de Qualidade, Acessibilidade, Dados (Data), Adobe, Photoshop, Illustrator, Sketch, Axure, Omni Graffle, Agile, Android, iOS, Inteligencia Artificial, Browsers, Realidade Aumentada, Gerenciamento de Projeto, Estratégia de Conteúdo (Content Strategy), Desenvolvimento, HTML, CSS, Código, Programação, E-Commerce, Gestos (Gestures), Interação Humano-Computador, Arquitetura de Informação, Dispositivos, Navegação, Aplicações Mobile, On Boarding, Tecnologia, Inovação, Visual Design, Stakeholders, Brainstorming, Processo (Process), Métodos, Metodologia, Design Centrado no Usuário.

Divulgação e População

Observando do ponto de vista de Produto é necessário que haja uma preocupação na divulgação do site. Porém, mais do que isso, se levarmos em conta que uma parte importante da plataforma são as recomendações de conteúdos por outros usuários, é necessário trazer usuários que "preencham" o ambiente num primeiro momento. As prin-

6. Cascading Style Sheets (CSS) é uma "folha de estilo" utilizada para definir a apresentação (aparência) em páginas da interent. O CSS define como serão exibidos os elementos contidos no código de uma página da interne.

cipais ações para começar esse movimento serão:

- Convidar profissionais “famosos” e influentes na área para recomendar conteúdos.
- Divulgação em grupos da área em todas as redes sociais.
- Divulgação em blogs bem acessados do assunto (Oferecendo em troca dar destaque a conteúdos daquele site na plataforma).
- Trabalho de SEO para destaque na busca do Google.

No mais, essa população inicial também é importante para a sustentação da fonte de receita do produto, baseada em anúncios e publicidade. Como citado acima, é importante que o site gere alto tráfego de usuários, isso tudo para que a plataforma se torne atrativa para os anunciantes.

Identidade Visual e Naming

Antes de aplicar as metodologias de UX para o desenvolvimento da plataforma, foi necessário a escolha de um nome e identidade visual do produto. Estes são importantes para estabelecer o posicionamento que o produto terá. Já de antemão, gostaria de manter uma linguagem simples para identidade do produto com foco total em sua funcionalidade de organização. E que essa simplicidade se traduza não só em elementos visuais, mas também no nome do produto, no uso e nas interações com a interface final.

Naming

Uma das funções mais importantes do naming, é reforçar um atributo principal ou diferencial de um produto ou serviço. Para o presente projeto, seria interessante reforçar a principal característica da plataforma: organização. Com isso em mente, um lista de palavras relacionadas a organização foi gerada e depois de uma filtragem, ao final convergiu para um só nome: **etiqueta.**

O termo Etiqueta abrange diversos significados, mas basicamente trata-se de uma anotação acoplada a um objeto ou item para sua identificação ou classificação. Dessa forma, a escolha do nome para a plataforma é justamente pelas etiquetas serem um instrumento muito cotidiano e de uso comum para organização em geral.

Identidade Visual

Após a escolha do nome, foi o momento da definição de toda identidade visual do etiqueta, ou seja, todos elementos tais como – marca, cores, tipografia, grafismos, entre outros - que representariam visualmente a plataforma.

Um passo antes das definições, foi uma busca por referencias (Figura 11) visuais que posteriormente, virou uma espécie de moodboard.

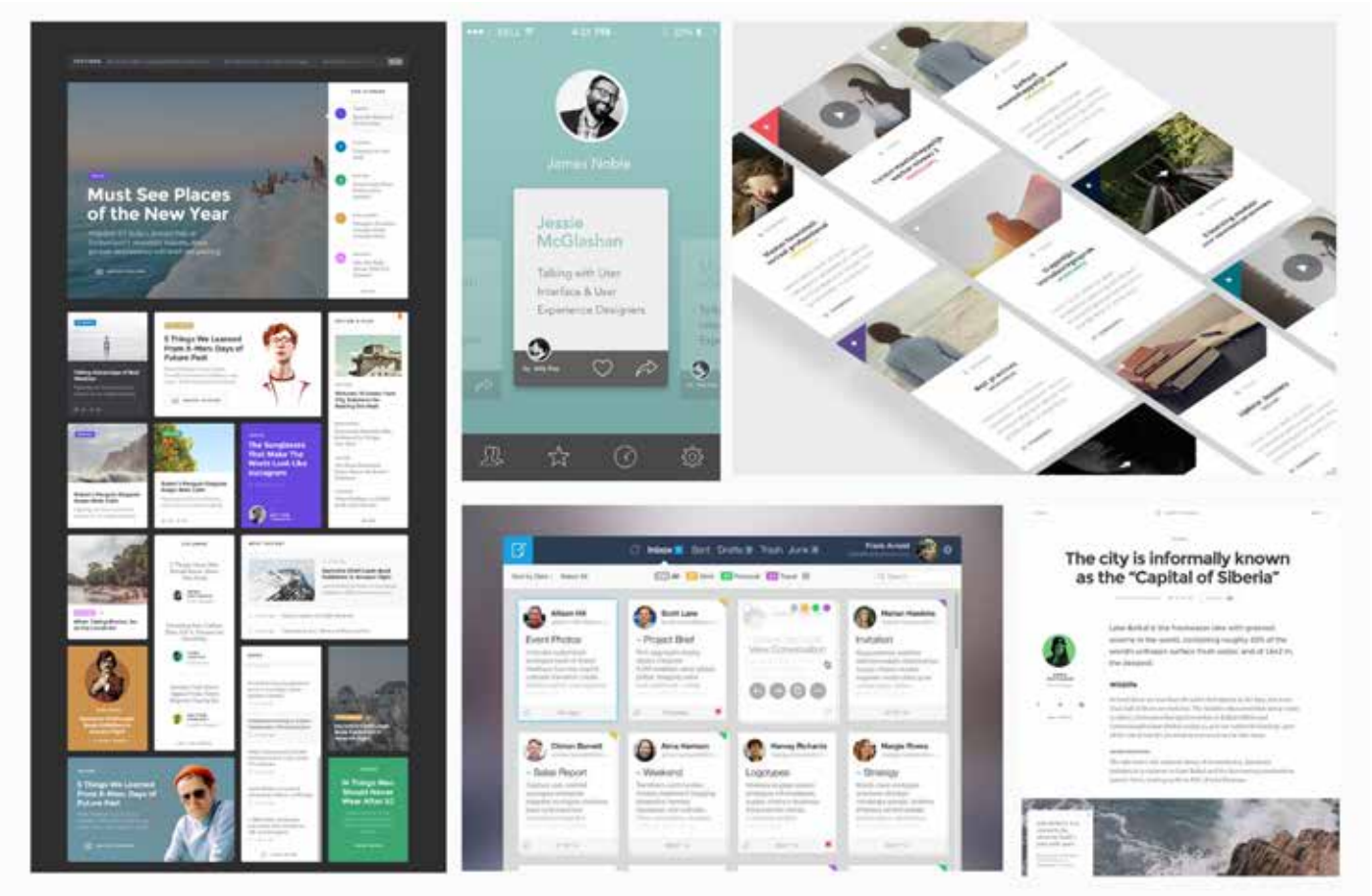


Figura 11 – Moodboards de referência para identidade visual do produto

Cores

A paleta de cores derivou, naturalmente, da pesquisa por referências anterior. A ideia foi seguir com uma paleta bem neutra, com diferentes tons de cinza, variando do preto ao branco. Além disso, foi definida uma cor principal – que posteriormente seria aplicada a marca e nos principais elementos da interface - e também duas cores secundárias, para pequenos elementos do site.

As cores são capazes de transmitir e desencadear diferentes sensações na percepção de uma marca. Por isso, para a escolha da cor principal, priorizei tons de azul e verde que normalmente passam uma sensação de produtividade, intelectualidade e equilíbrio.

Tipografia

A escolha tipográfica para uma plataforma digital tem especial importância, pois impacta diretamente em sua performance. Ou seja, a escolha de uma família tipográfica muito pesada ou o uso de diversas famílias diferentes, podem deixar o site mais lento e prejudicar a experiência do usuário. Além disso, era preciso que a tipografia proporcionasse facilidade de leitura para o usuário, já que, uma das principais funções da plataforma é justamente consumo de contéudo escrito.

Dessa forma, a decisão teve como prioridade a performance e legibilidade. E por isso foi escolhida a tipografia **Open Sans**. A Open Sans é uma das *web fonts* mais populares atualmente e além de não prejudicar o desempenho do site, ela vem em diversos pesos, tem ótima legibilidade e é gratuita.

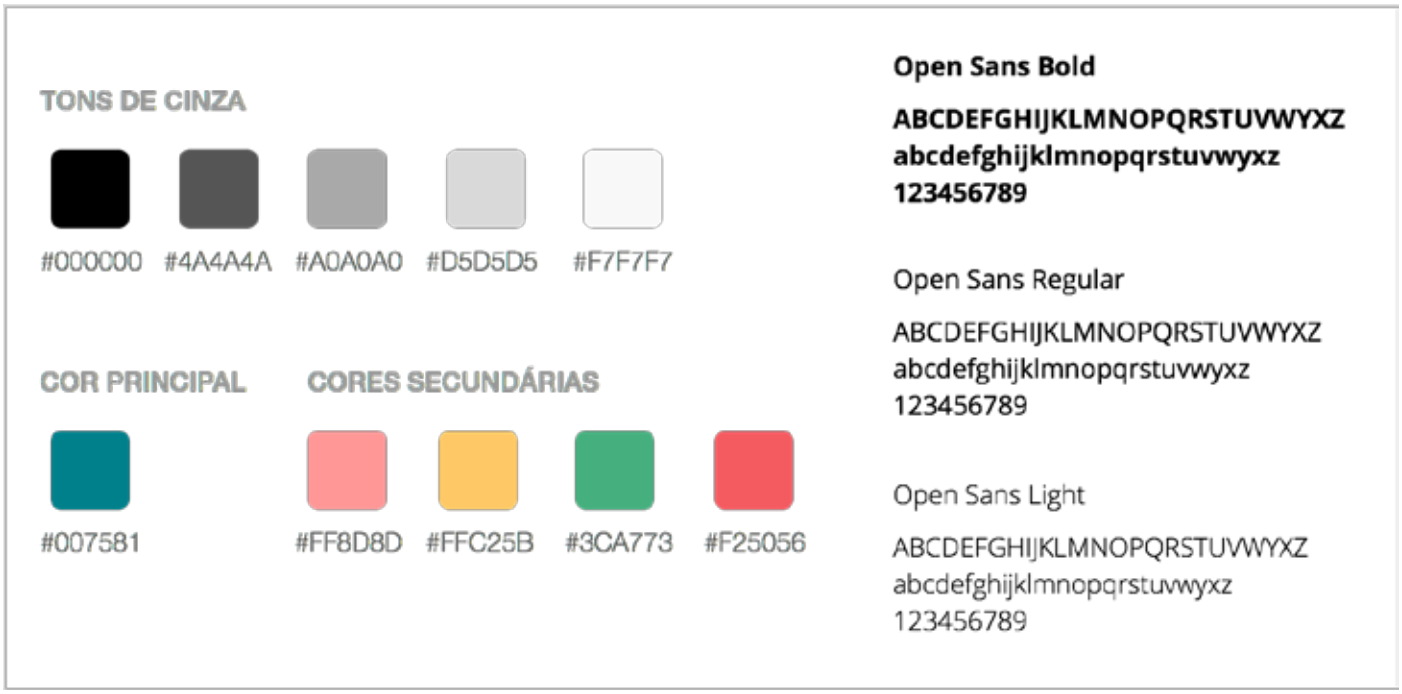


Figura 12 – Cores e Tipografias usadas

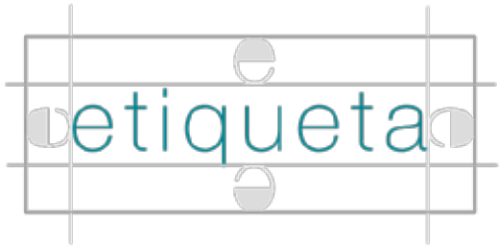
A Marca

Para compor a identidade do etiqueta, era necessário também, o desenvolvimento de uma marca. Não diferente de toda estética e abordagem simples desejado para a plataforma, a intenção era que o logo comunicasse objetivamente o própósito da plataforma. Como na geração de ideias para o nome da plataforma, alguns conceitos e desenhos foram explorados para darem vida ao Etiqueta. Ao final, a marca projetada encaixou-se na categoria de *wordmark* ou logotipo. Isto é, um logo com tratamento exclusivamente tipográfico, sem íconografia ou ilustração relacionada diretamente ao desenho da marca. A representação da palavra Etiqueta, tornou-se o símbolo visual da plataforma.

etiqueta

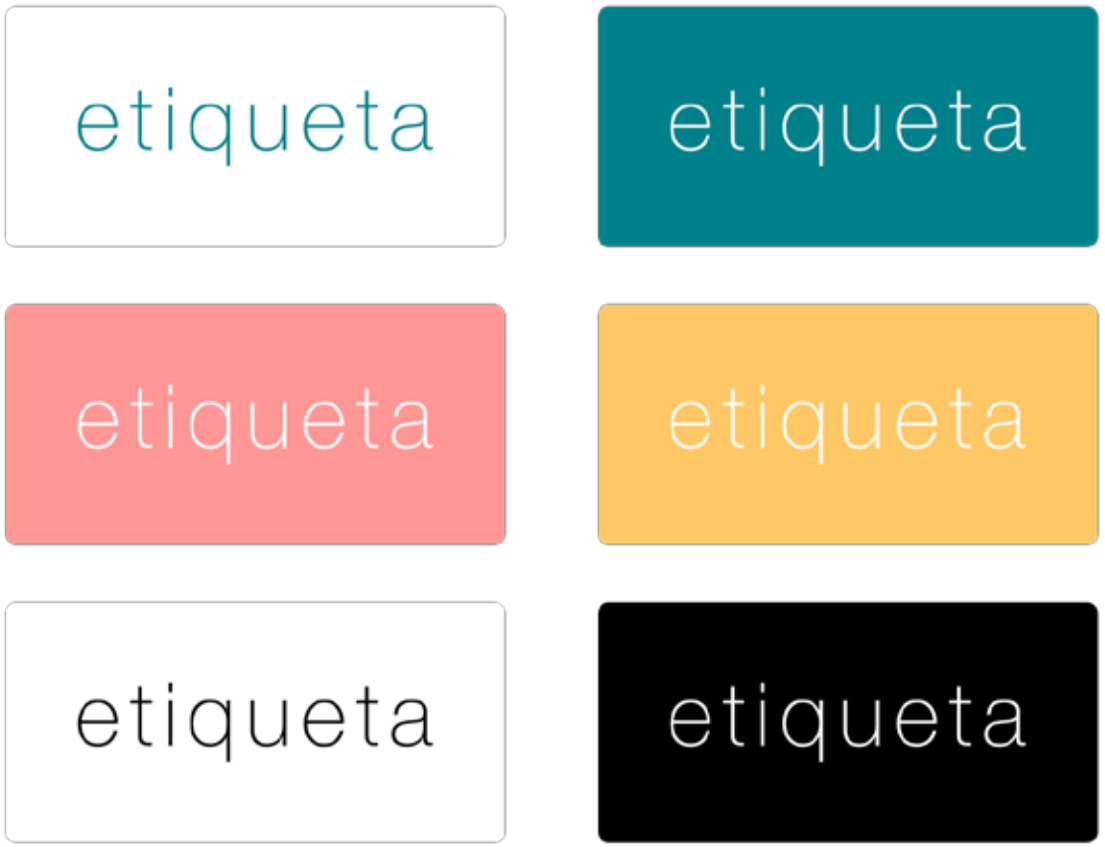
A Marca

ÁREA DE PROTEÇÃO



REDUÇÃO MÁXIMA

VERSÕES DO LOGO EM CORES E MONOCROMÁTICA



Criação de Personas

Em UX, o usuário é um dos principais pilares para se projetar a experiência. A criação de Personas, é um método realizado como forma de entender e enxergar melhor o público-alvo. Através de pesquisas para conhecer a personalidade, motivações e objetivos do público-alvo de um determinado produto, cria-se uma ou mais personas, que representam grupos específicos de usuários. As personas vão criar insumos e ajudar nas decisões de projeto relacionadas a recursos, funcionalidades e fluxos que devem estar contidas na plataforma.

HENRIQUE PITTA

Idade: 27 anos

Estado Civil: Solteiro

Formação: Comunicação Social

Pós-graduação: Não cursou ainda

Cargo: Arquiteto de Informação (3 anos na área)

Interesses: Netflix, séries, beber com amigos, visitar museus e andar de bike

"O conteúdo organizado do Eitqueta facilitou meu aprendizado quando eu tinha pouca noção do que era User Experience Design"

Henrique é relativamente novo na área, trabalha apenas há 3 anos. Apesar de sua formação na faculdade ser Comunicação Social, por meio dos estágios que fez durante este período, acabou descobrindo a área de Design da experiência do usuário. Unindo essa descoberta com sua fascinação por tecnologia, logo de cara se identificou e apaixonou -se pela profissão. Henrique tem favoritado em seu browser uns 5 ou 6 sites sobre UX que ele tenta acompanhar diariamente, mas com sua rotina corrida fica complicado de acompanhar todos os novos artigos e frequentemente acaba perdendo uma quantidade grande de informação. Aquele conteúdo fica perdido.

Por que irá usar o produto?

Henrique utilizou muito a plataforma durante seu estágio em uma agência de design digital onde teve que correr atrás pra aprender um pouco mais sobre o que era UX Design. Hoje, ele acessa quando tem dúvidas pontuais em relação a métodos ou "entrregáveis" de Arquitetura e para se certificar que está por dentro de todos as novidades de UX surgindo por aí. Ele confia na plataforma e sabe que lá irá encontrar a informação que procura de forma assertiva e sem perder muito tempo (que no caso dele, já é escasso).

Qual sua motivação de uso?

Além de encontrar rápido o que procura, é importante que ele consiga salvar para ler depois conteúdos que ele achou interessante, mas não conseguiu dar atenção de cara. Além disso, o fato dos usuários, ou seja, outros profissionais da área, poderem recomendar (avaliar) os conteúdos que consideram melhor na plataforma, motiva Henrique a sempre consultar a plataforma.

Quando e onde Henrique consome a plataforma?

Na maior parte do tempo, Henrique consome aquele conteúdo enquanto está no horário de trabalho, em seu computador de mesa. Mas de vez em quando, também consulta a plataforma pelo celular pra resgatar algum link interessante. Depois aproveita e manda no whatsapp pra seus colegas do trabalho.

CAROL TAVARES

Idade: 32 anos

Estado Civil: Casada

Formação: Design Gráfico

Pós-graduação: Design Centrado no Usuário

Cargo: Designer de Interação (6 anos na área)

Interesses: Cozinhar, Desenhar, e Ler.

"Como toda informação bacana de lá já está organizada por mim de acordo com os projetos que estou trabalhando no momento, é super rápido quando quero consultar algum conteúdo específico."

Carol já tem bastante experiência na área de UX. Quando era estudante, viu poucas coisas de Design Digital, afinal, naquela época, pouco falava-se de internet. Já empregada, começou a acompanhar melhor o trabalho de um Arquiteto de Informação na empresa e apaixonou-se pela quebra de paradigmas do desenho em impressos para o desenho digital. Dali pra frente, descobriu um mundo de possibilidades projetando interfaces.

Por que irá usar o produto?

Atualmente, Carol é Designer de Interação Senior. No entanto, ela sabe que, por mais que já tenha 6 anos de experiência em UX Design, essa é uma área muito dinâmica e que está em constante movimento. Por isso, ela acha importante estar sempre se atualizando sobre novos métodos de trabalho ou programas novos para se trabalhar. Carol também acha bacana poder guardar aqueles conteúdos que achou mais interessantes e poder consultá-los a qualquer hora com rapidez. Vai que ela precisa mandar pra alguém aquela matéria sobre as micro interações do Apple Watch?

Qual sua motivação de uso?

Grande parte do tempo a plataforma é consumida pela Carol através de seu notebook, no ambiente de trabalho mesmo. Dificilmente ela usa a plataforma pelo celular ou tablet, apenas para alguma consulta rápida.

Quando e onde Henrique consome a plataforma?

Na empresa em que trabalha atualmente, Carol é gestora de 2 estagiários e sente-se parcialmente responsável pela formação deles na profissão. Por isso, o fato da plataforma possuir um espaço privado para que ela organize os conteúdos que acha mais relevantes, é a motivação para que Carol use-a com frequência. É super prático para ela organizar seus próprios “cadernos” dentro da plataforma e compartilhá-los com seus estagiários. Dessa forma, além de endereçar certas leituras e conteúdos que acha interessante para eles, Carol pode adicionar notas sobre cada conteúdo e ver o que cada um dos seus estagiários acharam.

Sitemap

Um sitemap é, basicamente, um diagrama hierárquico que apresenta a estrutura de um site ou um aplicativo, explicitando suas páginas e principais funções. A construção de um sitemap é um passo importante durante o processo de UX, pois ele garante que o conteúdo estará exatamente onde os usuários o esperam encontrar.

A primeira etapa para o desenvolvimento do sitemap foi pensar nas estruturas mais macro da plataforma (Figura 13), começando pela homepage e assim nomear os principais ambientes ou funcionalidades. A partir daí, era especificar as páginas, funcionalidades e / ou comportamentos de cada uma dessas estruturas macro.

Uma parte essencial na criação da arquitetura de informação de um projeto é nunca esquecer que esses fluxos estão sendo criados para suprir as expectativas de um público-alvo específico. Dessa forma, é importante sempre analisarmos as Personas do projeto para que a experiência esteja adequada ao contexto de uso de cada usuário. Antes de começar a estruturar os ambientes mais micro da plataforma, adequei a estrutura primária (Figura 14) do sitemap adicionando uma página de "O que é UX?".

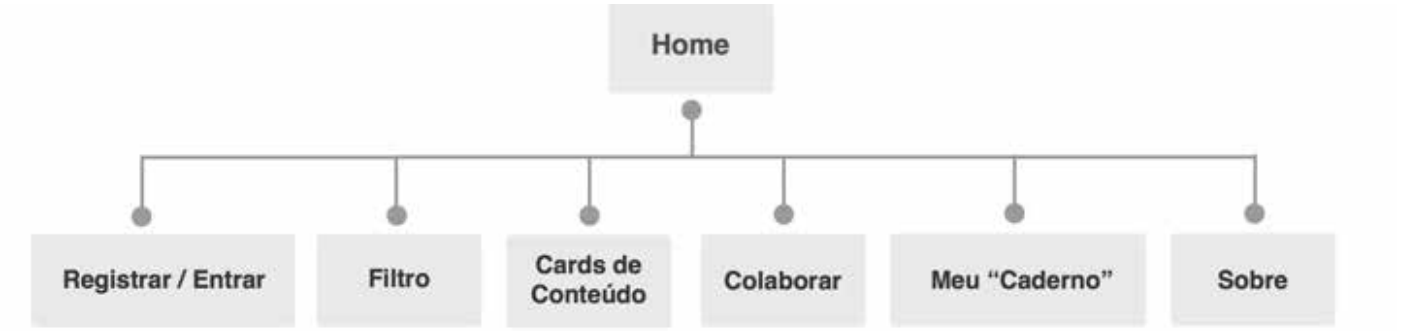


Figura 13 – Estrutura primária mais macro da plataforma

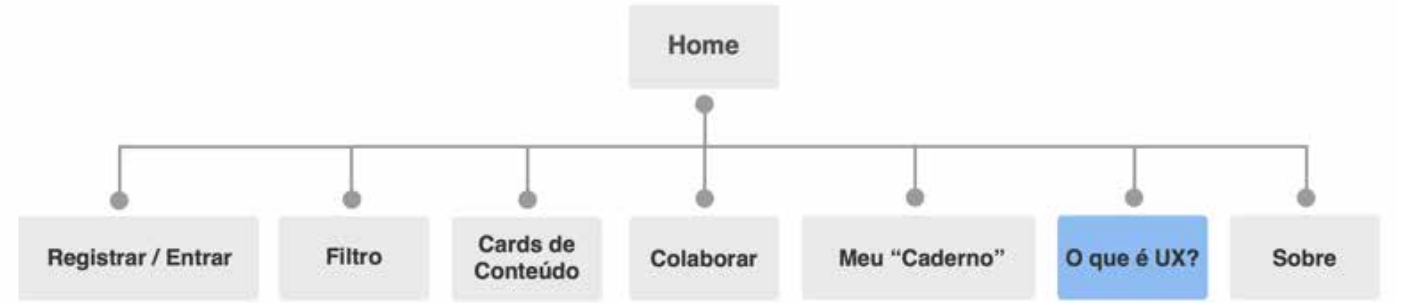
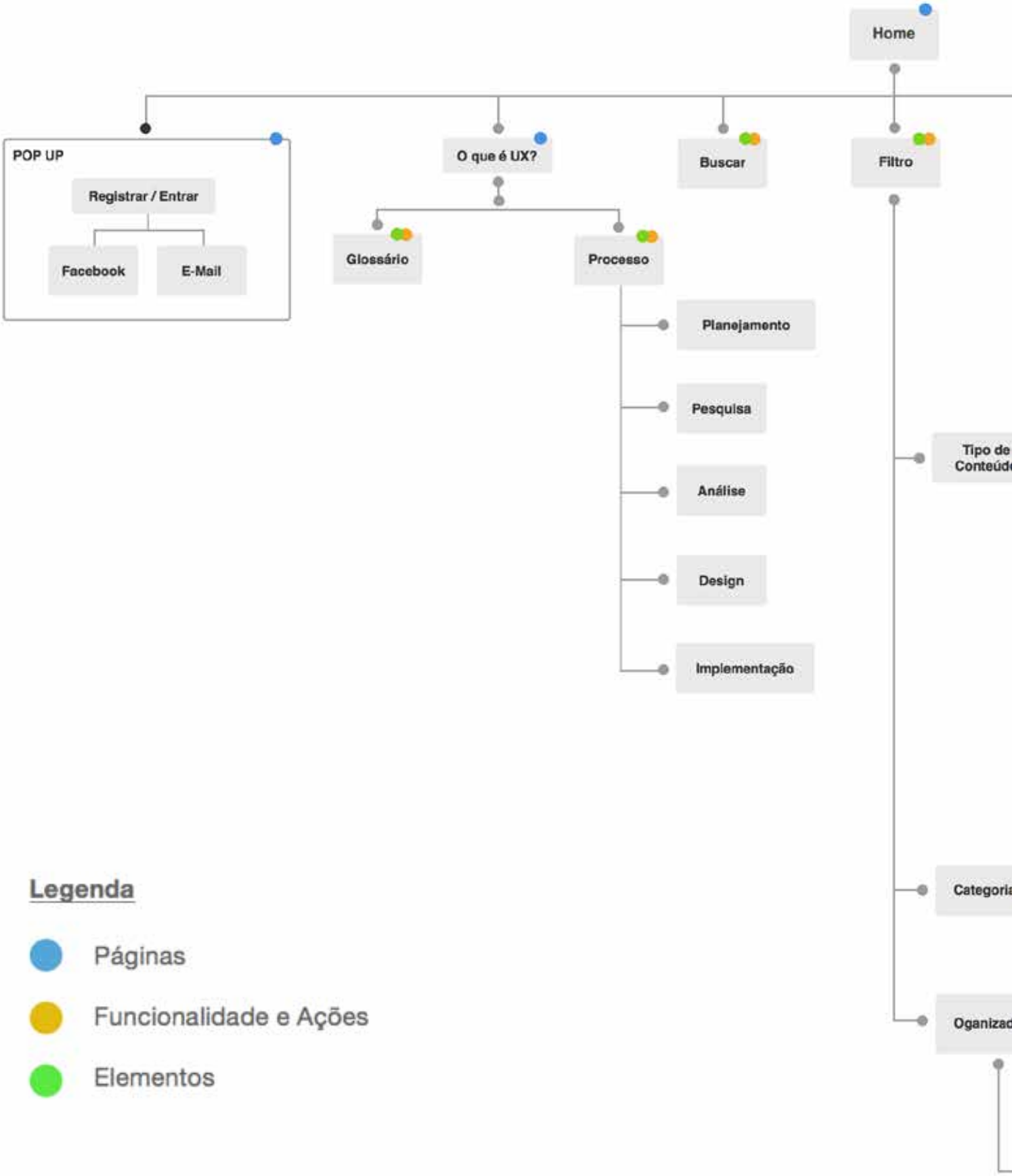
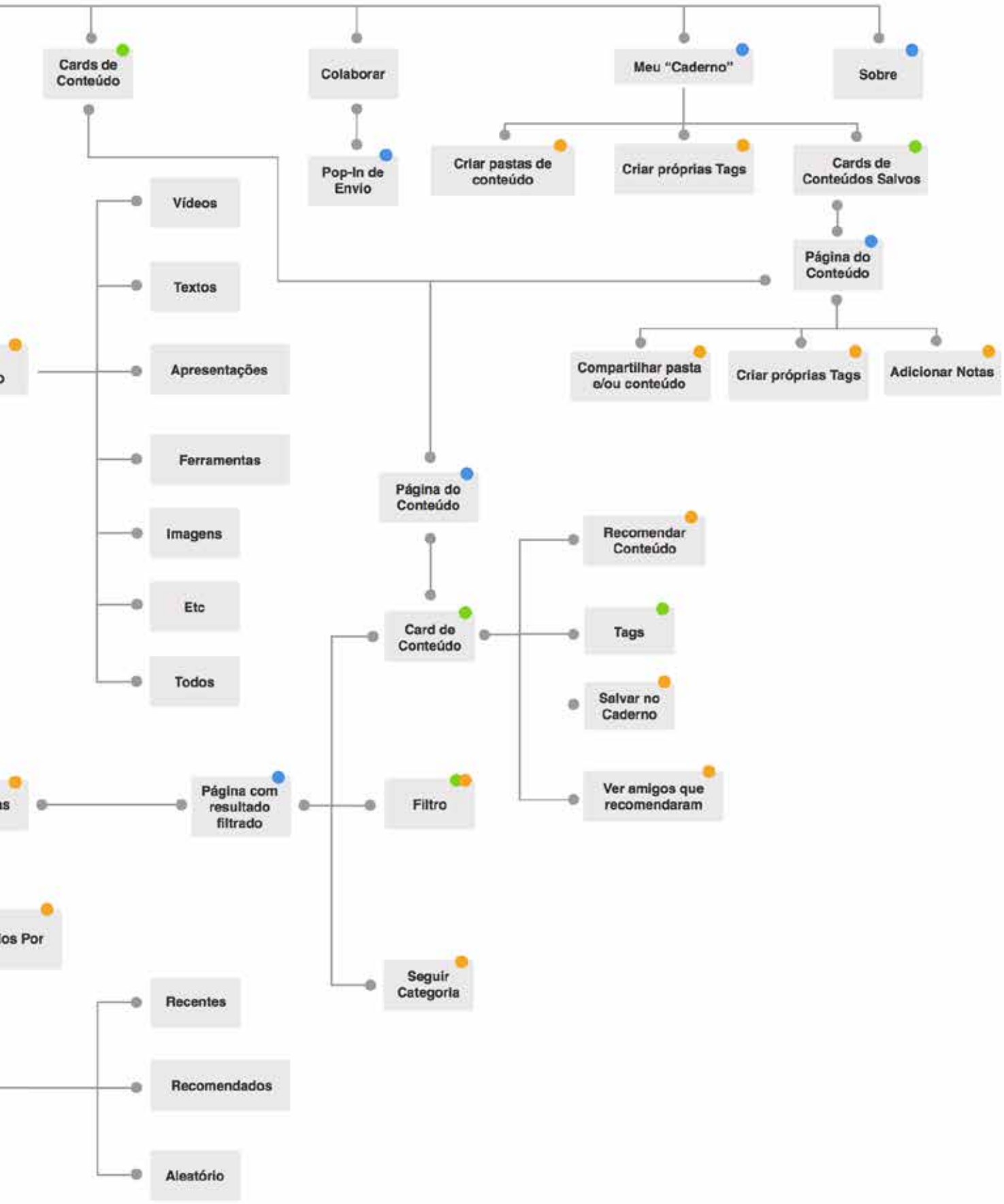


Figura 14 – Estrutura primária com adição do ambiente "O que é UX?"

Se revisitarmos as Personas do projeto, Henrique representa um público que acaba de chegar na profissão e ainda tem pouca bagagem para entender o que é o Design da Experiência do Usuário. Assim, essa inserção na arquitetura tem uma grande relevância.

O sitemap abaixo, por fim, é a estrutura completa da plataforma. Com o decorrer do protejo é possível que novas funcionalidades surjam, e consequentemente, pequenas alterações se farão necessárias no diagrama apresentado.


Home
POP UP
Registrar / Entrar
Facebook
E-Mail
O que é UX?
Glossário
Processo
Planejamento
Pesquisa
Análise
Design
Implementação
Buscar
Filtro
Tipo de Conteúd
Categoria
Oganizac
Legenda
Páginas
Funcionalidade e Ações
Elementos


Cards de Conteúdo
Colaborar
Meu "Caderno"
Sobre
Pop-In de Envio
Criar pastas de conteúdo
Criar próprias Tags
Cards de Conteúdos Salvos
Página do Conteúdo
Compartilhar pasta e/ou conteúdo
Criar próprias Tags
Adicionar Notas
Vídeos
Textos
Apresentações
Ferramentas
Imagens
Etc
Todos
Página do Conteúdo
Recomendar Conteúdo
Card de Conteúdo
Tags
Salvar no Caderno
Página com resultado filtrado
Filtro
Ver amigos que recomendaram
Seguir Categoria
Recentes
Recomendados
Aleatório

Fluxos e Wireframes

Com a estrutura e arquitetura do projeto definidas o próximo passo é a definição de fluxos e o desenho dos wireframes. Estes, nada mais são, do que esqueletos da interface e são usados para demonstrar como a mesma deve funcionar e quais informações estarão contidas em cada ambiente da plataforma. Junto com o sitemap, o desenvolvimento de wireframes é uma parte essencial do projeto, pois é nesse momento em que é decidido a navegação, usabilidade e disposição de todo conteúdo.

É importante lembrar que os wireframes sejam feitos sempre da maneira mais simples possível, como um rascunho.

Nos esqueletos e fluxos abaixo, foi contemplado o contexto do dispositivo celular para definir um modelo de navegação básico para a plataforma. Isso se deve, pois, por ser um dispositivo com um "espaço de tela" mais limitado, normalmente, a complexidade em projetar para esse cenário é muito mais elevada que num cenário *desktop*.

A ideia então foi trabalhar basicamente com páginas e "camadas" para facilitar a navegação do usuário dentro do sistema (Figura 14). Desta forma, ambientes macro que tenham maior importância na plataforma, ou seja - home, meu caderno e o que é UX - serão páginas. E, ambientes de menor relevância na plataforma como - escolha de filtro, edição de perfil, visualização de conteúdo - carregarão como camadas sobre as páginas principais.

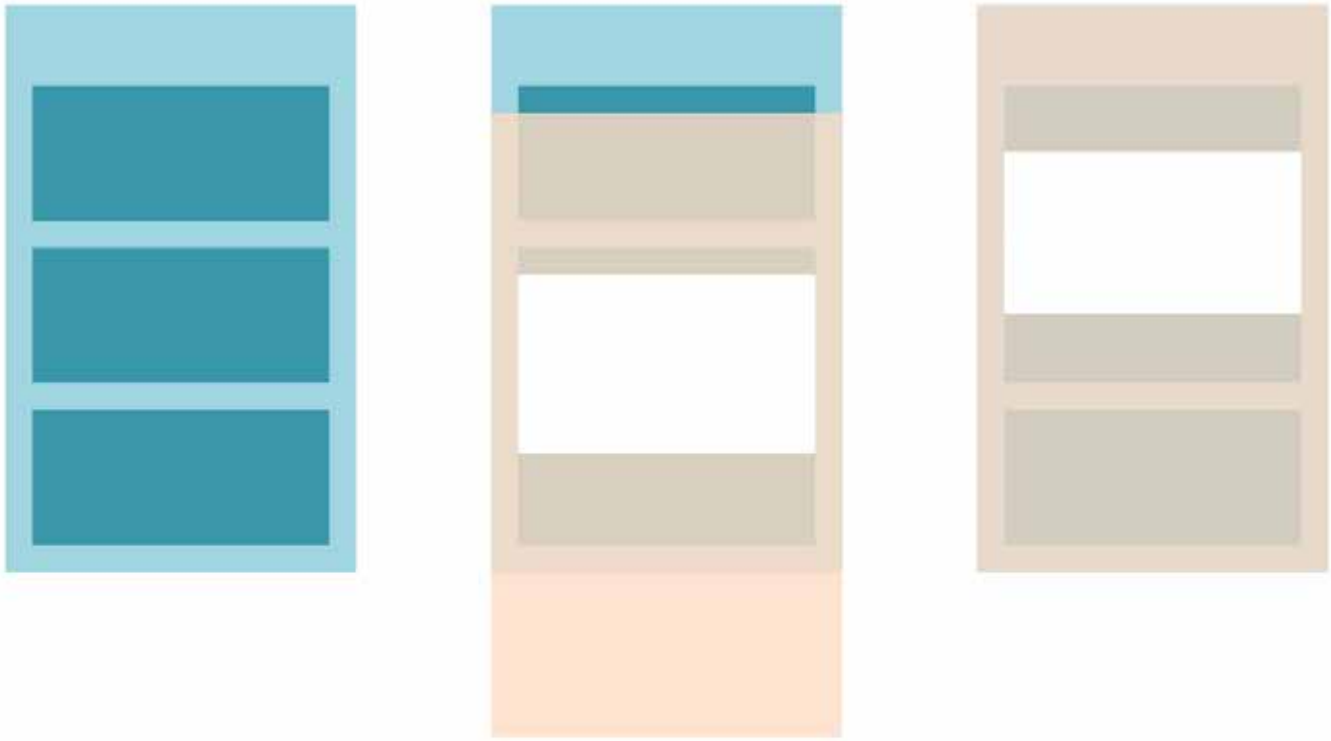
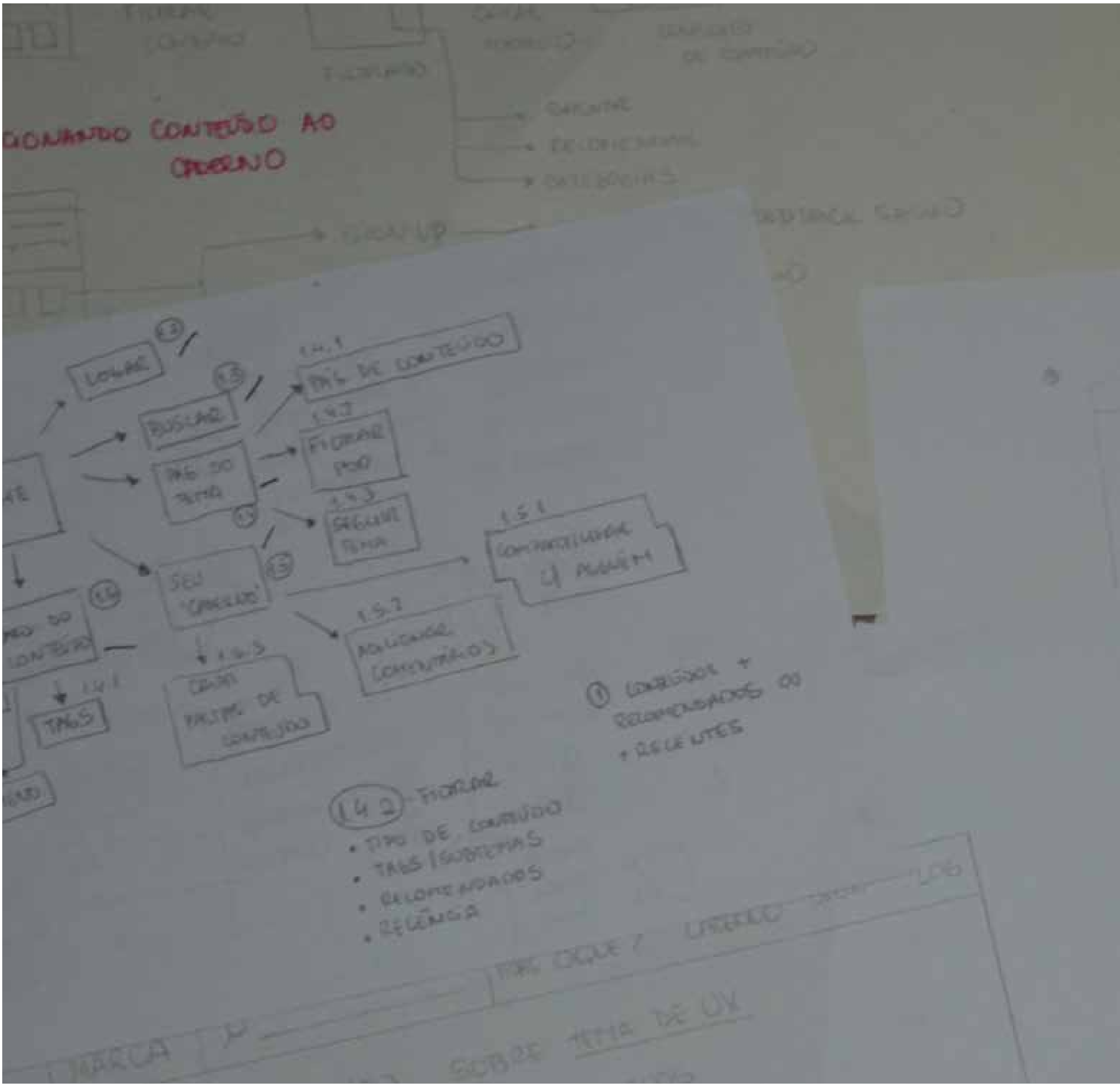


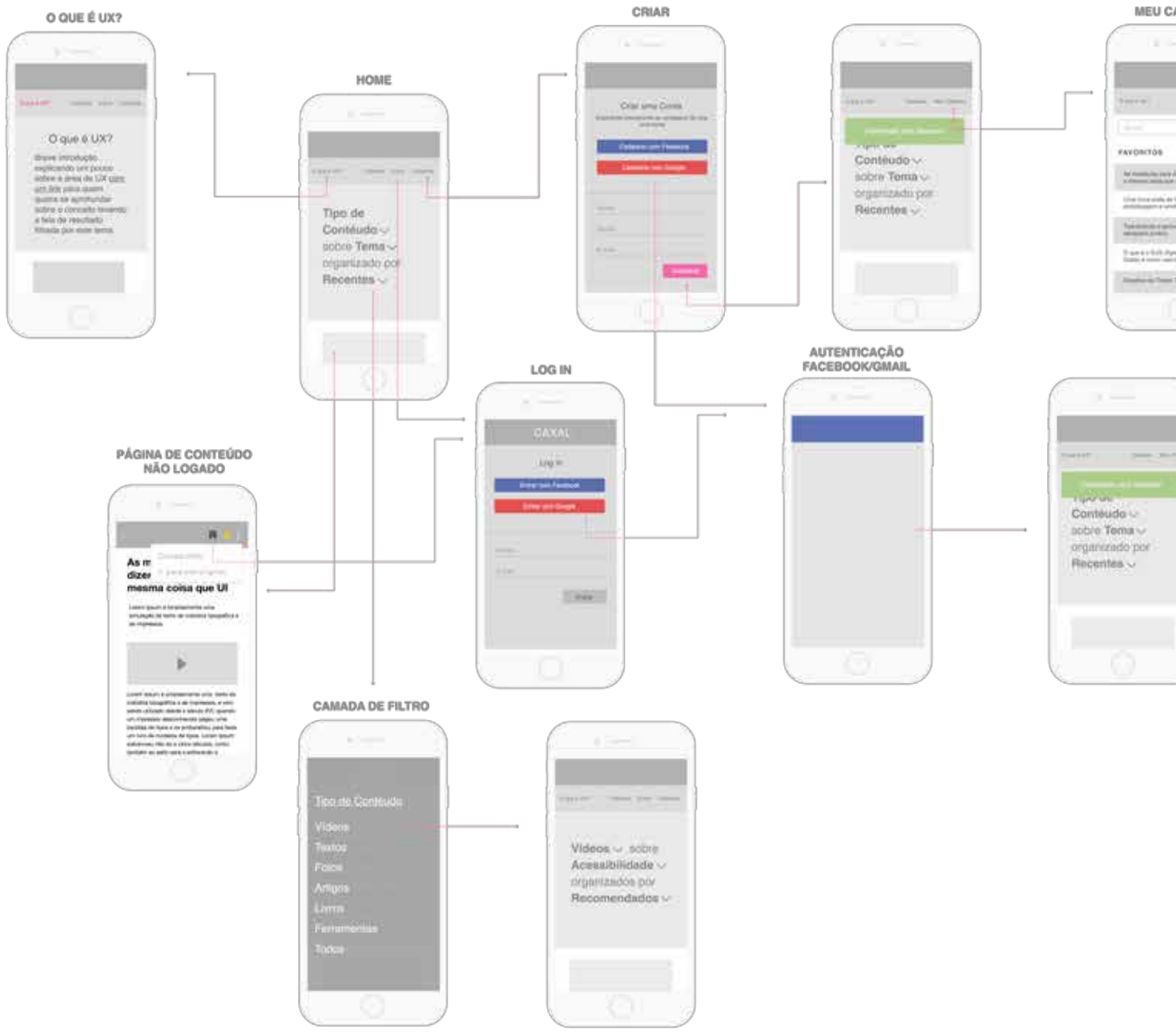
Figura 14 – Esquema de transição e navegação entre Páginas e Camadas

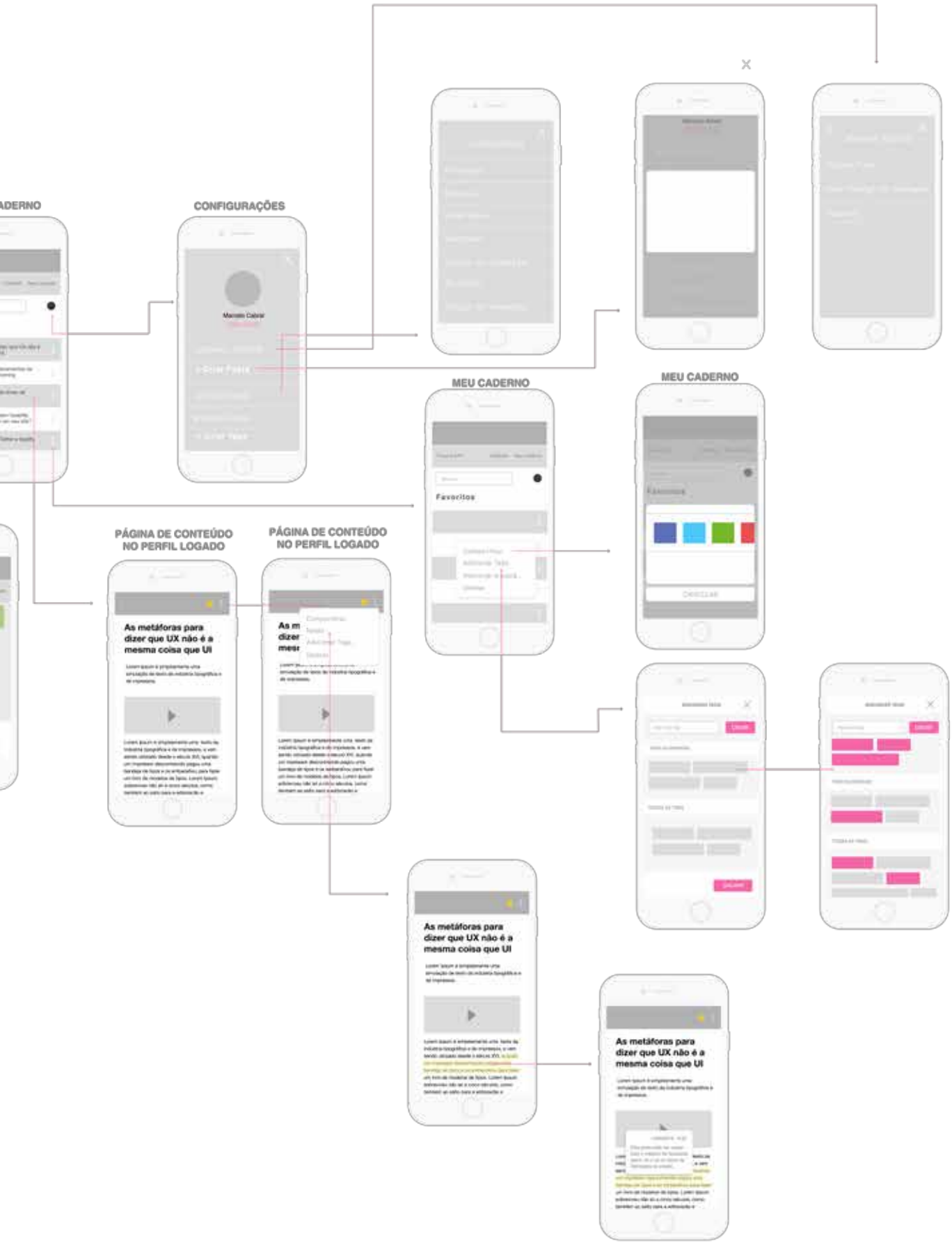
Antes da definição dos fluxos principais e secundários, foi necessário a definição de quais componentes estariam contidos em cada área da plataforma. Para isso, o primeiro passo foi desenhar wireframes e refletir sobre cada componente e seu posicionamento na interface: botões, filtros, menus, como estariam organizados os conteúdos e como seria essa visualização.

A melhor maneira de traduzir o projeto nos primeiros wireframes é em papel mesmo, assim a gente garante a baixa fidelidade que um esqueleto de plataforma deve ter.

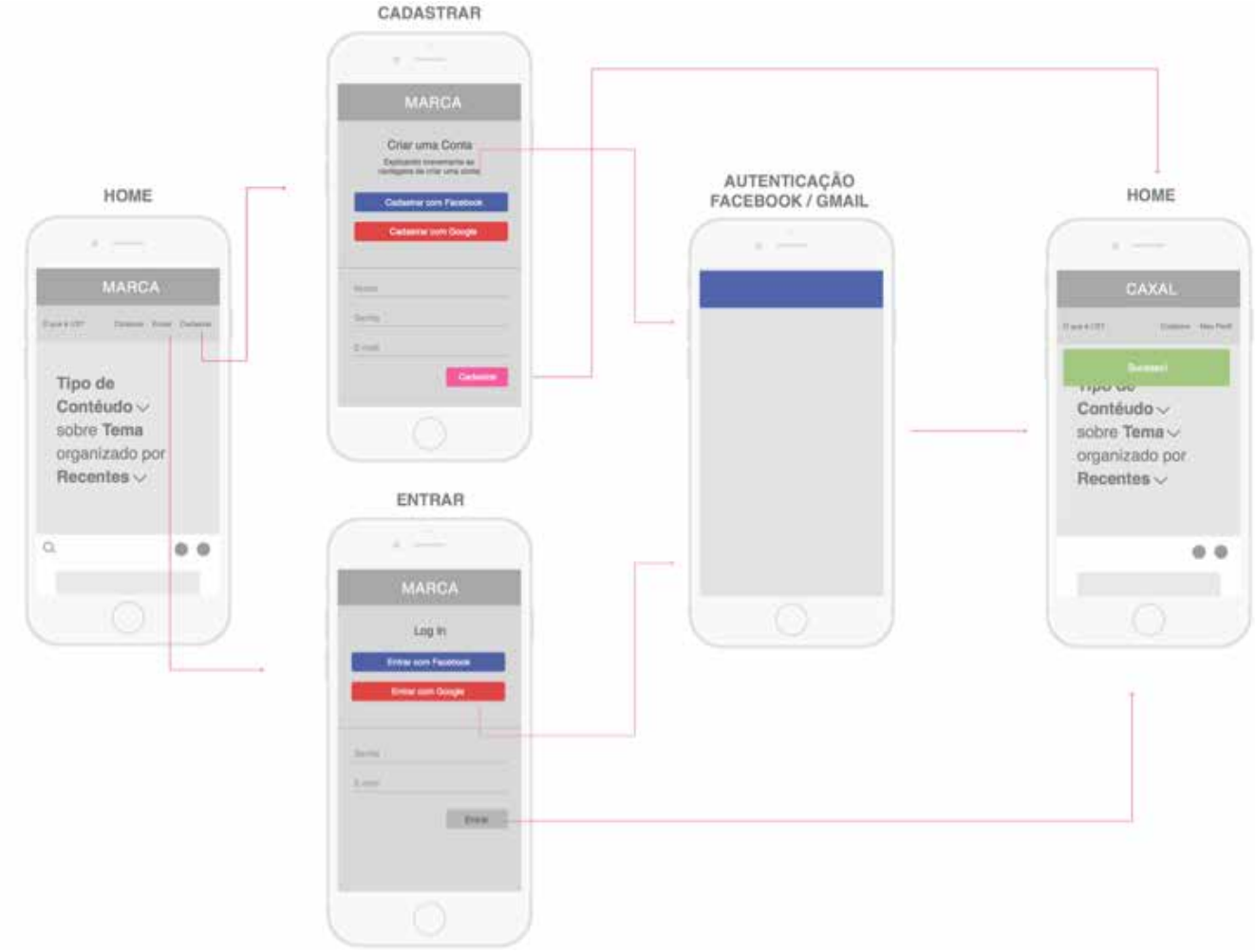


Logo após, podemos conferir o fluxo macro da plataforma, ilustrado com os wireframes da versão responsiva para celular. E então, visando facilitar o entendimento do funcionamento do Etiqueta, este fluxo macro foi quebrado em pequenos fluxos. Os fluxos micro representam as principais ações que a plataforma oferece. Estas são: Cadastro e Acesso, Busca de Conteúdo, Página de Conteúdo, Página de Conteúdo detalhada, Meu Caderno e Configurações.

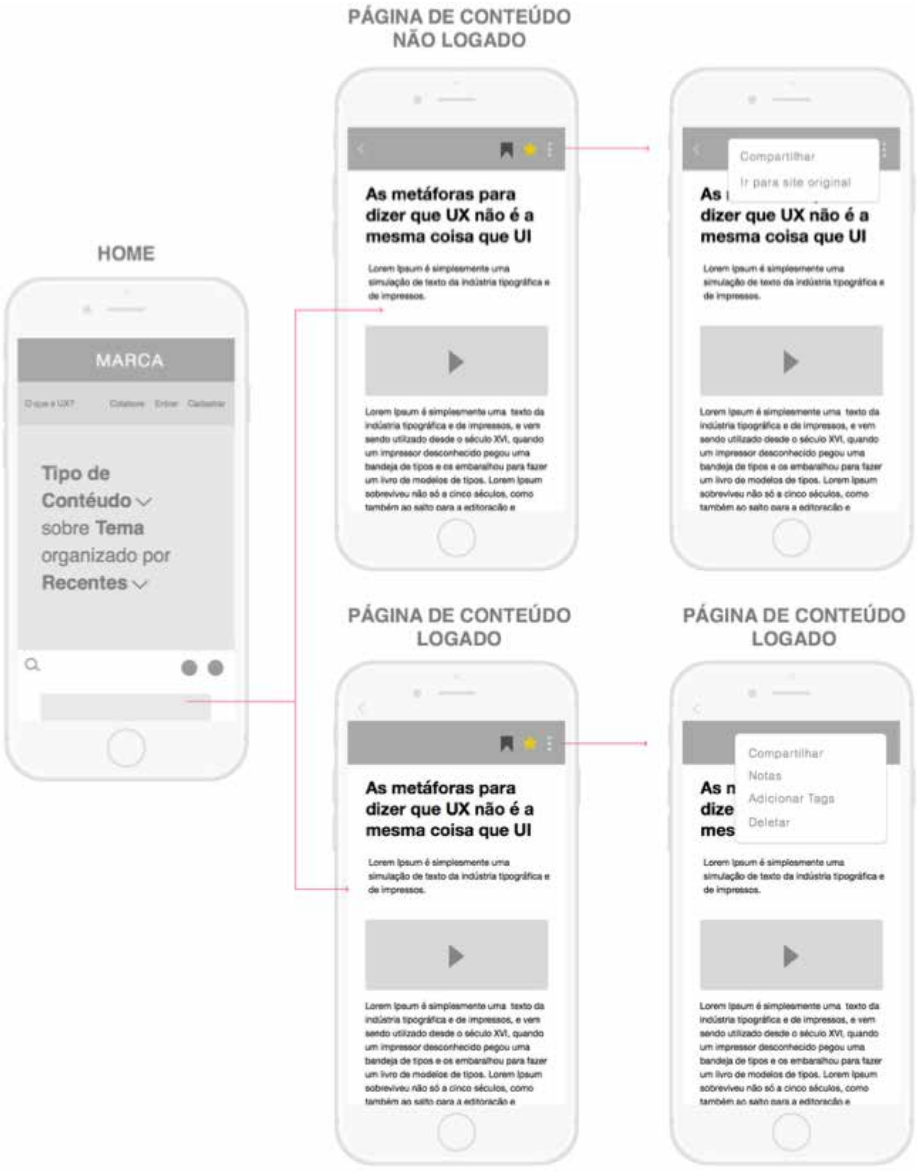

O QUE É UX?
O que é UX?
HOME
Tipo de
Conteúdo
sobre Tema
organizado por
Recentes
CRIAR
Criar uma Conta
Conteúdo
sobre Tema
organizado por
Recentes
FAVORITOS
LOG IN
CAIXAL
Log in
AUTENTICAÇÃO
FACEBOOK/GMAIL
PÁGINA DE CONTEÚDO
NÃO LOGADO
mesma coisa que UI
CAMADA DE FILTRO
Tipo de Conteúdo
Vídeos
Textos
Fotos
Artigos
Livros
Ferramentas
Todos
Vídeos sobre
Acessibilidade
organizados por
Recomendados


ADERNO
CONFIGURAÇÕES
MEU CADERNO
MEU CADERNO
PÁGINA DE CONTEÚDO NO PERFIL LOGADO
PÁGINA DE CONTEÚDO NO PERFIL LOGADO
As metáforas para dizer que UX não é a mesma coisa que UI
As metáforas para dizer que UX não é a mesma coisa que UI
As metáforas para dizer que UX não é a mesma coisa que UI

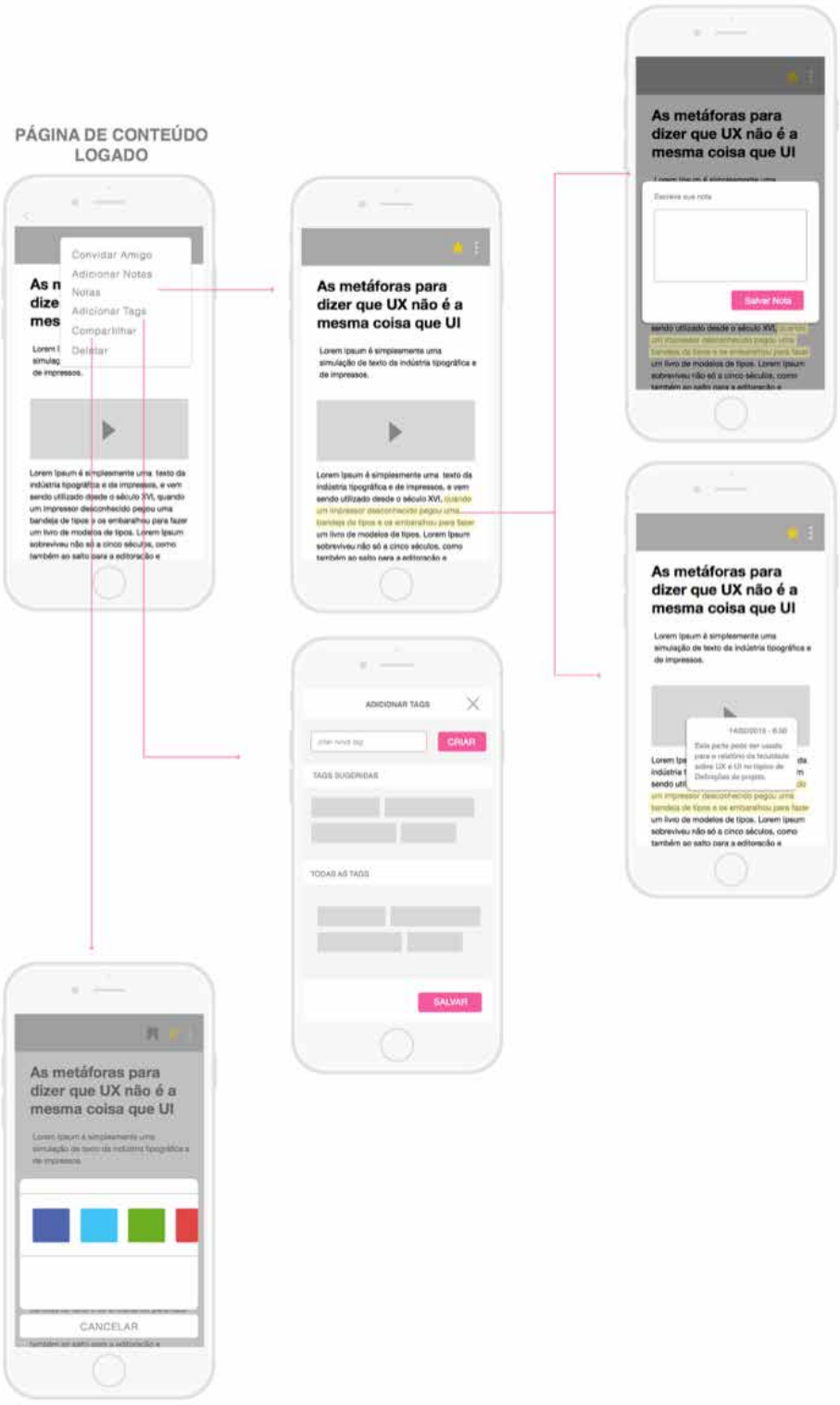
Cadastro, Acesso e Busca de Conteúdo



Página de Conteúdo



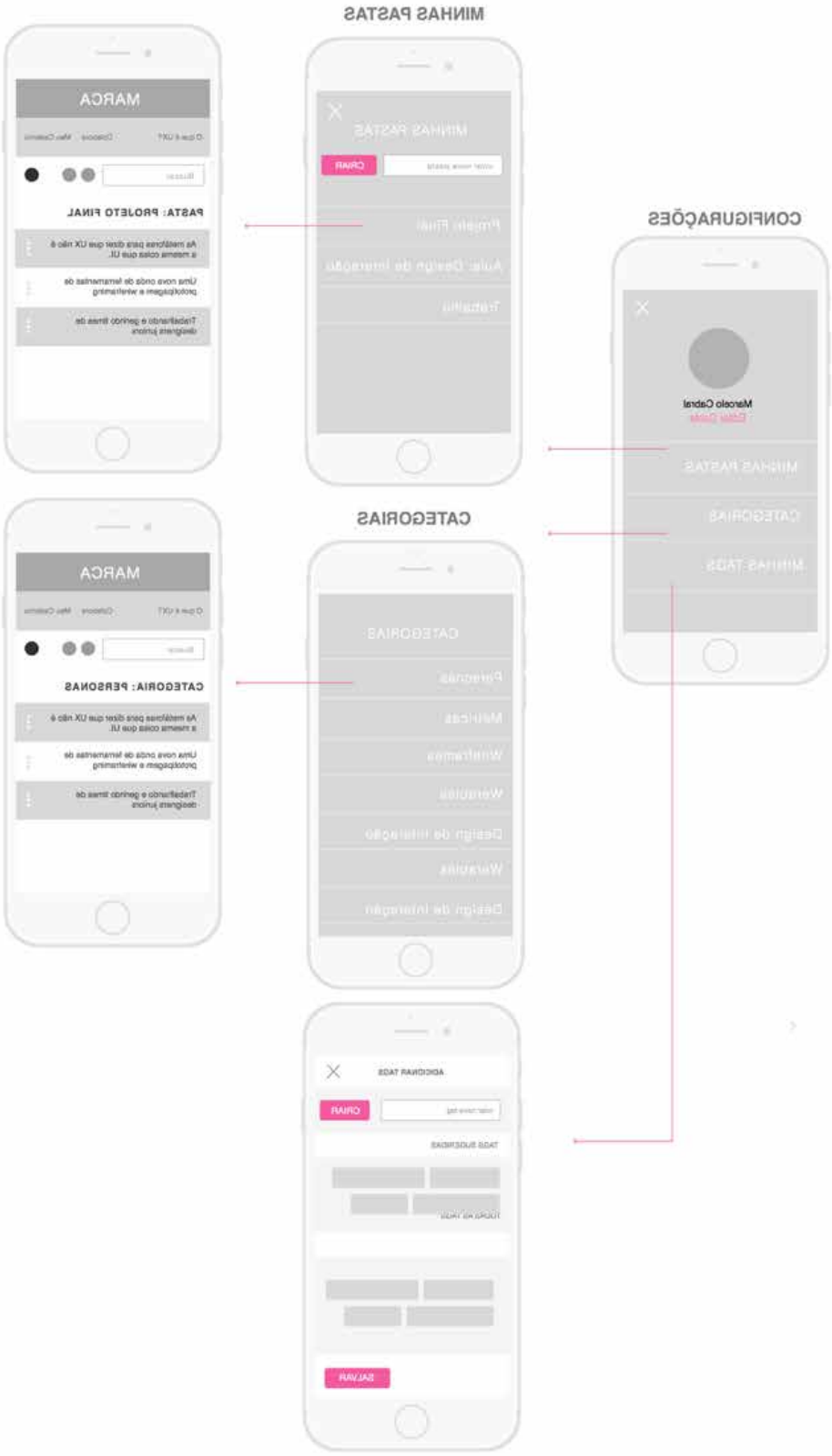
Página de Conteúdo Detalhada



Meu Caderno

MEU CADERNO
PÁGINA DE CONTEÚDO LOGADO
MARCA
Tipo de Conteúdo
sobre Tema
organizado por Recentes
MARCA
CONTEÚDOS FAVORITOS
As metáforas para dizer que UX não é a mesma coisa que UI
As metáforas para dizer que UX não é a mesma coisa que UI
CONFIGURAÇÕES
MODO DE VISUALIZAÇÃO
MARCA
CONTEÚDOS FAVORITOS
As metáforas para dizer que UX não é a mesma coisa que UI
Marcelo Cabral
MINHAS PASTAS
+ Criar Pasta
CATEGORIAS
MINHAS TAGS
+ Criar Tags

Configurações



Linguagem do Sistema

Interfaces não deixam de ser plataformas de comunicação. Estas servem como um meio de carregar uma mensagem ou executar uma tarefa. Por isso, é muito importante – durante o desenvolvimento de um projeto de UX – pensar em como será feita a comunicação com o usuário através da interface.

Como o sistema irá comunicar o sucesso ou o erro de uma ação feita pelo usuário? Como estarão descritas as ações em cada botão? A escolha desses elementos pode impactar diretamente na experiência do usuário. Por isso, esta definição é tão importante e deve estar alinhada ao branding e toda identidade do produto.

A ideia para o Etiqueta é manter uma linguagem clara, simples, jovial e humana. Os botões, por exemplo, devem estar explicitando as ações desencadeadas após o clique do usuário. As mensagens de erro devem descrever o que aconteceu, por que aconteceu e como resolver o problema.

Um exemplo de uma má prática de informe de erros é o "Erro 404"(Figura 15). Apenas esta mensagem "do sistema" não é suficiente para comunicar a um usuário que a página solicitada não foi encontrada. O ideial então, é utilizar um tom gentil e informativo. Isso por que, a probabilidade do usuário desistir de continuar navegando aumenta bastante nesta hora.

O cuidado com a linguagem é essencial para garantir que os visitantes saibam quando, como e por que realizar uma ação. Estes pequenos detalhes garantem que a comunicação seja clara e objetiva, tornando a interface mais humana.

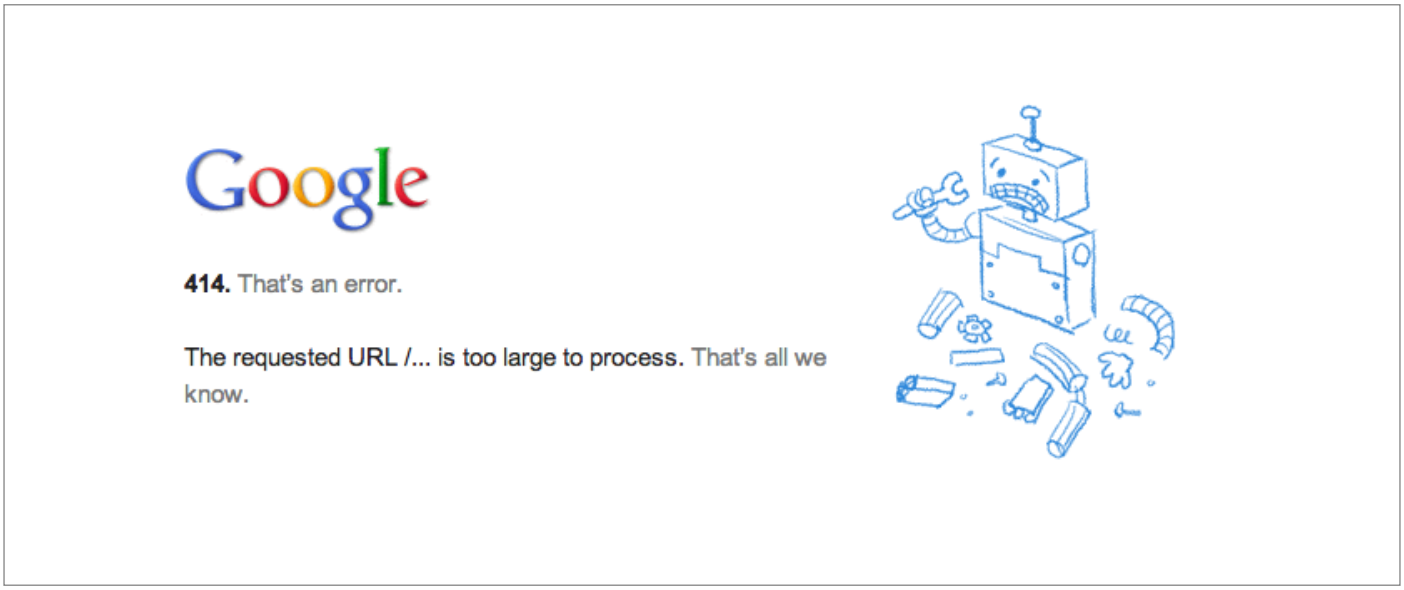


Figura 15 – Exemplo de Erro 404 do Google

Teste de Usabilidade

Um Teste de usabilidade serve para observar o uso de um produto e investigar questões que envolvem navegação e entendimento da interface. Fazer o teste é um método e passo muito importante no processo de Design da Experiência do usuário.

Com a maior parte dos componentes resolvida para o etiqueta, senti a necessidade de fazer um teste rápido para verificar o quanto os usuários entenderiam um elemento específico na página.

O principal elemento da Home do etiqueta é um filtro que ocupa um espaço privilegiado no topo da página. Entretanto, a forma como foi desenhado não é comum. Normalmente, filtros tem um desenho muito característico na maioria das interfaces que encontramos por aí. Dessa forma, era necessário saber se os usuários veriam aquele componente e entenderiam que ele poderia ser usado para filtrar o conteúdo daquela página.

Assim, aproveitando os wireframes já criados anteriormente para plataformas *desktop* e *mobile* disparei um teste de usabilidade usando o site UsabilityHub. Nele é possível fazer diferentes tipos de testes: testes de clique, testes de navegação, de percepção e é totalmente online. Para esta ocasião, usei o teste de clique fazendo a seguinte pergunta: “Onde você clicaria para filtrar conteúdos?”.

O teste foi simples (Figura 16) e ao final teve respostas de 70 usuários. O mais importante, no entando, foi que a hipótese foi validada. De forma geral o componente passou a ideia de filtro para grande maioria dos usuários submetidos ao teste.

Figura 16 – Teste de Usabilidade - Testando Filtro - Usabilityhub.com

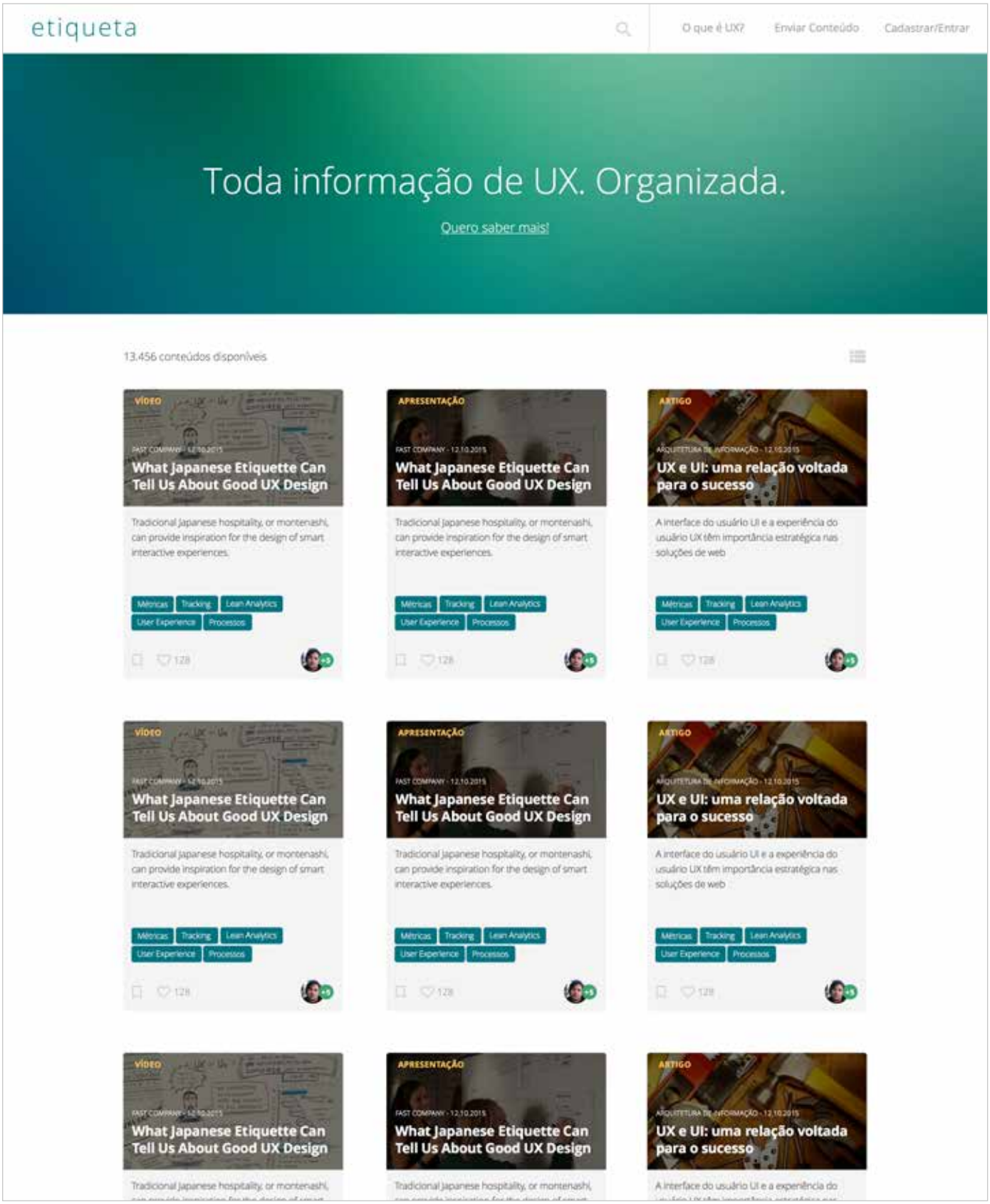
Interface Final

A interface, em grande parte dos projetos de Design da Experiência do usuário, é o principal ponto de contato do usuário com a plataforma. No caso do etiqueta, é o contato primordial. Dessa forma, o desenho final da interface deve, antes de tudo, priorizar a usabilidade, hierarquização das informações e organização. A seguir todas as telas do Etiqueta serão apresentadas. Estas estarão organizadas por ambientes e em cada ambiente telas *desktop* e *mobile*. Há também um protótipo não funcional, desenvolvido para o teste de interações básicas na página e principais funcionalidades

Protótipo: www.etiqueta-ux.com

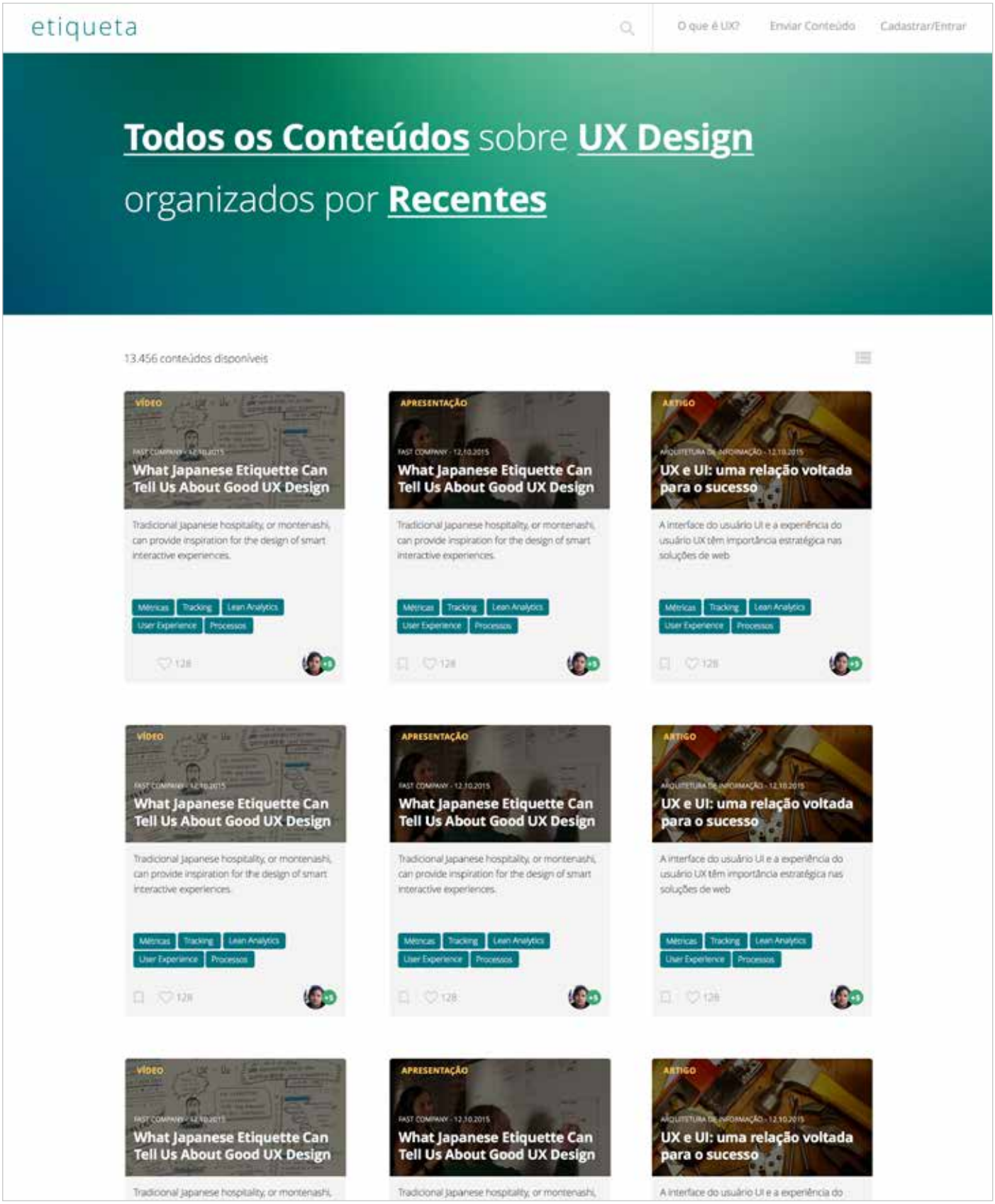
DESKTOP

Página Inicial - Primeiro Acesso - Não Logada



DESKTOP

Página Inicial - Filtro - Não Logada



A preocupação maior era com a principal função do Etiqueta: filtrar e organizar conteúdo. Por isso a decisão de dispor estes conteúdos para o usuário de duas formas: em cards e em lista.

O uso de cards (figura 18) em interfaces trazem diversos benefícios: eles são ótimos organizadores de conteúdo e visualmente agradáveis aos olhos. Eles trazem a informação "digerida" em pequenos componentes, o que facilita a procura e o entendimento do usuário. Além disso, tem um layout totalmente flexível, o que se encaixa perfeitamente com o cenário multi-device que estamos vivendo atualmente.

A opção de visualização de cards em lista é apenas uma simplificação da informação mostrada em uma disposição mais conhecida por usuário: a velha e boa lista.

Outro componente de sumária importancia na página inicial do Etiqueta é o Filtro (figura 19). Para esta plataforma, quis dar bastante destaque a filtragem, posicionando-a assim em uma área privilegiada da interface. Além disso, a prioridade era um tipo de filtro mais humanizado e lúdico/divertido.

Figura 17 – Filtro da Página Inicial

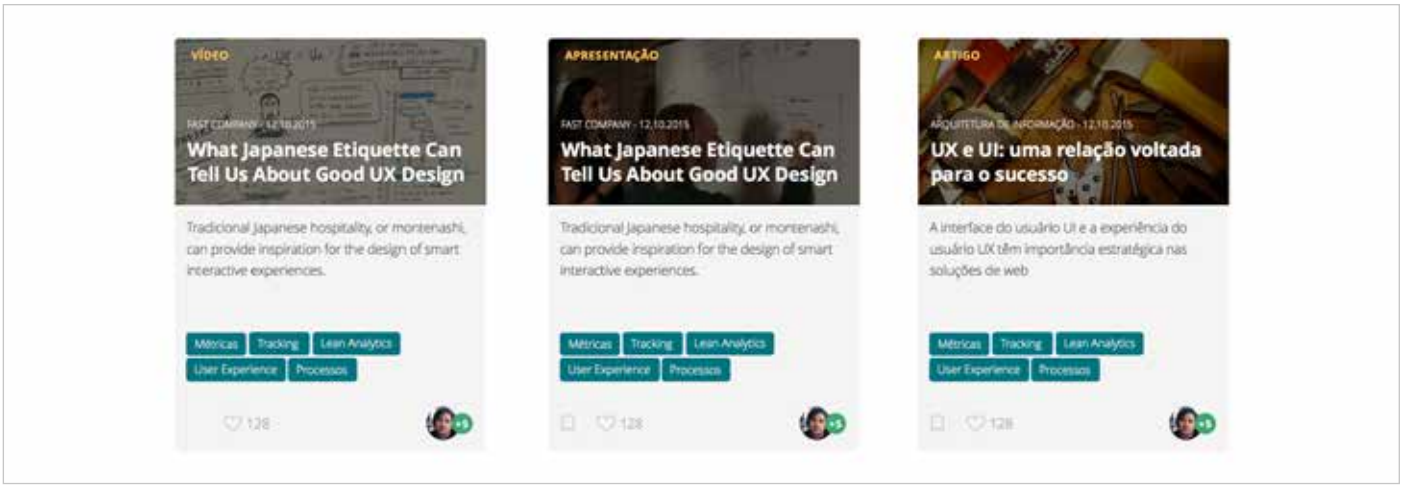


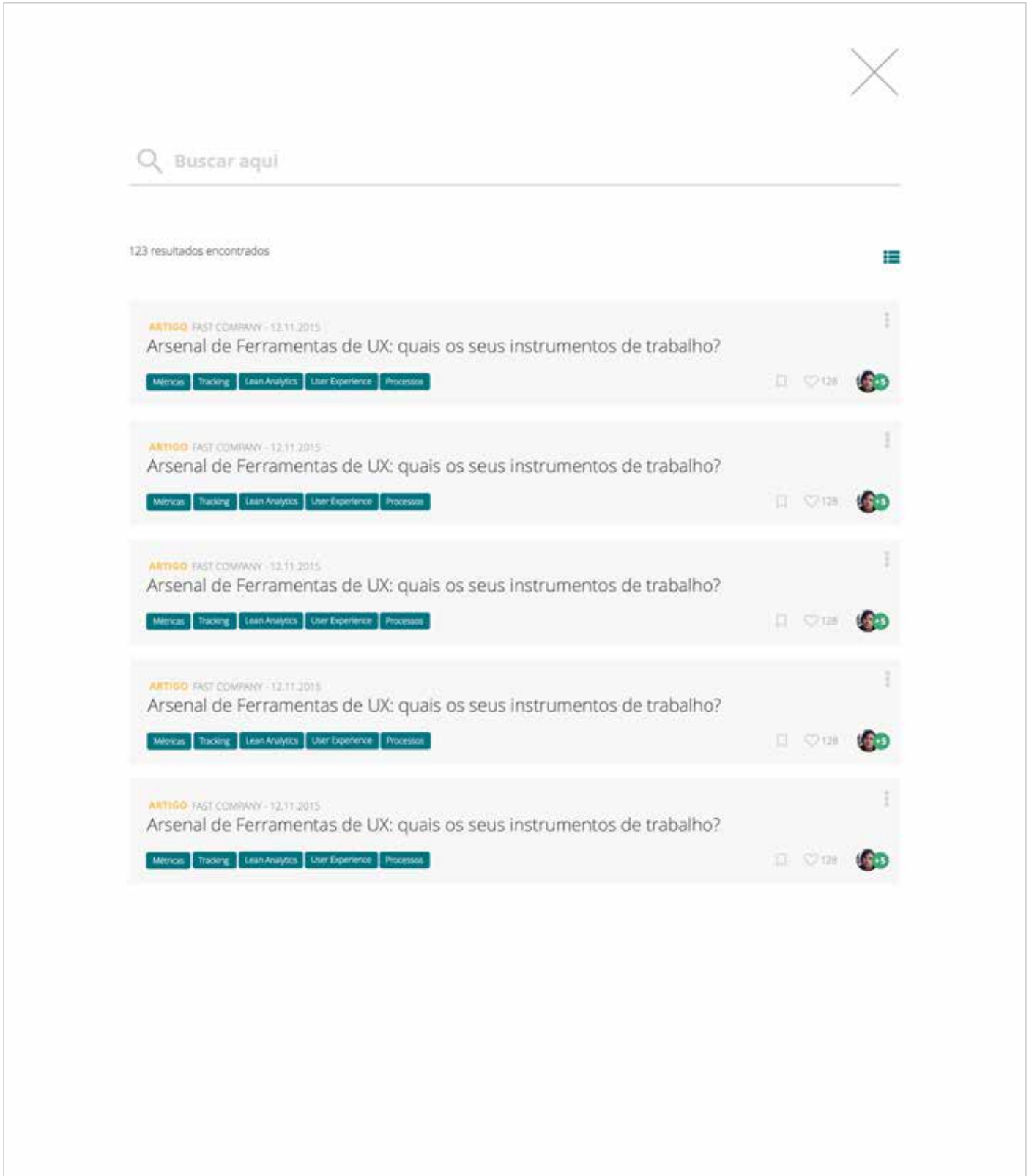
Figura 18 – Visualização por Cards

DESKTOP

Página Inicial - Visualização em Lista - Logada

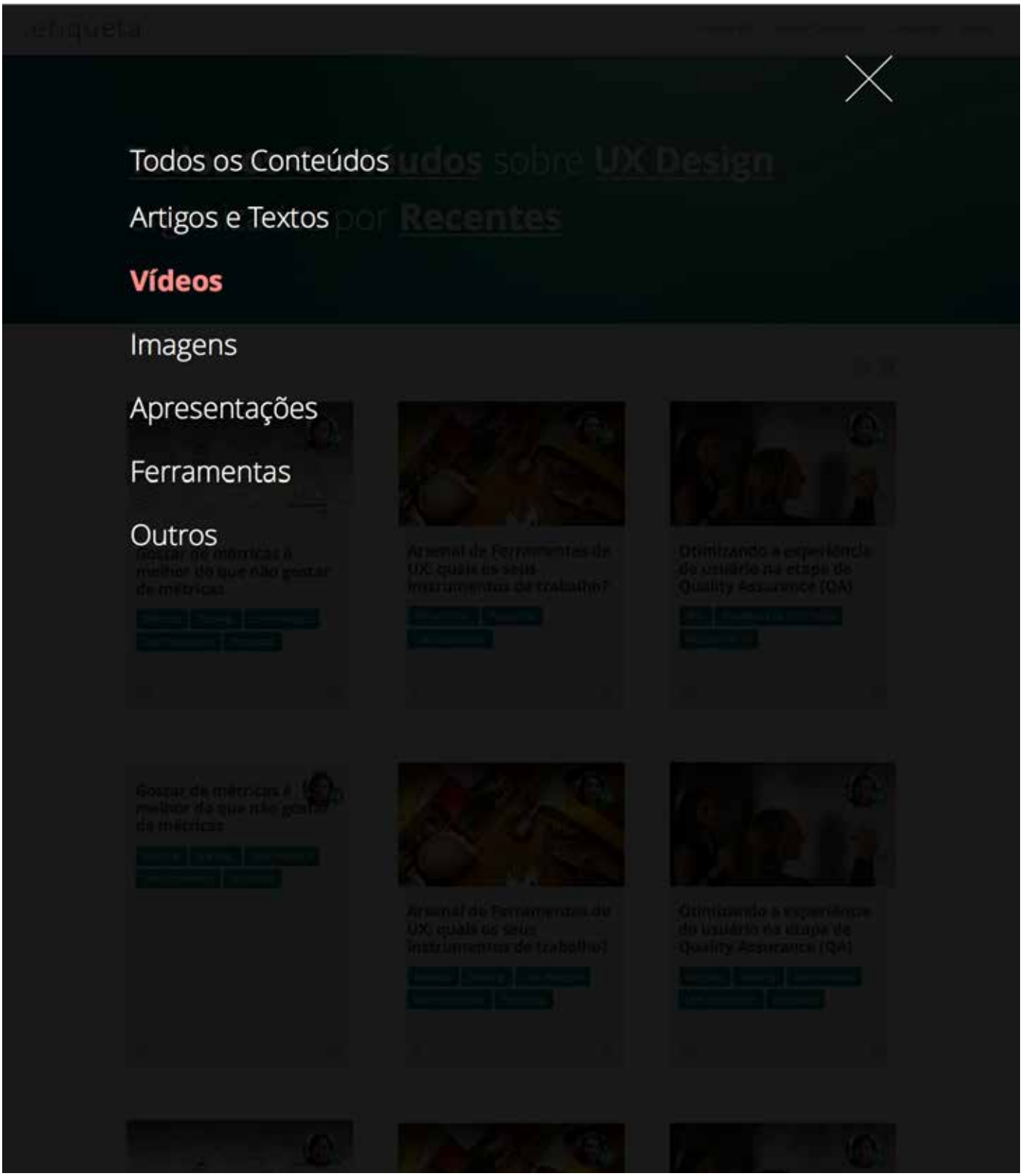
DESKTOP

Página Inicial - Busca



DESKTOP

Camada de Filtro - Tipos de Conteúdo

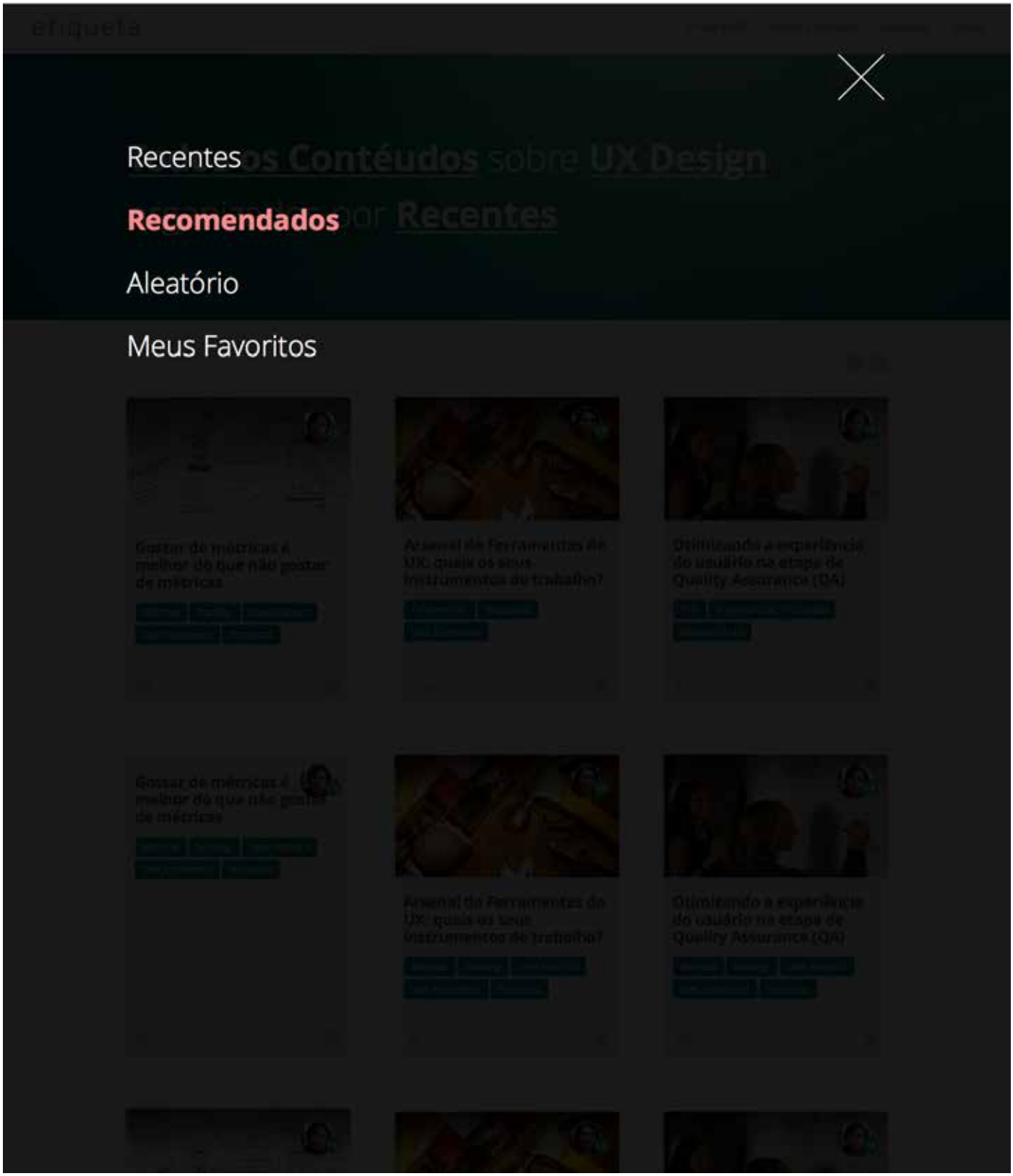


DESKTOP

Camada de Filtro - Categorias

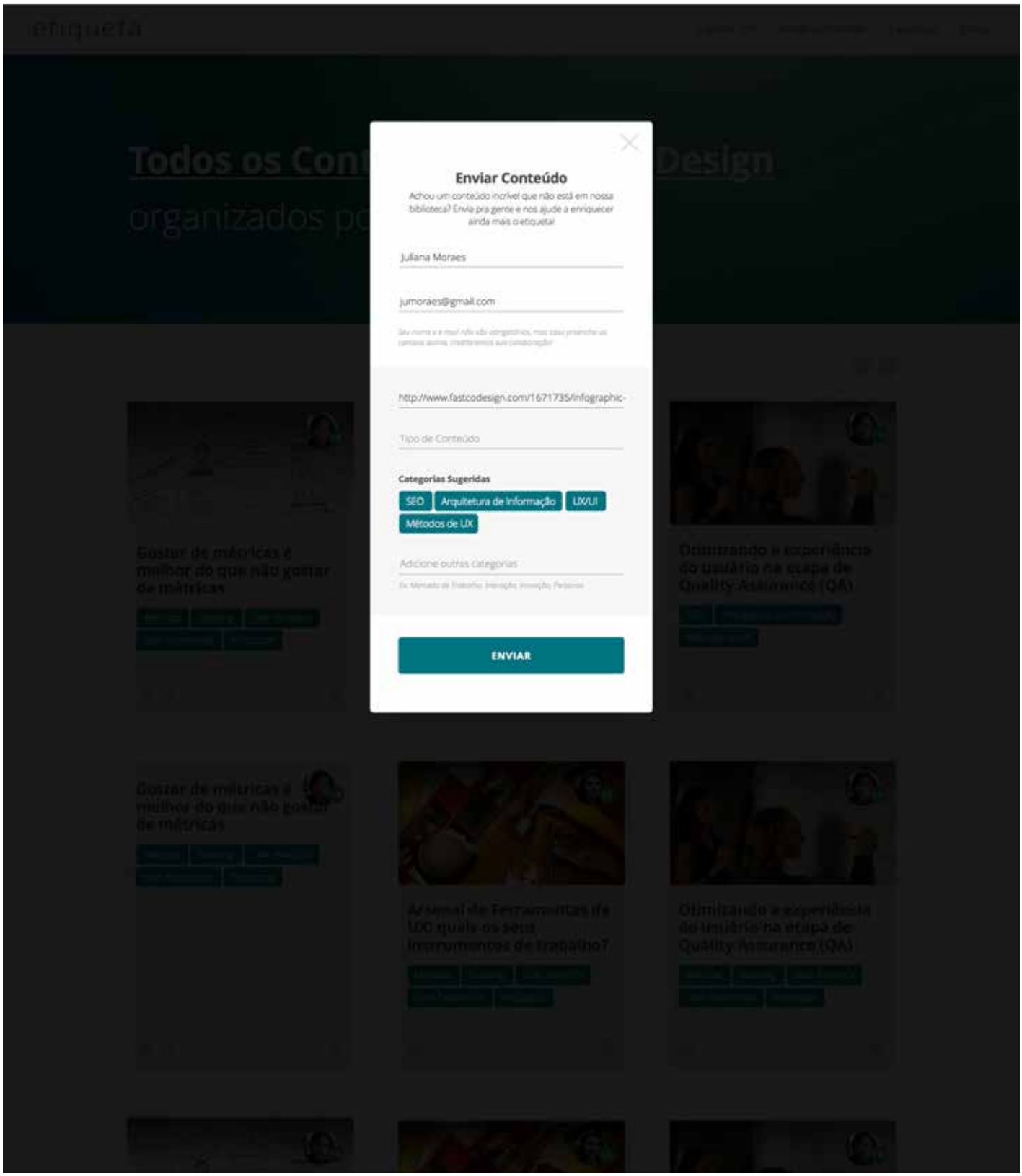
DESKTOP

Camada de Filtro - Organizados por



DESKTOP

Pop-In - Enviar Conteúdo



DESKTOP

Página - O que é UX?

etiqueta

O que é UX? Enviar Conteúdo Cadastrar Entrar

O que é UX Design?

A Experiência de Usuário engloba toda a estratégia de design e desenvolvimento de um projeto, como sua usabilidade, seu conteúdo e a arquitetura de informação. Portanto, UX é o que o usuário sente e interpreta ao usar uma interface, seja de um site, um aplicativo, ou um sistema.

O Processo

Lembre-se que o processo de UX deve ser flexível e adaptar-se as necessidades do projeto, ao orçamento e ao tempo disponíveis de desenvolvimento. Abaixo seguem as principais etapas:

PESQUISAR

A fase da pesquisa nos ajuda a entender o negócio e as necessidades do usuário. É aqui que damos ênfase nos métodos qualitativos, como observção e pesquisas com de stakeholders, consumidores, usuários finais e entre outros.

ANALISAR

A fase da análise nos ajuda não só a entender tudo o que foi coletado na fase anterior, mas também criar ferramentas que serão úteis para o andamento do projeto como: Criação de Personas e de Cenários de Uso.

DEFINIÇÃO DE REQUISITOS

A definição de requisitos ajuda a decidir a experiência do produto: identificar a interseção entre objetivos de negócio, necessidades de usuários e considerações técnicas. Além disso, identificar e priorizar os requisitos de projeto.

DESIGN DETALHADO

Agora é a hora de detalhar! Projetar o produto no detalhe e ter certeza de que é possível de ser executado. É importante trabalhar junto com o time de desenvolvimento e engenheiros e avaliar os conceitos e refiná-los

DESKTOP

Visualização de Conteúdo

Convite para editar

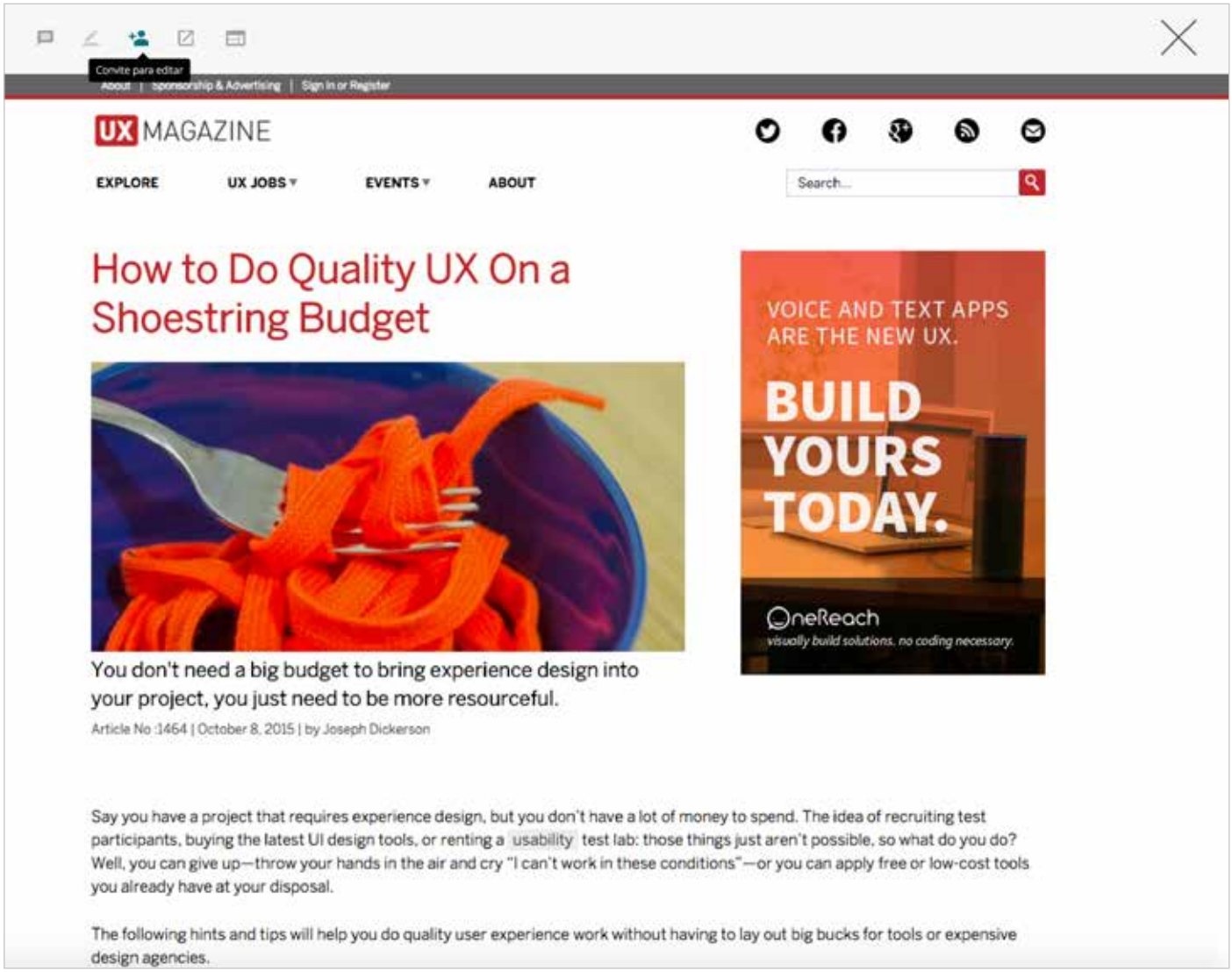
Otimizando a experiência do usuário na etapa de Quality Assurance (QA)

Lorem Ipsum é simplesmente uma simulação de texto da indústria tipográfica e de impressos, e vem sendo utilizado desde o século XVI, quando um impressor desconhecido pegou uma bandeja de tipos e os embaralhou para fazer um livro de modelos de tipos. Lorem Ipsum sobreviveu não só a cinco séculos, como também ao salto para a editoração eletrônica, permanecendo essencialmente inalterado. Se popularizou na década de 60, quando a Letraset lançou decalques contendo passagens de Lorem Ipsum, e mais recentemente quando passou a ser integrado a softwares de editoração eletrônica.

É um fato conhecido de todos que um leitor se distrairá com o conteúdo de texto legível de uma página quando estiver examinando sua diagramação. A vantagem de usar Lorem Ipsum é que ele tem uma distribuição normal de letras, ao contrário de "Conteúdo aqui, conteúdo aqui", fazendo com que ele tenha uma aparência similar a de um texto legível. Muitos softwares de publicação e editores de páginas na internet agora usam Lorem Ipsum como texto-modelo padrão, e uma rápida busca por 'lorem ipsum' mostra vários websites ainda em sua fase de construção. Várias versões novas surgiram ao longo dos anos, eventualmente por acidente, e às vezes de propósito (injetando humor, e coisas do gênero).

DESKTOP

Visualização de Conteúdo - Mantendo Site Original



DESKTOP

Conteúdo Grifado

Lorem Ipsum é simplesmente uma simulação de texto da indústria tipográfica e de impressos, e vem sendo utilizado desde o século XVI, quando um impressor desconhecido pegou uma bandeja de tipos e os embaralhou para fazer um livro de modelos de tipos. Lorem Ipsum sobreviveu não só a cinco séculos, como também ao salto para a editoração eletrônica, permanecendo essencialmente inalterado. Se popularizou na década de 60, quando a Letraset lançou decalques contendo passagens de Lorem Ipsum, e mais recentemente quando passou a ser integrado a softwares de editoração eletrônica.

É um fato conhecido de todos que um leitor se distrairá com o conteúdo de texto legível de uma página quando estiver examinando sua diagramação. A vantagem de usar Lorem Ipsum é que ele tem uma distribuição normal de letras, ao contrário de "Conteúdo aqui, conteúdo aqui", fazendo com que ele tenha uma aparência similar a de um texto legível. Muitos softwares de publicação e editores de páginas na internet agora usam Lorem Ipsum como texto-modelo padrão, e uma rápida busca por 'lorem ipsum' mostra vários websites ainda em sua fase de construção. Várias versões novas surgiram ao longo dos anos, eventualmente por acidente, e às vezes de propósito (injetando humor, e coisas do gênero).

Trabalho na agência qualquer realizando fluxos de UX

Sendo utilizado desde o século XVI, quando um impressor desconhecido pegou uma bandeja de tipos e os embaralhou para fazer um livro de modelos de tipos. Lorem Ipsum sobreviveu não só a

DESKTOP

Adicionando Nota ao Conteúdo

Lorem Ipsum é simplesmente uma simulação de texto da indústria tipográfica e de impressos, e vem sendo utilizado desde o século XVI, quando um impressor desconhecido pegou uma bandeja de tipos e os embaralhou para fazer um livro de modelos de tipos. Lorem Ipsum sobreviveu não só a cinco séculos, como também ao salto para a editoração eletrônica, permanecendo essencialmente inalterado. Se popularizou na década de 60, quando a Letraset lançou decalques contendo passagens de Lorem Ipsum, e mais recentemente quando passou a ser integrado a softwares de editoração eletrônica.

É um fato conhecido de todos que um leitor se distrairá com o conteúdo de texto legível de uma página quando estiver examinando sua diagramação. A vantagem de usar Lorem Ipsum é que ele tem uma distribuição normal de letras, ao contrário de "Conteúdo aqui, conteúdo aqui", fazendo com que ele tenha uma aparência similar a de um texto legível. Muitos softwares de publicação e editores de páginas na internet agora usam Lorem Ipsum como texto-modelo padrão, e uma rápida busca por 'lorem ipsum' mostra vários websites ainda em sua fase de construção. Várias versões novas surgiram ao longo dos anos, eventualmente por acidente, e às vezes de propósito (injetando humor, e coisas do gênero).

Nova Nota

INSERIR NOTA

Trabalho na agência qualquer realizando fluxos de UX

Sendo utilizado desde o século XVI, quando um impressor desconhecido pegou uma bandeja de tipos e os embaralhou para fazer um livro de modelos de tipos. Lorem Ipsum sobreviveu não só a

DESKTOP

Leitura de Notas

Lorem Ipsum é simplesmente uma simulação de texto da indústria tipográfica e de impressos, e vem sendo utilizado desde o século XVI, quando um impressor desconhecido pegou uma bandeja de tipos e os embaralhou para fazer um livro de modelos de tipos. Lorem Ipsum sobreviveu não só a cinco séculos, como também ao salto para a editoração eletrônica, permanecendo essencialmente inalterado. Se popularizou na década de 60, quando a Letraset lançou decalques contendo passagens de Lorem Ipsum, e mais recentemente quando passou a ser integrado a softwares de editoração eletrônica.

Carolina Soares
12.05.2016 - 13:47

Usar esta parte do artigo para ilustrar a aula mês que vem e mostrar aos meus quando falar sobre modelos de negócio no mercado de design.

EDITAR NOTA

EXCLUIR

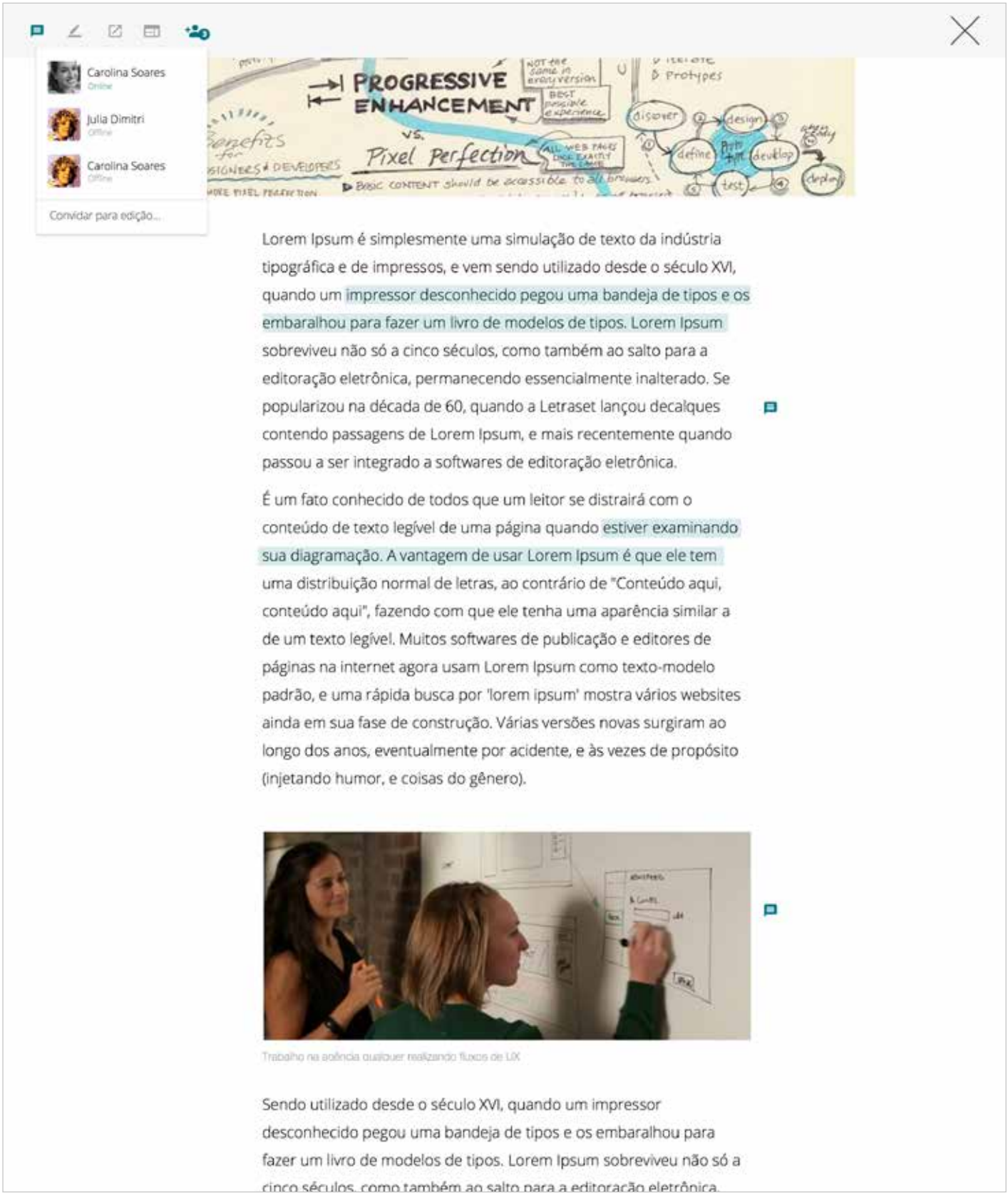
É um fato conhecido de todos que um leitor se distrairá com o conteúdo de texto legível de uma página quando estiver examinando sua diagramação. A vantagem de usar Lorem Ipsum é que ele tem uma distribuição normal de letras, ao contrário de "Conteúdo aqui, conteúdo aqui", fazendo com que ele tenha uma aparência similar a de um texto legível. Muitos softwares de publicação e editores de páginas na internet agora usam Lorem Ipsum como texto-modelo padrão, e uma rápida busca por 'lorem ipsum' mostra vários websites ainda em sua fase de construção. Várias versões novas surgiram ao longo dos anos, eventualmente por acidente, e às vezes de propósito (injetando humor, e coisas do gênero).

Trabalho na agência qualquer realizando fluxos de UX

Sendo utilizado desde o século XVI, quando um impressor desconhecido pegou uma bandeja de tipos e os embaralhou para fazer um livro de modelos de tipos. Lorem Ipsum sobreviveu não só a

DESKTOP

Convite para edição de conteúdo



Lorem Ipsum é simplesmente uma simulação de texto da indústria tipográfica e de impressos, e vem sendo utilizado desde o século XVI, quando um impressor desconhecido pegou uma bandeja de tipos e os embaralhou para fazer um livro de modelos de tipos. Lorem Ipsum sobreviveu não só a cinco séculos, como também ao salto para a editoração eletrônica, permanecendo essencialmente inalterado. Se popularizou na década de 60, quando a Letraset lançou decalques contendo passagens de Lorem Ipsum, e mais recentemente quando passou a ser integrado a softwares de editoração eletrônica.

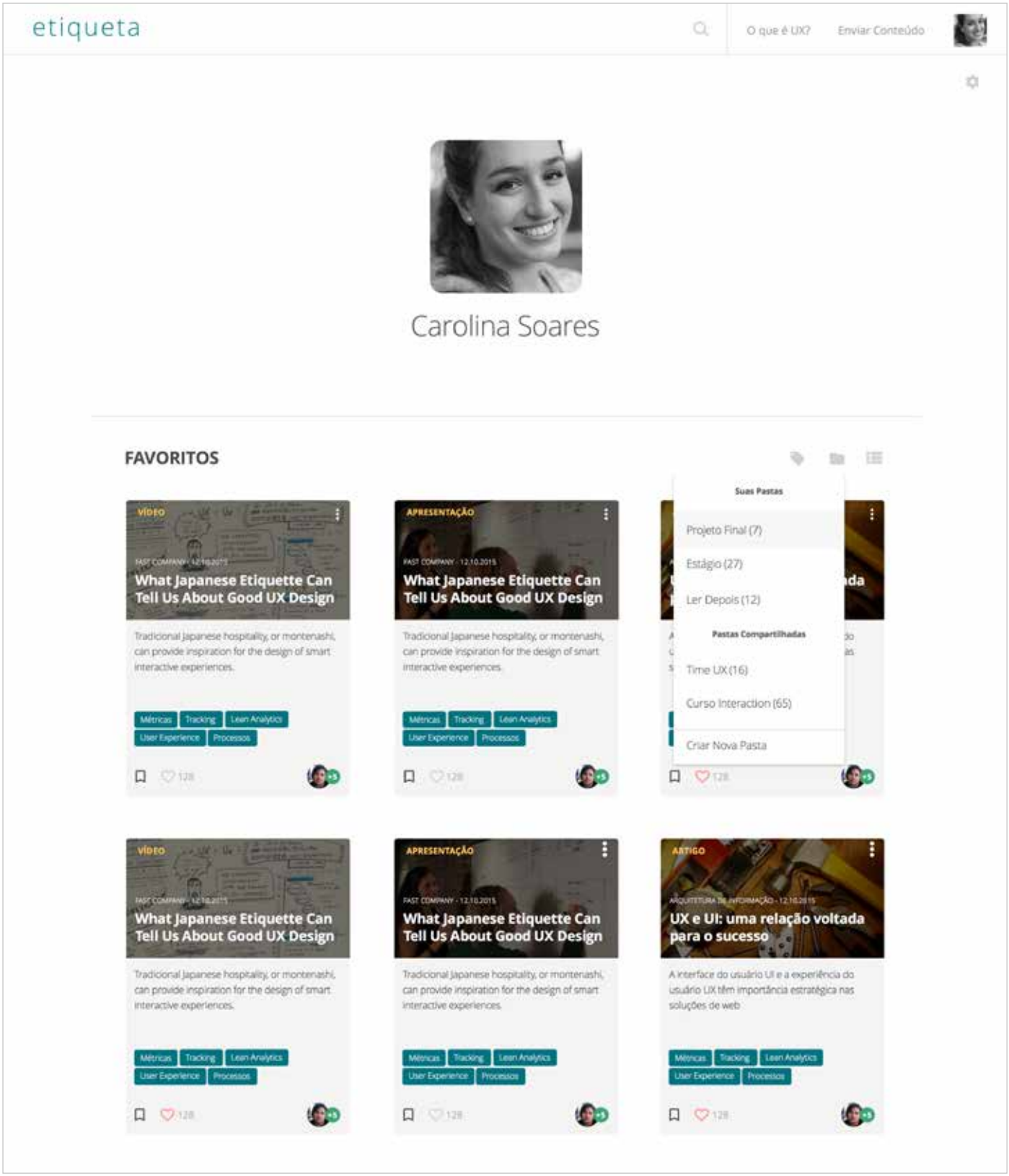
É um fato conhecido de todos que um leitor se distrairá com o conteúdo de texto legível de uma página quando estiver examinando sua diagramação. A vantagem de usar Lorem Ipsum é que ele tem uma distribuição normal de letras, ao contrário de "Conteúdo aqui, conteúdo aqui", fazendo com que ele tenha uma aparência similar a de um texto legível. Muitos softwares de publicação e editores de páginas na internet agora usam Lorem Ipsum como texto-modelo padrão, e uma rápida busca por 'lorem ipsum' mostra vários websites ainda em sua fase de construção. Várias versões novas surgiram ao longo dos anos, eventualmente por acidente, e às vezes de propósito (injetando humor, e coisas do gênero).

Trabalho na agência qualquer realizando fluxos de UX

Sendo utilizado desde o século XVI, quando um impressor desconhecido pegou uma bandeja de tipos e os embaralhou para fazer um livro de modelos de tipos. Lorem Ipsum sobreviveu não só a cinco séculos, como também ao salto para a editoração eletrônica.

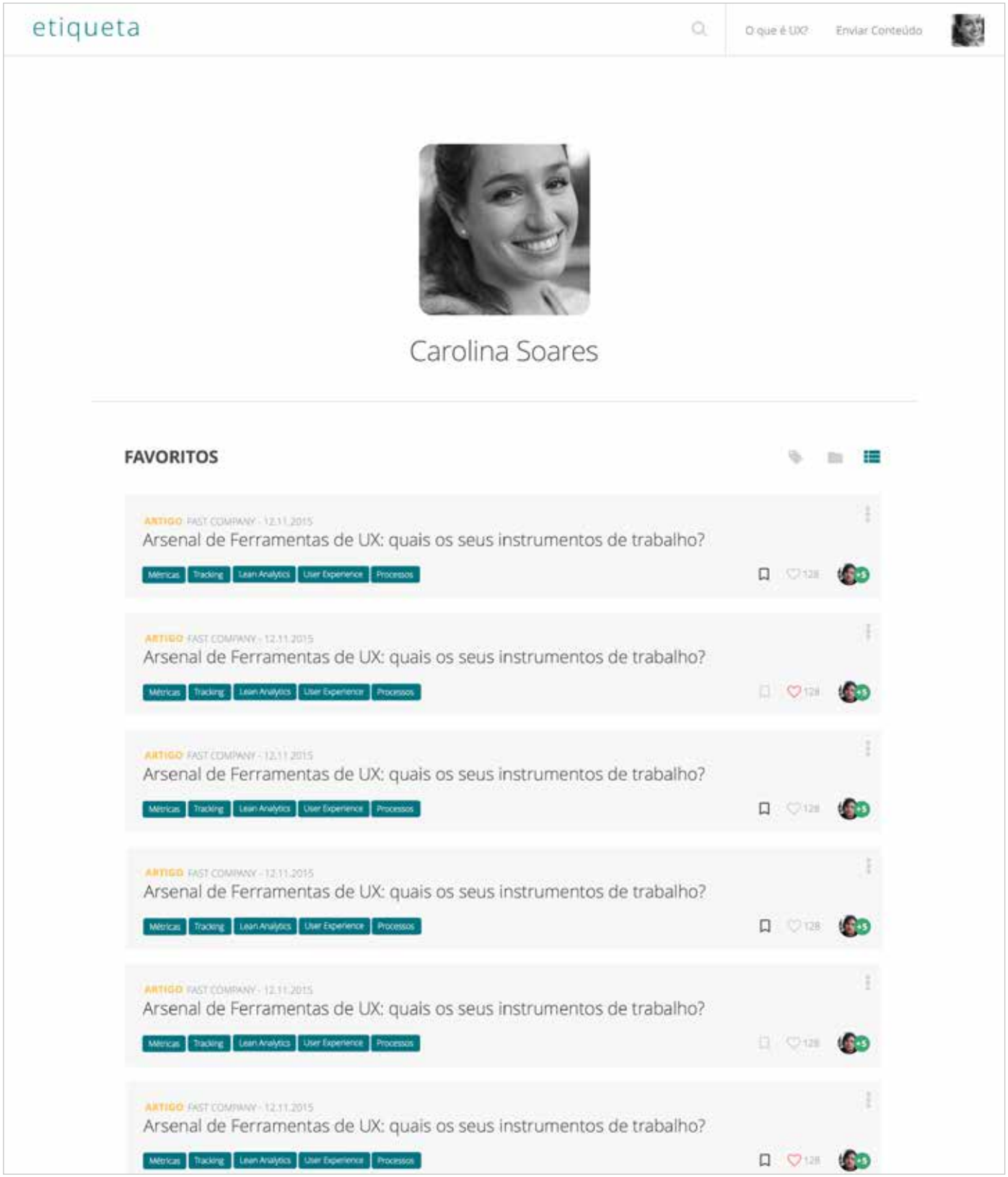
DESKTOP

Meu Caderno - Pastas



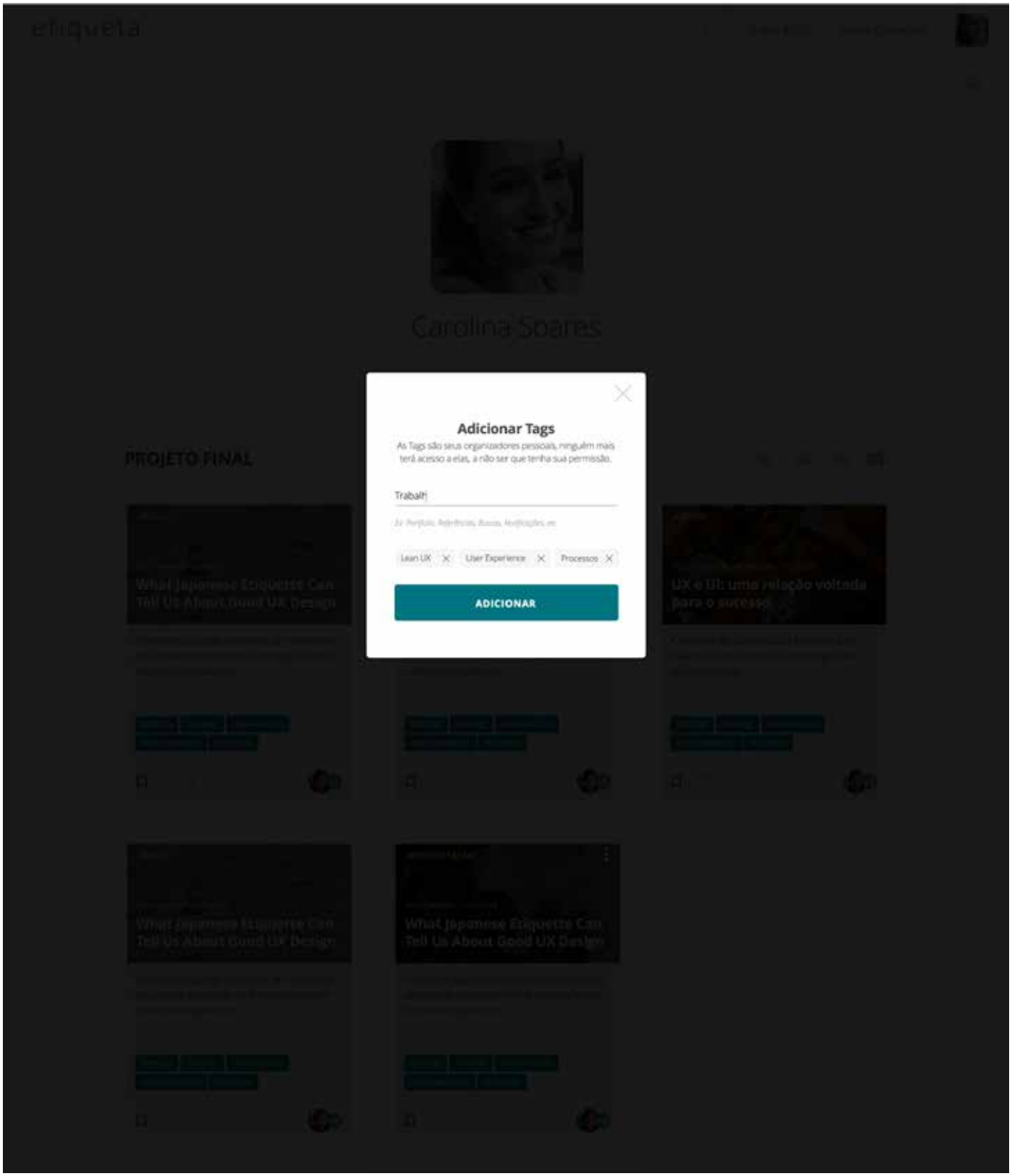
DESKTOP

Meu Caderno - Visualização em lista



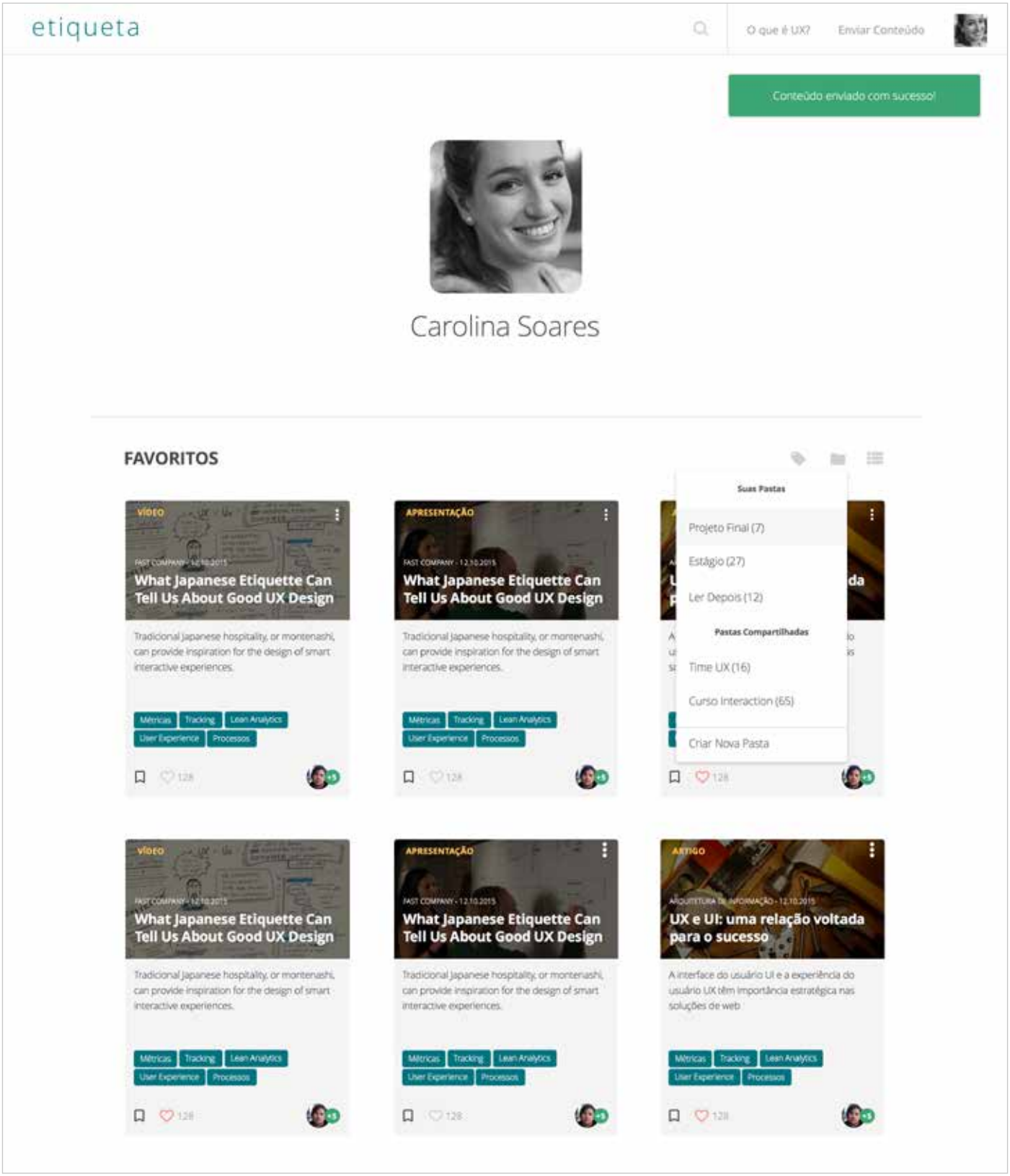
DESKTOP

Pop-in - Adicionar Tags aos Conteúdos



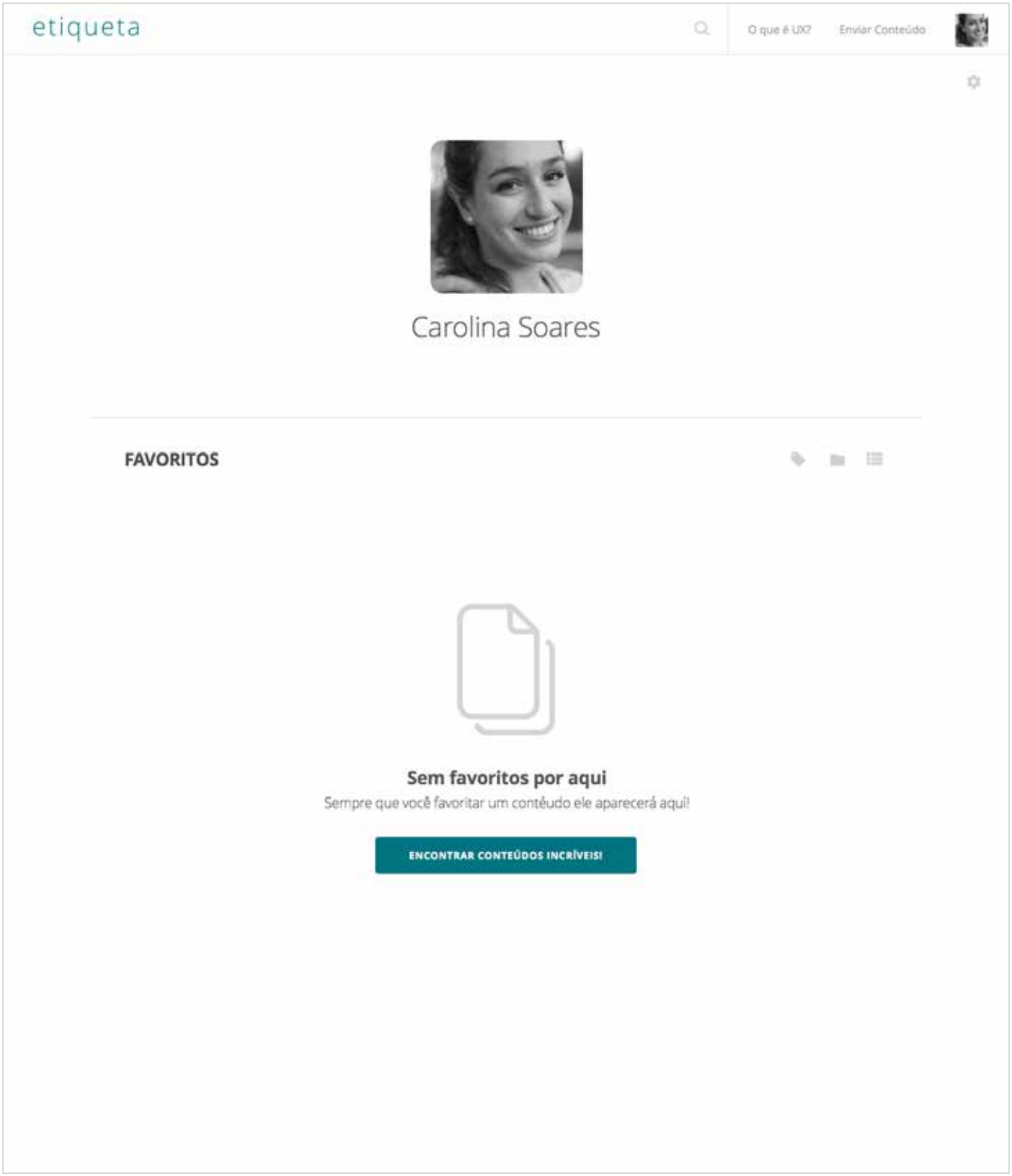
DESKTOP

Exemplo de Notificação Contextual



DESKTOP

Meu Caderno - Exemplo de "*Empty State*"



MOBILE

etiqueta
Toda informação de UX. Organizada.
Quero saber mais!
VÍDEO
FAST COMPANY - 12.10.2015
What Japanese Etiquette Can Tell Us About Good UX Design
Tradicional Japanese hospitality, or montenashi, can provide inspiration for the design of smart interactive experiences.
Métricas
Tracking
Lean Analytics
User Experience
Processos
128
+5
APRESENTAÇÃO
FAST COMPANY - 12.10.2015
What Japanese Etiquette Can Tell Us About Good UX Design
Tradicional Japanese hospitality, or montenashi, can provide inspiration for the design of smart interactive experiences.
Métricas
Tracking
Lean Analytics

etiqueta
Todos os Contéudos sobre UX Design organizados por Recentes
VÍDEO
FAST COMPANY - 12.10.2015
What Japanese Etiquette Can Tell Us About Good UX Design
Tradicional Japanese hospitality, or montenashi, can provide inspiration for the design of smart interactive experiences.
Métricas
Tracking
Lean Analytics
User Experience
Processos
128
+5
APRESENTAÇÃO
FAST COMPANY - 12.10.2015
What Japanese Etiquette Can Tell Us About Good UX Design
Tradicional Japanese hospitality, or montenashi, can provide inspiration for the design of smart interactive experiences.
Métricas
Tracking
Lean Analytics

MOBILE

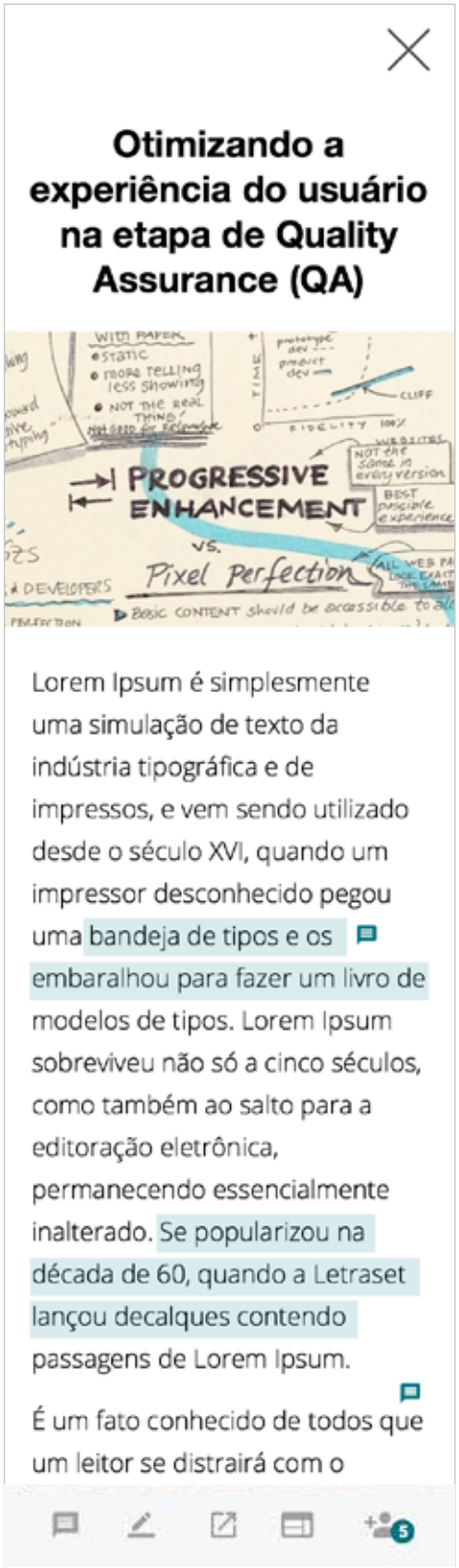
Menu no celular - Usuário não logado e logado

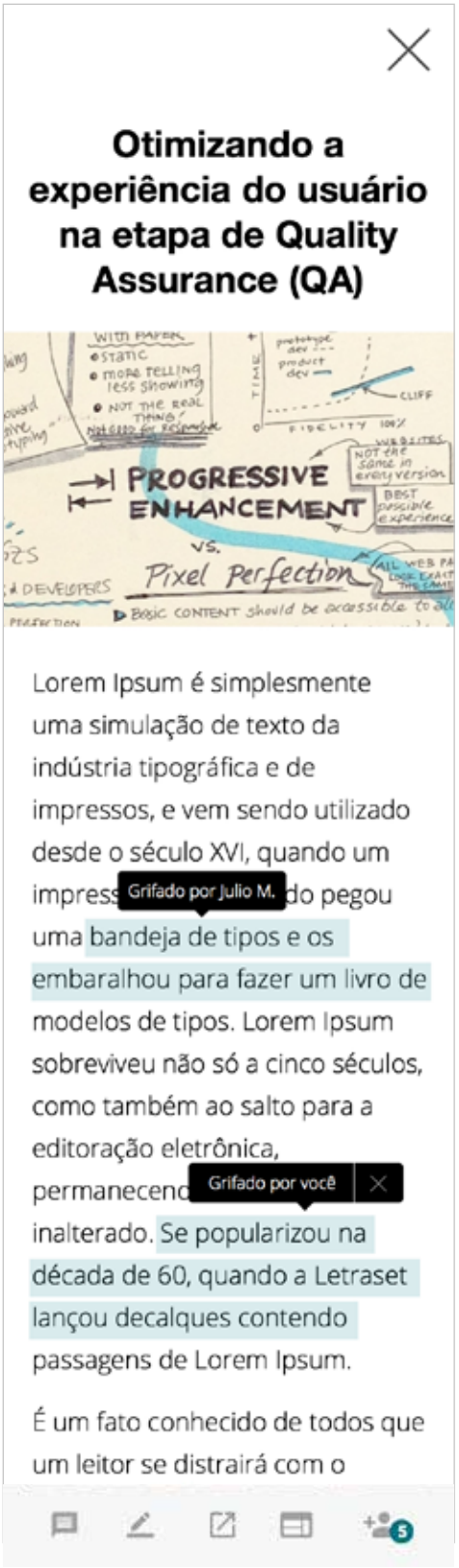
MOBILE

Filtros

MOBILE

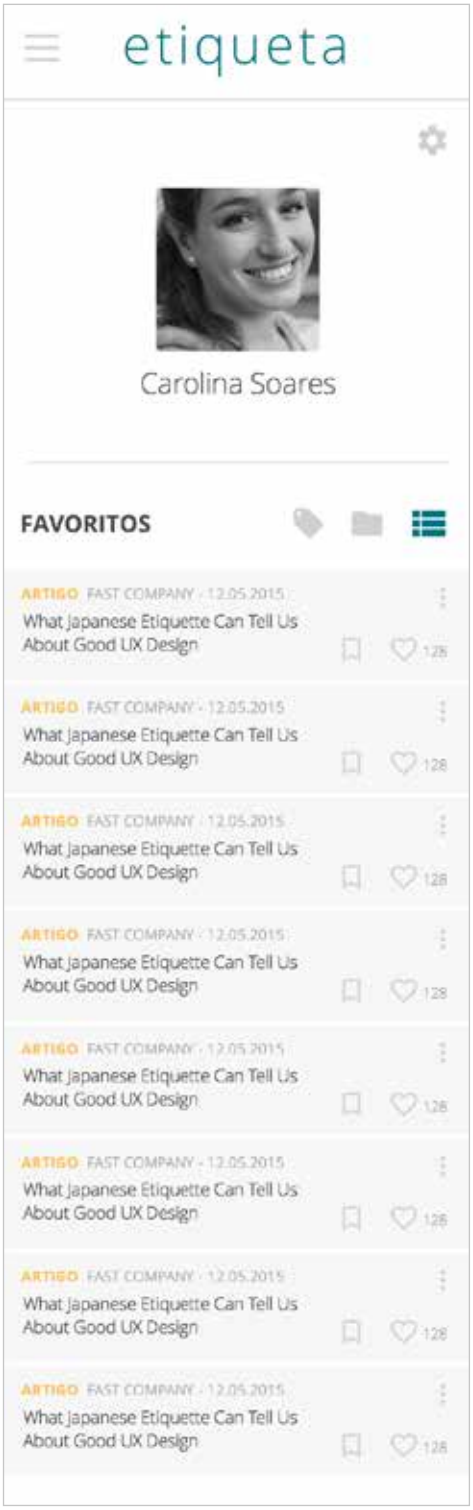
Visualização de Conteúdo - Notas

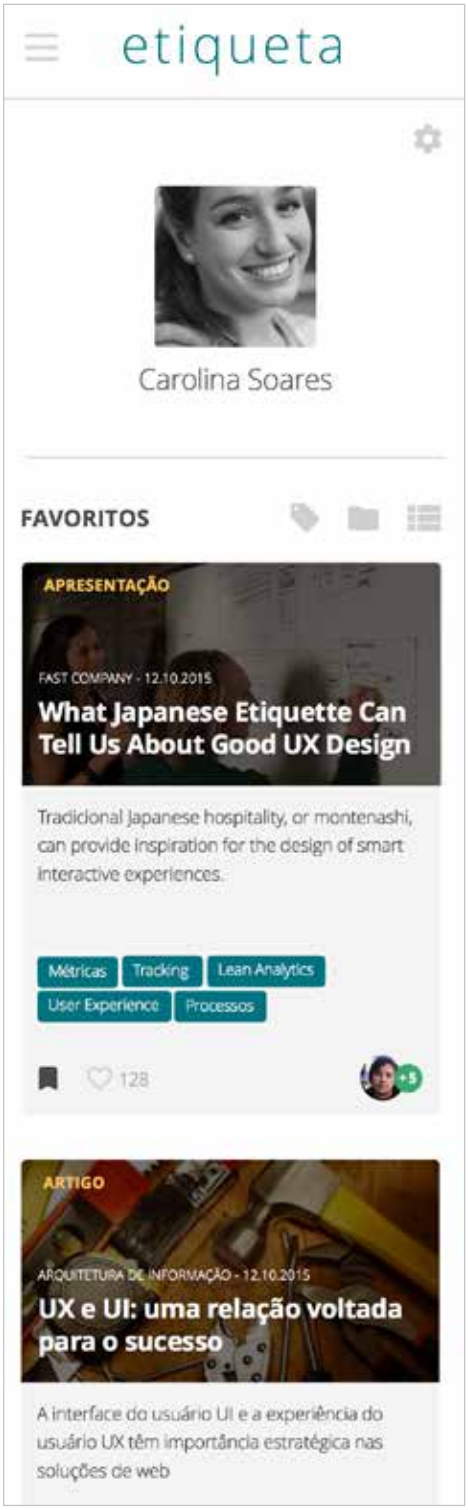




MOBILE

Meu Caderno - Modos de Visualização





MOBILE

Visualização de Conteúdo - Notas

Conclusão

Considerações Finais

De forma geral, os objetivos do projeto traçados anteiormente, foram cumpridos. É desejado que a plataforma alcance e ajude a introduzir pessoas e novos profissionais para a área de Design da Experiência do usuário, facilitando seu aprendizado. Atualmente, a internet possui muito conteúdo sobre este tema. Tema este que está em constante mudança e por isso a necessidade de estar se atualizando constantemente. Dessa forma, a plataforma também poderá alcançar aqueles profissionais da área que desejam atualizar-se sobre o assunto.

Quanto o desenvolvimento do projeto em si, foram utilizados e aplicados grande parte dos métodos apresentados anteriormente. Entretanto, esta proposta - como a de todo projeto - foi uma hipotese elaborada encima de uma oportunidade. Por isso, um próximo passo seria a realização de um teste de usabilidade para a validação da mesma.

Devido algumas limitações técnicas e ao protótipo desenvolvido não ter sido funcional, o processo de teste ficou dificultado. Mas, não deixa de ser um passo importante para a finalização do desenvolvimento do Etiqueta. É necessário testar e iterar a interação dos usuários com a plataforma, até que a experiência esteja adequada as expectativas do público alvo.

Outro passo interessante, seria um estudo de quais componentes poderiam ser mensurados e “trackeados” na plataforma. Quais oáginas os usuários mais acessam dentro da plataforma? Quais atividades eles demoram mais ou menos para fazer? Qual o tempo que os usuários permanecem na plataforma? Como eles chegam a ela e pra onde vão depois? Essa e entre outras perguntas podem ser respondidas com a implementação de ferramentas como o google analytics na plataforma. Isso é importante para entendermos o comportamento do usuário, perceber e entender os pontos de conflitos que existe entre ele e a plataforma e melhorar cada vez mais sua experiência de uso.

Referências

REFERÊNCIAS

ALVES, melina. **UX ou IxDA: eu preciso de evento, curso ou pós-graduação?**. Interaction Design South America. Publicado em: 04 Set 2013. Disponível em: http://isa.ixda.org/2013/ux-ou-ixda-eu-preciso-de-evento-curso-ou-pos-graduacao/ Acesso em: 12 Maio 2015.

BANK, Chris e CAO, Jerry. **UX Design Process and Documentation**. UXPIN: 2014.

CAMPI, Mônica. **66% da Classe C já têm acesso a internet.** Info ONLINE. Publicado em: 26 Out 2010. Disponível em: info.abril.com.br/noticias/tecnologia-pessoal/66-da-classe-c-ja-tem-acesso-a-internet-26102010-6.shl. Acesso em: Abril 2015.

FERRER, Rafael. **UX Design ganha destaque e paga até 15 mil reais.** Info ONLINE. Publicado em: 16 Jul 2012. Disponível em: info.abril.com.br/noticias/carreira/ux-design-ganha-destaque-e-paga-ate-9-mil-reais-16072012-2.shl.
Acesso em: 28 Abril 2015.

GARRETT, Jesse James. **The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond.** New Riders: 2010.

IBOPE. **Página sobre consumo na Internet no Brasil.** Disponível em: www.ibope.com.br/pt-br/solucoes/consumodosmeios/internet/Paginas/Internet.aspx. Acesso em: Abril 2015.

JANSEN, Thiago. **Número de internautas no Brasil alcança percentual inédito, mas acesso ainda é concentrado.** O Globo. Publicado em: 27 Jun 2014. Disponível em: oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/numero-de-internautas-no-brasil-alcanca-percentual-inedito-mas-acesso-ainda-concentrado-13027120#ixzz3XKdgdn9r.
Acesso em: Abril 2015.

KRUG, Steve. **Don't Make me Think, Second Edition.** New Riders: 2005.

MARTINNI, Rafael. **Raspagem de Dados com Node JS.** Tableless. Publicado em: 12 Ago 2015. Disponível em: http://tableless.com.br/raspagem-de-dados-com-node-js/. Acesso em: 14 Set 2015.

OSTERWALDER, Alexander. **Business Model Generation.** 2011.

PINHEIRO, Mauro. Do Design de Interface ao Design da Experiencia. Feira Moderna. Publicado em: Jul 2008. Disponível em: www.feiramoderna.net/2008/07/15/do-design-de-interface-ao-design-da-experiencia/. Acesso em: Abril 2015.

R7.com. **Profissões mais promissoras do Brasil pagam até R$ 10 mil.** Tribuna Hoje. Publicado em: 25 Ago 2013. Disponível em: www.tribunahoje.com/noticia/73523/economia/2013/08/25/profisses-mais-promissoras-do-brasil-pagam-ate-r-10-mil.html. Acesso em: 28 Abril 2015.

SAFFER, Dan. **The Discipline of User Experience.** Kicker Studio. Disponível em: www.kickerstudio.com/2008/12/the-disciplines-of-user-experience. Acesso em: Abril 2015.

Secretária de comunicação social da presidência brasileira. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 - Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira.** SECOM. Publicado em: 19 Dez 2014. Disponível em: http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf. Acesso em: 2 Maio 2015.

STICKDOCK, Marc e SCHNEIDER, Jacob. **This is Service Design Thinking.** BIS Publishers: 2011.

SUPERIX. **O que é um site responsivo?** . Superix.com.br. Publicado em: 10 Ago 2013. Disponível em: http://www.superix.com.br/blog/56-o-que-e-um-site-responsivo-versao-ou-site-mobile-exclusivo. Acesso em: 22 Junho 2015.

TEIXEIRA, Fabrício. **Introdução e Boas Práticas em UX Design.** Casa do Código: 2014.

UXPA São Paulo. **2ª edição do Perfil do Profissional de UX no Brasil.** SlideShare. Publicado em: 19 Jan 2014. Disponível em: http://pt.slideshare.net/upasaopaulo/2-edio-do-perfil-do-profissional-de. Acesso em: 28 Abril 2015.

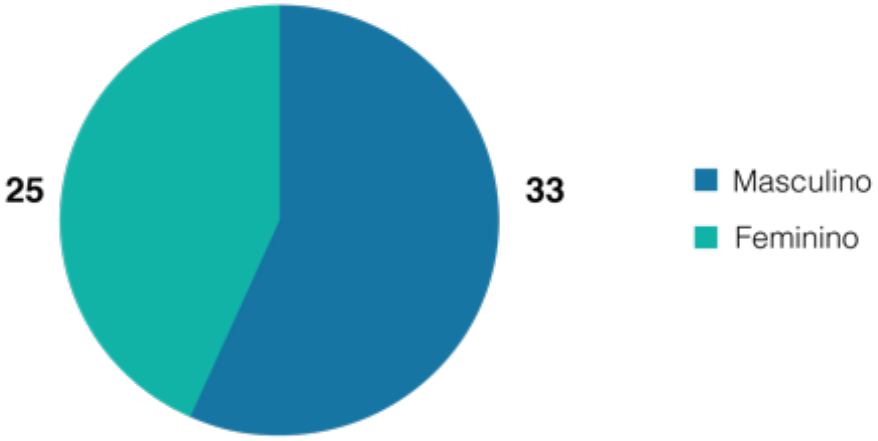
Anexos

Perfil dos Profissionais de UX

Os valores são referentes ao número de pessoas

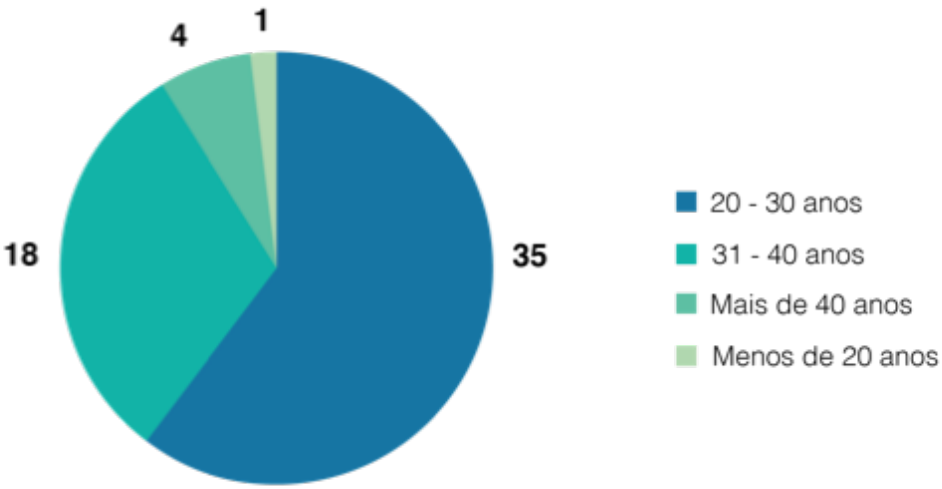
Sexo

58 respostas



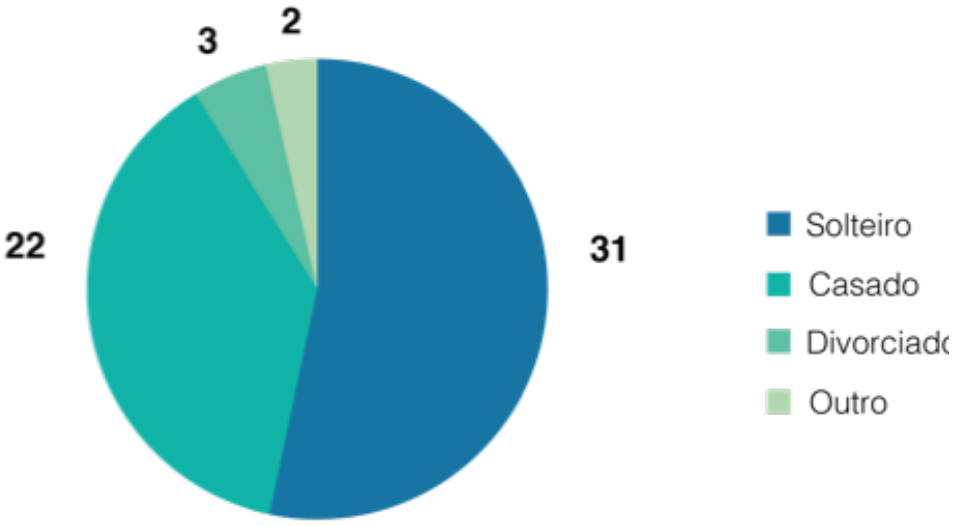
Quantos anos você tem?

58 respostas



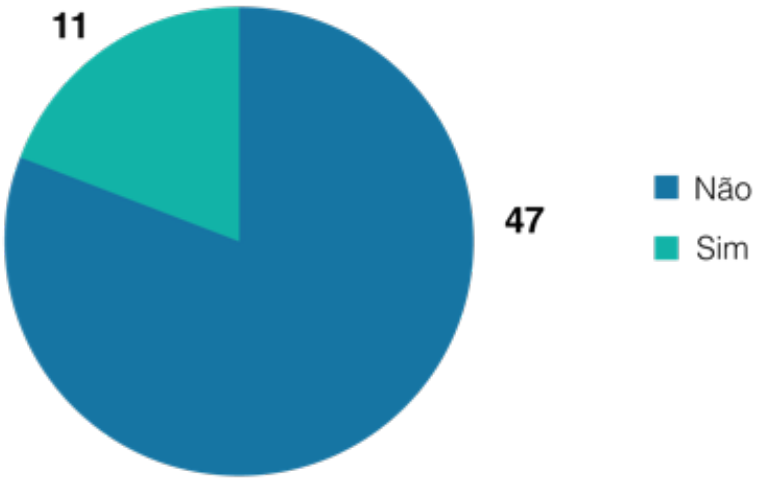
Qual seu estado civil?

58 respostas



Filhos?

58 respostas



Quais são seus hobbies e passatempos?

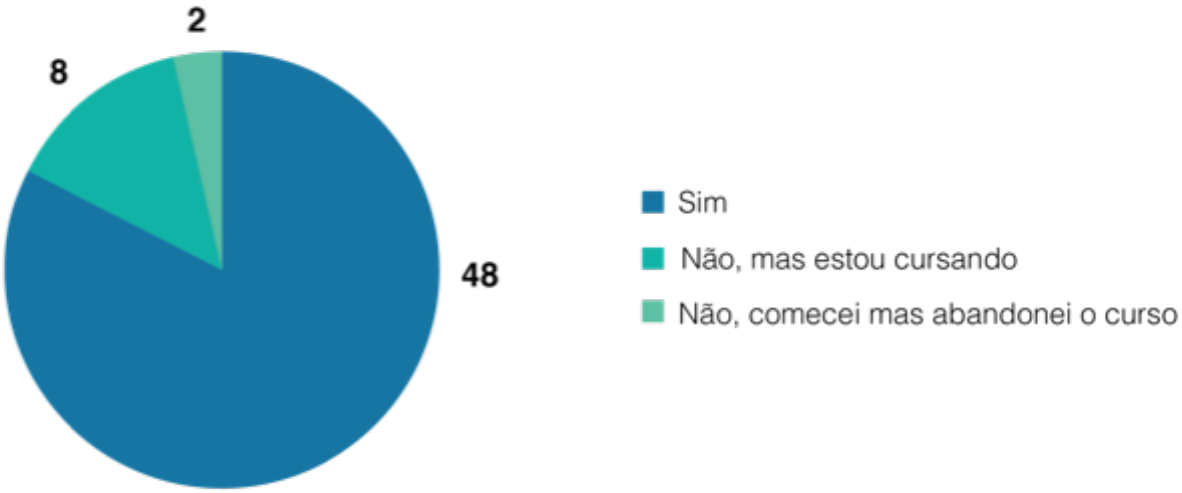
Resposta Aberta: 57 respostas

Esta pergunta é uma das perguntas deste questionário criadas para ajudar a entender a personalidade das Personas do projeto. Em geral, podemos observar gostos e passatempos similares entre os entrevistados. Porém, os mais citados foram:

- Assistir Filmes e Séries
- Ler
- Jogar Vídeo Game
- Sair com amigos
- Viajar
- Cozinhar

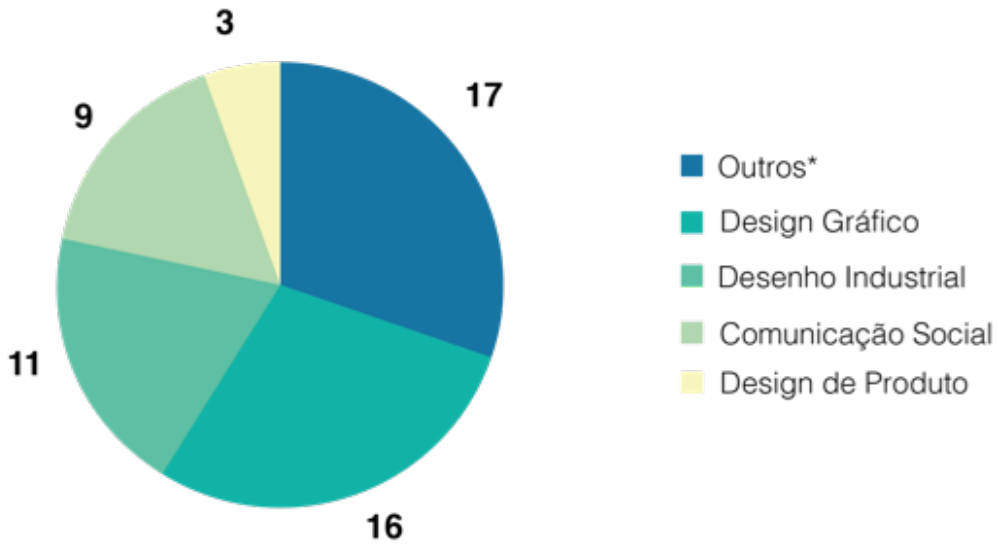
Você possui algum diploma de graduação?

58 respostas. A opção “Não, nunca cursei”, não obteve nenhuma resposta.



Em qual(is) curso(s) você é graduado(a) ou está cursando?

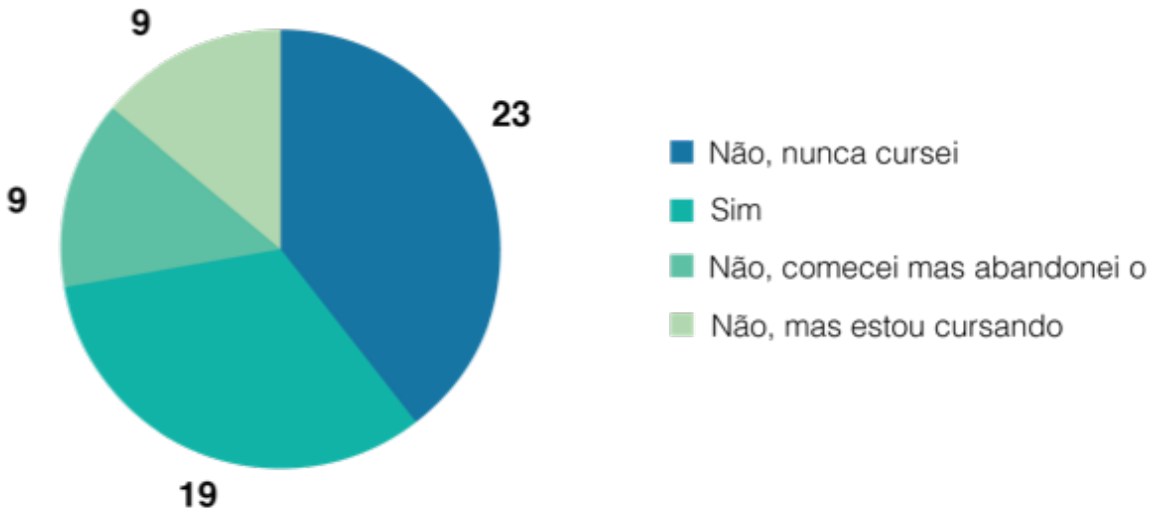
58 respostas



*Outros cursos citados: Artes Visuais, Artes Plásticas, Administração, Biblioteconomia, Mídias Digitais, Ciências Sociais, Ciência da Computação, Geografia e Design Digital. Desses, o mais citado foi o curso de Biblioteconomia, com 5 entrevistados.

Você possui algum diploma de pós-graduação?

58 respostas



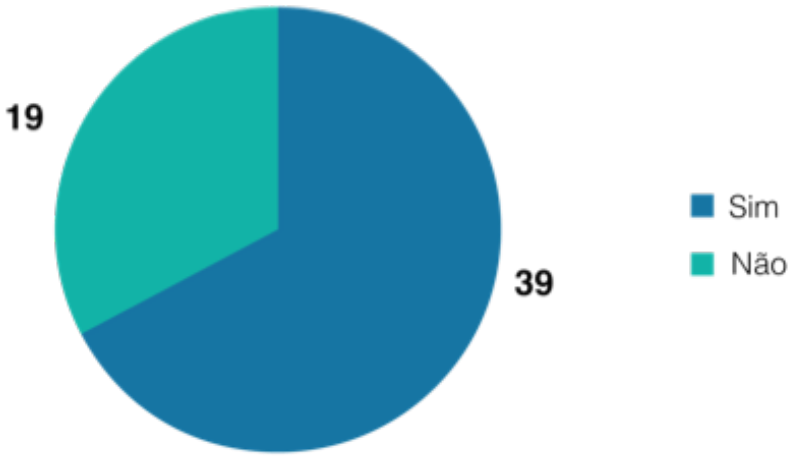
Em qual(is) curso(s) você é pós-graduado(a) ou está cursando?

Resposta Aberta: 42 respostas

Observamos aqui que os cursos mais citados tem relação com as áreas de UX. Desses que foram citados: Usabilidade, Arquitetura de Informação, Human-Computer Interaction, Marketing e Design Digital, Ergodesign de Interfaces, Mestrado em Design. Outros que tem menor relação ou nenhuma com a área de UX: Data Science, Fotografia, Psicologia Cognitiva, MBA em Gestão de Negócios, Animação e Modelagem Digital.

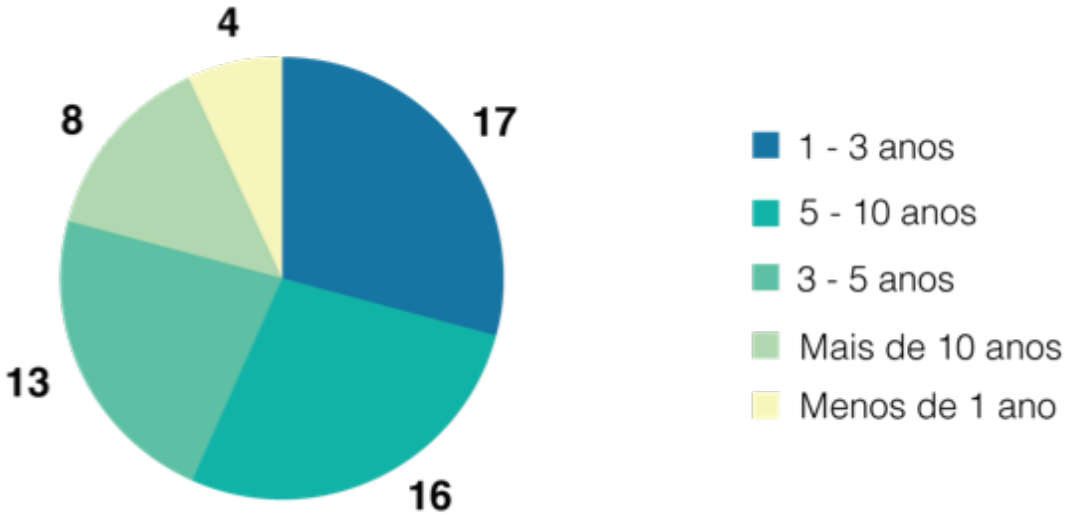
Você já fez algum curso complementar relacionado a UX Design?

58 respostas



Há quanto tempo você atua como profissional de UX?

58 respostas



Conte-me como você veio parar na área de UX?

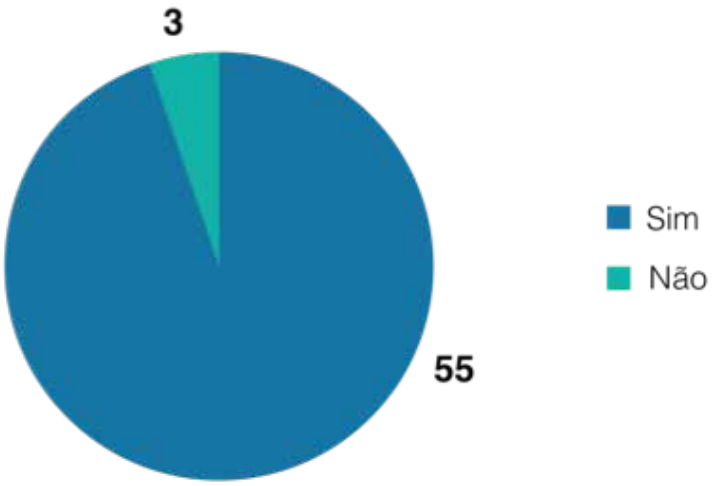
Resposta Aberta: 42 respostas

Nesta questão foi possível observar alguns comportamentos similares dos entrevistados em relação a sua entrada no mercado de UX. O motivo mais citado, por 24 entrevistados, foi “oportunidade de trabalho”, ou seja, o profissional conheceu sobre UX design enquanto trabalhava em alguma outra área. Outros motivos citados foram:

- Aprendendo sozinho, interessou-se (12)
- Interesse por tecnologia (12)
- Começou como Webdesigner/Front-end (12)
- Aula relacionada ao tema (5)
- Convite de outro profissional (2)

Atualmente você está trabalhando ou estagiando?

58 respostas



Qual nome dado ao seu cargo atual?

Resposta Aberta. 55 respostas

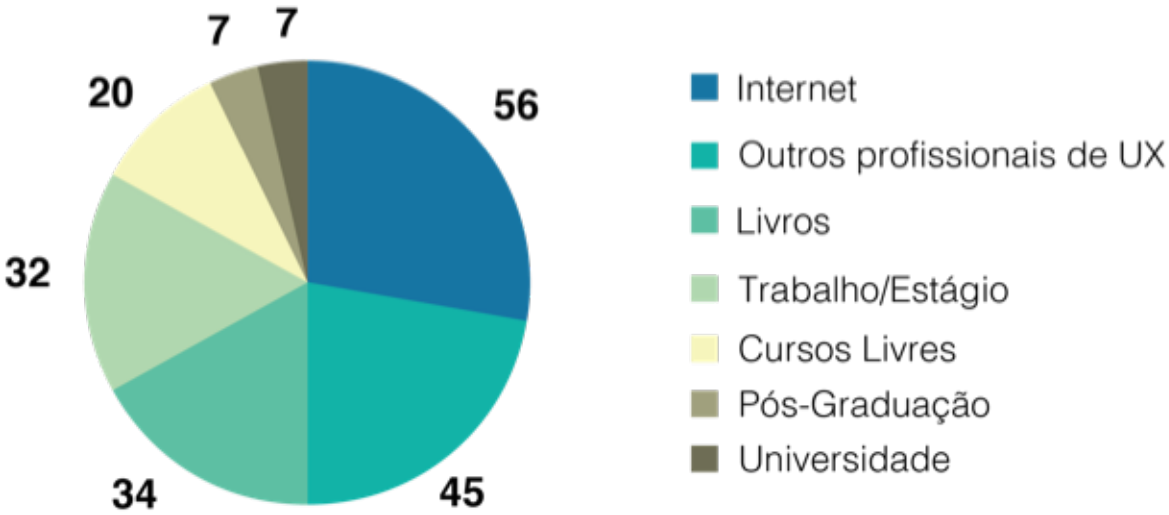
Conseguimos observar nesta questão a quantidade de diferentes nomes para profissionais que desempenham funções semelhantes no mercado de trabalho. Ao todo, foram 27 terminologias diferentes. Muitas delas dizem a mesma coisa, porém em línguas diferentes: Arquiteto da Informação, Senior UX Designer, Web Designer, Coordenadora de Research, Senior UX Researcher, Lead Product Designer, Interaction Designer, Diretora de Projeto, Diretor Web, Designer Jr., Associate Product Designer, Designer de Interação, UX Designer Analyst, Product Designer, Technical UX Evangelist, Analista da Experiência e Interface do Usuário, Designer Digitial, entre outros.

O quão satisfeito você está com sua escolha profissional?

57 respostas. Sendo 1 estrela para pouco satisfeito e 5 estrelas para muito satisfeito.

Quais recursos mais de ajudaram (e ajudam) nos momentos de estudos relacionados a UX?

58 respostas. Os entrevistados poderiam marcar quantas opções quisessem.



Quais blogs ou websites relacionados a UX você costuma visitar?

Resposta aberta: 58 respostas.

Esta questão nos mostra a variedade de blogs e sites existentes atualmente na web sobre o assunto. Os entrevistados juntos citaram mais de 30 fontes diferentes de conteúdo de UX, alguns deles foram:

- Blog de AI - Arquitetura da Informação
- UX Pin
- Smashing Magazine
- UX Mag
- The Verge
- Choco La Design
- Medium
- Twitter
- The Next Web
- FastCompany
- UX Mastery
- UX Matters