

Simplicidade e imaginação do design de produtos: fatores essenciais à usabilidade

Antonio Mendes da Silva Filho

*“Imagination is more important than knowledge...”
Albert Einstein*

Os seres humanos têm uma capacidade incrível de aprendizado e adaptação. Isso se deve em parte a curiosidade (humano), que considero um dom e o [serendipismo](#) essencial para o avanço da humanidade. O ser humano realmente me surpreende. Agora num contexto mais específico, perceba que os seres humanos possuem uma ampla variedade de habilidades que os diferenciam uns dos outros. Essas diferenças podem ser categorizadas em termos culturais, idade, gênero, personalidade, habilidades cognitivas, entre outros. Tudo isso é levado em consideração no projeto interface (gráfica de usuário) de produtos como software, Web sites, microondas, painel de um veículo, dentre tantos. Quando se fala em prover usabilidade, o foco recai, principalmente, sobre as habilidades cognitivas e sensoriais dos usuários, isto é o que torna a realização de uma tarefa ser algo simples e intuitivo. Este artigo discute fatores, como a simplicidade do design (ou projeto), que influenciam a usabilidade de produtos.

A usabilidade é uma característica através da qual o usuário percebe quão intuitivo e fácil de usar é um produto como, por exemplo, um Web site, e expressa sua satisfação no uso deste site. A usabilidade compreende vários fatores e dentre eles, pode-se destacar:

- Facilidade de aprendizagem
- Desempenho rápido nas tarefas dos usuários
- Baixa taxa de erros cometidos pelo usuário
- Satisfação subjetiva do usuário

Note que a usabilidade resulta em simplicidade e agilidade, pois quão mais fácil e intuitivo o produto é, mais rapidamente (isto é, eficientemente) o usuário pode realizar uma tarefa. E o que dizer da inovação? Até onde pode ir a habilidade humana na criação de um produto? Veja como exemplo a foto do estacionamento da Volkswagen na Alemanha exibida na Figura 1. Trata-se de uma criação motivada pela necessidade de espaço.



Figura 1 – Estacionamento da Volkswagen na Alemanha.

A imaginação e necessidade são catalisadores do processo de criação e, portanto, também do projeto (ou como alguns preferem “design”) de produtos. Para tanto, faz-se necessário colocar o usuário (isto é, a parte mais interessada do processo e produto) como personagem principal na concepção e desenvolvimento de um produto. Para tanto, há o projeto centrado no usuário que é método para entender e considerar o usuário que utilizará o seu projeto enquanto você desenvolve o projeto. Esta abordagem de projeto:

- É um método interativo
- Assegura a usabilidade do produto
- É uma forma de obter feedback do usuário
- É realizado durante todo o desenvolvimento do produto

No projeto centrado no usuário, é essencial testar o produto (ou produto) sempre. Assim, são realizados testes antes e durante o desenvolvimento, bem como depois quando você acha que terminou. Ele também pressupõe a necessidade de uma investigação contextual a fim de conhecer e entender o ambiente de trabalho do usuário (ou seja, o ambiente no qual o usuário realiza suas tarefas). O que mais um projetista deveria fazer? Há um conjunto de princípios de projeto que são denominadas de heurísticas de usabilidade. Dez [heurísticas de usabilidade para o projeto de interface](#), propostas por Jakob Nielsen são destacadas abaixo. Elas não são únicas, mas servem como ponto de referência no projeto de produtos.

- **Visibilidade do estado do sistema** – Prover o usuário de *feedback* apropriado.
- **Casamento do sistema com o mundo real** – Utilizar termos, objetos e conceitos familiares à linguagem do usuário.
- **Controle e liberdade de escolha do usuário** – Oferecer recursos como *Undo* que permita o usuário desfazer ações realizadas e retornar, por exemplo, a revisão anterior de um documento.
- **Consistência e aderência a padrões** – Seguir recomendações dadas em *guidelines* e guias de estilo, visando prover suporte à consistência.
- **Prevenção de erros** – Identificar e eliminar situações que possam levar a erros do usuário.
- **Reconhecimento ao invés de recordação** – Minimize a necessidade de memorização do usuário, tornando mais visíveis objetos, ações e opções disponíveis. Informações devem estar prontamente disponíveis e visíveis ao usuário.
- **Flexibilidade e eficiência de uso** – Considerar a diversidade de usuários (novatos e experientes), provendo mecanismos apropriados, como o uso de teclas de atalho, ícones e menus.
- **Estética e projeto minimalista** - Não adicionar informações desnecessárias ou raramente utilizadas, que competem com informações relevantes.
- **Prover ajuda aos usuários de reconhecimento, diagnóstico e recuperação de erros** – Mensagens de erro devem ser construtivas, sugerindo solução para o usuário.
- **Ajuda e documentação** – Prover documentação e recursos de ajuda, facilitando a busca e com foco nas tarefas do usuário.

De todas as heurísticas acima, eu destaco a oitava que enfatiza o projeto minimalista, ou seja, trazer ao primeiro plano da interface do produto aquilo que é essencial ao usuário. Não sobrecarregá-lo com informações, conteúdo, cores, objetos desnecessários. Você, como navegador da Web, com certeza já se deparou com Web sites sobrecarregados de conteúdo, cores, objetos, layout confuso. Como também já teve oportunidade de acessar o Web site do Google que considero um exemplo ímpar de simplicidade no design. Um outro ótimo exemplo de estruturação de conteúdo, uso de cores e projeto minimalista é o Web site da [Universidade de Stanford](#).

Essa percepção de que *menos é mais* agora também começa a ser regra em outras mídias de conteúdo que têm adotado a estratégia menos comerciais na sua programação. Num caso divulgado no jornal [The New York Times](#) em 28 de outubro de 2008, o CEO (Chief Executive Officer) do Web site [www.hulu.com](#), Jason Kilar, que essa atitude tem beneficiado anunciantes e, principalmente, os usuários que têm apreciado e expresso maior satisfação. Acessem o Web site da [Universidade de Stanford](#) e de outras instituições de ensino e façam uma comparação na forma na qual o conteúdo é organizado e apresentado. Façam o mesmo com o Web site do Google e de outros buscadores. A simplicidade é determinante na usabilidade e satisfação do usuário. Este artigo é complementada com as sábias palavras de Antoine de Saint-Exupery que expressa bem o propósito deste artigo.

*“You know you've achieved perfection in design,
Not when you have nothing more to add,
But when you have nothing more to take away.”*

Leitores interessados no tópico podem encontrar mais informações no sites:

[Serendipismo: Descoberta por Acidente e Sagacidade](#)

[Dez heurísticas de usabilidade](#)

[Bad human factors design](#)