

Projetar para a experiência: análise da metodologia para a construção de um website fundamentado nos 5 planos da experiência do usuário

Projecting for the experience: analysis of the methodology for the construction of a website based on the 5 plans of user experience

Mülling, Tobias Tessmann; Mestrando; Universidade Federal de Santa Catarina
tmulling@gmail.com

Pereira, Alice Theresinha Cybis; PhD; Universidade Federal de Santa Catarina
acybis@gmail.com

Resumo

Com o advento das novas tecnologias, e multiplicação do meio hipermediático, o usuário passou a usufruir de novas possibilidades de interação, navegação e imersão em sistemas. No entanto, para produzir estes efeitos, surgiu a necessidade de não apenas criar produtos, mas experiências ao usuário, criando engajamento e relação com o mesmo. Com o intuito de preencher a lacuna frente à uma metodologia de desenvolvimento de websites com base na experiência do usuário, James Garrett (2003) criou os 5 planos da experiência do usuário, que são abordados neste artigo.

Palavras Chave: Hipermissão; Design de Experiência; Metodologia.

Abstract

With the arising of new technologies, and multiplication of the hypermediatic means, users have started to make use of new possibilities of systems interaction, navigation and immersion. However, in order to produce such effects, there came the necessity of not only creating products (websites), but also experiences to the user, making engagement and relation with them. In order to fulfill the gap related to a methodology of development of websites based on user experience, James Garret (2003) came up with the 5 plans of user experience, which are approached in this article.

Keywords: *Hypermedia; Experience Design; Methodology.*

Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design

8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

©2008 Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil)

Reprodução permitida, para uso sem fins comerciais, desde que seja citada a fonte.

Este documento foi publicado exatamente como fornecido pelo(s) autor(es), o(s) qual(is) se responsabiliza(m) pela totalidade de seu conteúdo.

Introdução

Ao se projetar um website, normalmente associa-se este ao desenvolvimento de um produto. No entanto, a experiência do usuário, deve ser relevante no processo, de forma que não sejam criados apenas produtos, mas experiências que criem uma relação para com o usuário.

Segundo SHEDROFF (2001),

O conceito mais importante é que todas as experiências são importantes e aprendemos a tê-las a partir de meios tradicionais, físicos, experiências off-line, experiências digitais ou on-line, ou outra experiência tecnológica.

A experiência, como conceito, ainda vem sendo discutida sob o ponto de vista acadêmico. Não se chegou a uma conclusão, mas alguns autores a caracterizam como sinônimo de prazer ou emoção, ou sobre a usabilidade de um produto. Segundo Buccini (2005), o Design Experiencial é entendido como sendo *a prática do design que busca não somente atender às necessidades imediatas e objetivas do usuário, mas entender e preencher as motivações humanas em relação ao produto, estando relacionado às pequenas e grandes experiências da vida.*

Neste artigo é utilizada a teoria do pesquisados James Garrett (2003), relacionada aos elementos da experiência do usuário, determinados por 5 planos conceituais. O autor, em sua abordagem, dá mais ênfase aos processos físicos da construção de um website, através de suas etapas. Segundo Garrett (2003), *a experiência do usuário é a forma como o produto se comporta e é usado no mundo real, ou seja, além de atentar para as funcionalidades e recursos, também se deve perceber como será o contato do usuário com o produto.*

Planos Conceituais

Projetar um website destinado à experiência do usuário requer etapas. Garrett, após estudar o processo de desenvolvimento de websites, constatou que o projeto de design centrado no usuário poderia ser planejado a partir de um diagrama.

- **Plano de Estratégia:** define-se o quê e para quem se quer comunicar;
- **Plano de Escopo:** quais serão as características do produto;
- **Plano de Estrutura:** hierarquia de páginas e caminhos entre elas;
- **Plano de Esqueleto:** desenho estrutural das telas, navegação, etc;
- **Plano de Superfície:** design gráfico ou design visual

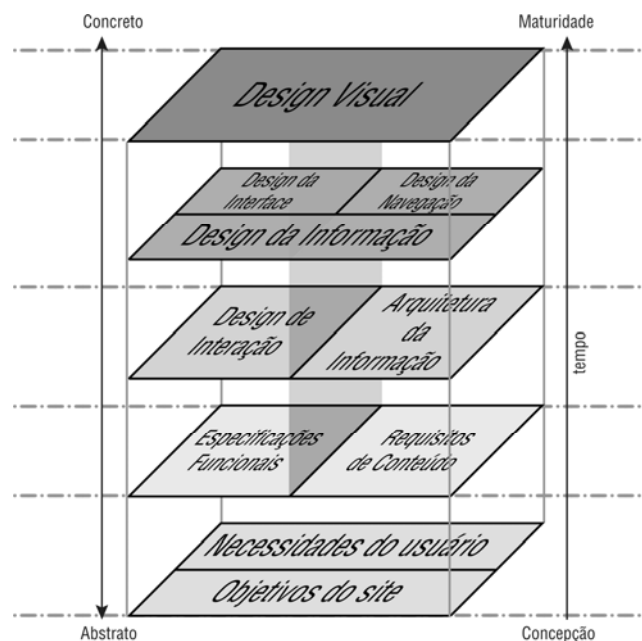


Figura 1: Diagrama da Experiência (Garrett 2003)

Como princípio, o autor destaca a construção do site de baixo para cima (*Bottom to Top*), através de camadas. Desta forma, é possível e necessária uma atenção especial à cada etapa de construção do site, buscando elevar a qualidade da experiência do usuário. Atualmente as *expertises*, ou seja, a área onde o profissional é o mais capacitado, se torna o seu diferencial. Desta forma, acadêmicos e profissionais podem não apenas compreender, mas proporcionar experiências de alta qualidade nos projetos envolvidos. De acordo com MEMÓRIA(2005),

A presença de profissionais especializados em diferentes disciplinas está cada vez maior nos dias atuais. Cada área de conhecimento trabalha diferentes partes do sistema que, desenvolvidas separadamente, contribuem para o aperfeiçoamento de um todo, melhorando a qualidade do produto final.

Plano de Estratégia

A base da experiência de um usuário bem-sucedido é uma estratégia claramente pensada, planejada e articulada.

Saber o que o cliente deseja que o site execute, e o que ele possa realizar para o usuário, ajudam a tomar decisões pertinentes a cada aspecto da experiência do usuário. Porém responder estas simples perguntas pode ser mais complicado do que parece. (GARRETT 2003)

Nesta etapa são definidos os principais conceitos e objetivos do site, assim como as necessidades dos usuários. A partir de uma idéia, podem ser pensadas as estratégias e objetivos do website, o *algo mais*. De acordo com Robin Landa, o *conceito inovador é o início de tudo. O conceito, na verdade, é o mais importante de todo o processo.*

Plano de Escopo

Após obter uma clara noção do que será apresentado ao usuário, busca-se atingir todos os objetivos definidos na estratégia. Esta se torna um escopo quando traduzidas as necessidades e os objetivos do website, buscando identificar conflitos potenciais ou defeitos de produto, enquanto o website ainda é hipotético.

No desenvolvimento do processo, o escopo é definido pelas especificações funcionais. O que o website deve comportar, as ferramentas que serão dispostas ao usuário; aliadas às funcionalidades, existem as necessidades de conteúdo. O website deve prever áreas de conteúdo dinâmico, estático, chamadas de maior importância, etc. Da mesma forma, deve ser decidida a tecnologia a ser utilizada na construção da interface, de modo a compreender as possibilidades e limitações do projeto.

Plano de Estrutura

Nesta fase do processo, é o momento de se organizar os dados obtidos nos planos de estratégia e escopo, e transformar idéias abstratas em fatores concretos que irão determinar qual será a experiência do usuário. Analisando a web como interface de software, o designer de interação é responsável por criar a estrutura da experiência do usuário. Do ponto de vista do conteúdo, esta é a função do arquiteto de informação. Este é encarregado de organizar, agrupar, ordenar e apresentar o conteúdo. Lucy Niemeyer (2003) descreve que *“o abundante e crescente volume de informação que nos cerca, na era da comunicação de massa, determina uma maior seletividade na recepção da informação”*. Isto significa que só será percebida, compreendida e utilizada a informação que se apresentar a seu destinatário de modo adequado e eficiente. Como resultado, o principal *produto* de um arquiteto de informação é o mapa do site, que servirá de base para o restante do processo.

Plano de Esqueleto

O plano de esqueleto busca um nível mais refinado de detalhe ao projeto. Analisando a interface como software, trabalha-se o design de interface – que inclui botões, campos de texto e outros componentes. Para organizar o acesso aos diversos links do site, existe o design de navegação. Garrett ainda define um terceiro termo - que unifica o design de interface e o design de navegação - o design de informação, apresentando a informação proporcionando uma comunicação efetiva.

Felipe Memória(2005) descreve que *os wireframes são o fruto de toda a pesquisa e análise que foi feita na etapa de pré-projeto*. Os wireframes auxiliam o cliente no processo de aprovação, pois mostra o que estará contido no futuro website. Eles também são importantes

para o processo tecnológico de construção de um site, ou seja, para os sistemas do site começarem a ser desenvolvidos, e também para os responsáveis pelo design visual terem uma percepção do trabalho que os aguarda, a fim de buscarem referências.

Plano de Superfície

O plano de superfície tem como foco determinar a forma visual que terão os elementos que foram descritos no plano de esqueleto. Analisando o termo, imagina-se que o design visual ou gráfico é um assunto que trata puramente de estética. No entanto, o design visual expressa todo o processo de construção da experiência do usuário, e é a prova final de que o website teve seus objetivos descritos alcançados. Para isto, basta comparar os planos vistos anteriormente e analisar o site para perceber se ele está bem estruturado, se possui uma boa arquitetura de informação, uma boa navegabilidade, entre outros.

A aparência visual dos produtos é um determinante crítico da resposta do consumidor e do sucesso do produto. Julgamentos são muitas vezes feitos sobre a elegância, funcionalidade e significado social dos produtos baseados em grande parte na informação visual. (CRILLY, MOULTRIE & CLARKSON 2004)

Conclusão

Os elementos da experiência do usuário demonstram uma metodologia eficaz na construção e desenvolvimento de websites que visam criar uma experiência ao usuário, não apenas um produto. Através desta metodologia, e dos avanços tecnológicos em relação às possibilidades de experiências aos usuários (animações, utilização de vídeo, 3d, etc), o designer, e conseqüentemente sua equipe encontram se munidos para, em busca de uma idéia e estratégia eficaz, oferecer um website diferenciado ao seu usuário.

Referências

BUCCINI, Marcos, STEPHANIA, Padovani. **Design Experencial na Internet**. 2º Congresso Brasileiro de Design da Informação, 2005.

CRILLY, Nathan, MOULTRIE, James & CLARKSON, John. **Seeing things: consumer response to the visual domain product design**. Cambridge: 2004. Disponível em: <http://www-edc.eng.cam.ac.uk/~nc266/seeing_things.pdf> Acessado em: out 2007

GARRETT, James. **The Elements of User Experience: User-Centered Design for the web**. New Riders, 2003.

Projetar para a experiência: análise da metodologia para a construção de um website fundamentado nos 5 planos da experiência do usuário

MEMÓRIA, Felipe. **Design para a internet. Projetando a Experiência Perfeita.** Editora Elsevier, 2005.

NIEMEYER, Lucy. **Elementos de Semiótica aplicados ao Design.** Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

SHEDROFF, Nathan. **Experience Design 1,** Indianapolis (IN): New Riders, 2001.