Revista Espaço Acadêmico - Nº 122 - Julho de 2011
Mensal - ANO XI - ISSN 1519-6186

User Experience – Essencial para Usabilidade de Produtos

Antonio Mendes da Silva Filho*

"The creation of something new is not accomplished by the intellect but by the play instinct acting from inner necessity. The creative mind plays with the objects it loves."
Carl Jung

Usabilidade tem sido um dos fatores utilizados por empresas para conquistar novos usuários (consumidores). De acordo com a Norma 9241-11 da ISO (International Organization for Standardization), a **usabilidade** é definida como *"The extent to which a product can be used by specified users to achieve specified goals with effectiveness, efficiency, and satisfaction in a specified context of use"*. Esses objetivos compreendem a base do que é denominado "user experience". Mas, o que é *user experience*? Trata-se da experiência do usuário quando interage com produtos ou serviços. Um produto pode ser qualquer coisa como, por exemplo, um notebook, um aparelho celular ou smartphone, um painel de automóvel ou software. Qualquer desses produtos ou até serviços (como oferecidos em web sites), têm a usabilidade como atributo determinante da qualidade perceptível aos usuários. Nesse sentido, o objetivo deste artigo é discutir e explorar experiência e percepção do usuário no uso e adoção de novas tecnologias. O artigo destaca como a Apple tem inovado em seus produtos provendo usabilidade levando em consideração a experiência do usuário [1], [2], [3], [4] e [5].[1]

Projetar novos produtos requer preocupação constante com o usuário (final) e a maneira através da qual ele interage com o produto. Trata-se da experiência do usuário. Ghandhi expressou bem isso dizendo:

> "A customer is the most important visitor on our premises. He is not dependent on us; we are dependent on him. He is not an interruption in our work; he is the purpose of it He is not an outsider in our business; he is part of it.We are not doing him a favor by serving him; he is doing us a favor by giving us an opportunity to do so."Mahatma Gandhi.

Perceba que o sucesso de novos produtos não depende apenas dos esforços das equipes de propaganda e marketing, mas da inovação que as empresas colocam em seus produtos. E essa inovação vem de quanto a empresas estão preocupadas com seus usuários (clientes) e, principalmente,

pela maneira através da qual os usuários (clientes) vêm os produtos. A experiência do usuário no uso produto ou serviço é essencial. Nesse sentido, como destacado por Gandhi na citação acima, o usuário (cliente) é a parte mais importante do negócio. Dentro desse contexto, o este artigo visa discutir e explorar experiência e percepção do usuário no uso e adoção de novas tecnologias. E, esses aspectos estão diretamente relacionados com a usabilidade.

A **usabilidade** é uma característica de um produto ou serviço que informa quão fácil de usar e aprender esse produto (ou serviço) é. Em outras palavras, serve como um indicador de quão intuitivo é utilizar aquele produto (ou serviço). Perceba que essa característica influencia diretamente o interesse do usuário em utilizar ou não esse produto ou serviço. No entanto, em diversos produtos assim como em sistemas de software, a usabilidade deve ser avaliada não apenas quando produto está pronto, mas também durante todo o processo de desenvolvimento visando assegurar o nível desejado de usabilidade. Isso é o que preconiza o **projeto centrado no usuário** que recomenda projetista obter dos usuários *feedback* ao design (entenda-se projeto) do produto. Trata-se de um processo iterativo que requer você (projetista):

1. Testar o produto *antes* do desenvolvimento;
2. Testar o produto *durante* o desenvolvimento;
3. Testar o produto *depois* do desenvolvimento.

Dentro desse contexto, cabe destacar que a interface de usuário é um fator determinante do sucesso do produto. Um resultado direto disso é que as interfaces bem projetadas:

- ***Possibilita o aumento eficiência com que o usuário realiza as suas tarefas***. Isto tem impacto direto na produtividade de uma organização além de satisfação subjetiva no uso do sistema pelo usuário.
- ***Permite reduzir os custos de apoio ao usuário*** tais como treinamento e atendimento ao usuário. Quando o projeto da interface de usuário de um produto leva em consideração a experiência do usuário na interação com o produto. Em que situações isso acontece? Quando a interface (de usuário) se insere naturalmente no ambiente (de trabalho) do usuário, tornando a realização de tarefas eficiente
- ***Contribui para aumentar a 'lealdade' do usuário ao produto***, desde que ela (i.e., a lealdade) está relacionada com a experiência do usuário como ilustrado na **Figura 1**. A satisfação (subjetiva) com a experiência de uso de um produto torna o usuário (cliente) mais predisposto a recomendar o produto ou até mesmo em querer trocar por outro como mostrado na **Figura 1**.

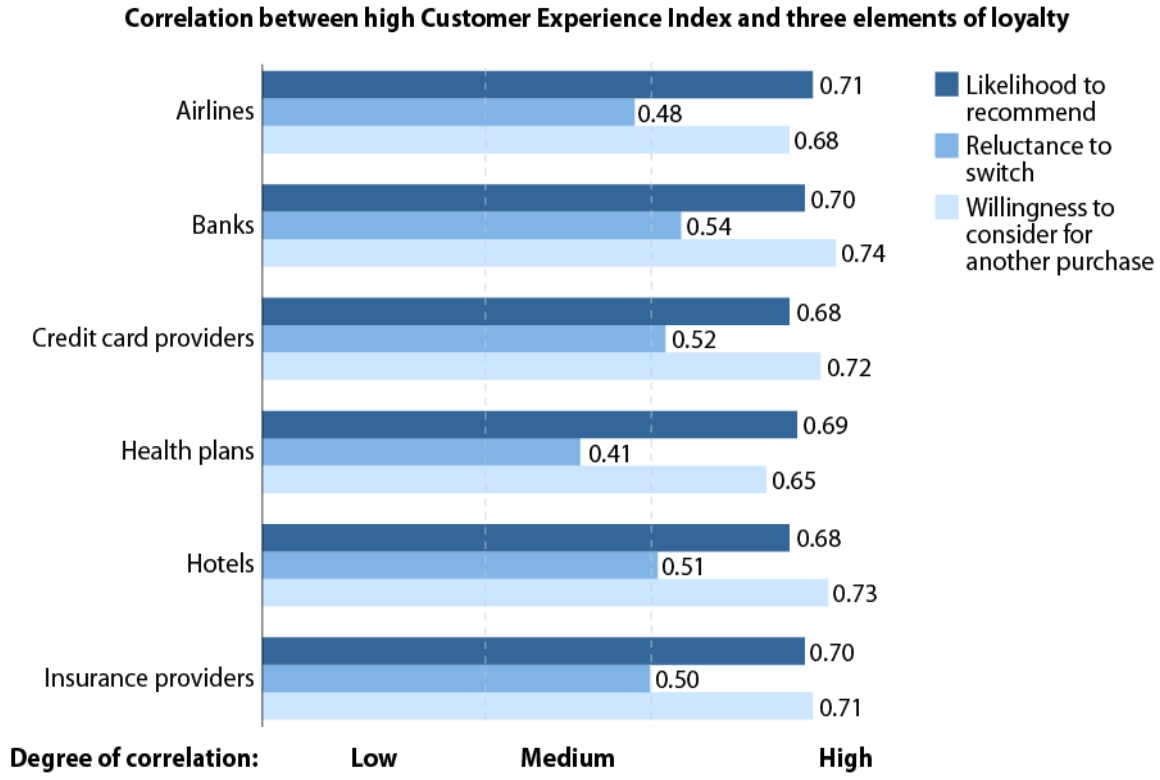

Figura 1 – Relação entre lealdade e experiência do usuário.

Note que, levando em consideração os argumentos acima e dados da Figura 1, o comportamento e atitudes dos usuários são influenciadas pela experiência de uso (dos usuários).

Foco na User Experience – O projeto de qualquer produto requer do projetista a habilidade de examinar um conjunto de fatores que determinam:

(1) o tipo de produto que será desenvolvido (para atender um desejo e/ou necessidade do usuário);

(2) a informação que será exibida;

(3) a interface de usuário;

(4) o padrão de uso (do produto por parte do usuário);

(5) interação do usuário com o produto.

Esses fatores compreendem a base do que é denominado "user experience", que é a experiência do usuário quando interage com produtos ou serviços. O projeto de um produto requer que você (projetista) considere um conjunto fatores listados abaixo:

1. O tipo de produto que a ser desenvolvido (para o usuário);

2. A informação que será apresentada (ao usuário);

3. A interface de usuário do produto (ou serviço);

4. O padrão de uso do produto (ou serviço pelo usuário);

5. A interação do usuário com o produto.

O objetivo ao apresentar esses fatores não é o de ser completo, mas de identificar 'fatores' que contribuem e afetam a experiência do usuário (user experience) no 'uso' de um produto ou serviço. Esses fatores compreendem a 'pirâmide', formando a base da *user experience* como ilustrado na **Figura 2**.

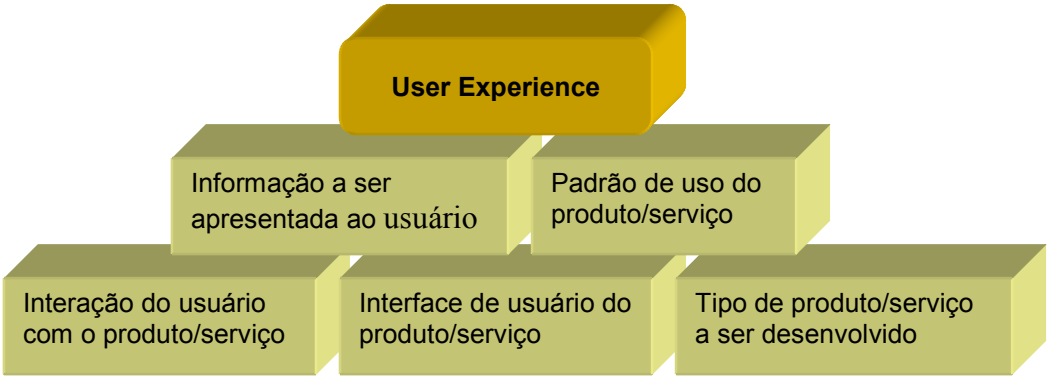

Figura 2 – Pirâmide da *user experience*.

Nielsen e Norman a definiram *user experience* como:

> "User experience" encompasses all aspects of the end-user's interaction with the company, its services, and its products. The first requirement for an exemplary user experience is to meet the exact needs of the customer, without fuss or bother. Next comes simplicity and elegance that produce products that are a joy to own, a joy to use. True user experience goes far beyond giving customers what they say they want, or providing checklist features. In order to achieve high-quality user experience in a company's offerings there must be a seamless merging of the services of multiple disciplines, including engineering, marketing, graphical and industrial design, and interface design." [Nielsen& Norman Group]

Observe que os fatores acima estão diretamente relacionados com a experiência do usuário na forma que o usuário 'percebe' e interage com o produto ou serviço. Além disso, uma conseqüência da experiência do usuário (no uso de produtos e serviços), que trazem inovação com usabilidade (i.e. de maneira intuitiva), é a satisfação do usuário (do produto) através de seu comportamento e atitude. Como resultado, tem-se que os usuários (clientes):

1. Aumentam a probabilidade de comprar novamente (produto daquela empresa);
2. Aumentam a probabilidade de recomendar o produto;
3. Aumentam a probabilidade de renovar a prestação de serviço;
4. Têm relutância em trocar de produto ou serviço.

Isso foi ilustrado na Figura 1. Note que esses fatores estão relacionados, em parte, com a lealdade à empresa e/ou produto. Mas, percebam que eles também estão diretamente relacionados à experiência do usuário, e podem ser considerados como 'influenciados' por

ela (isto é, a *user experience*). A percepção 'aguçada' deste fato destacado artigo tem sido muito bem exercitada por Steve Jobs na Apple. Para entender, basta observar a preocupação da Apple com a usabilidade dos produtos. Não é toa que desde o retorno de Steve Jobs à Apple em 1996, a empresa tem conquistado mercado de maneira gradativa e trazido inovação aos seus produtos. Simplicidade, usabilidade e inovação têm sido marcas nos produtos da Apple. A Figura 3 mostra um conjunto de contribuições inovadoras da Apple (www.apple.com) desde o início da década de 80 até os dias atuais.

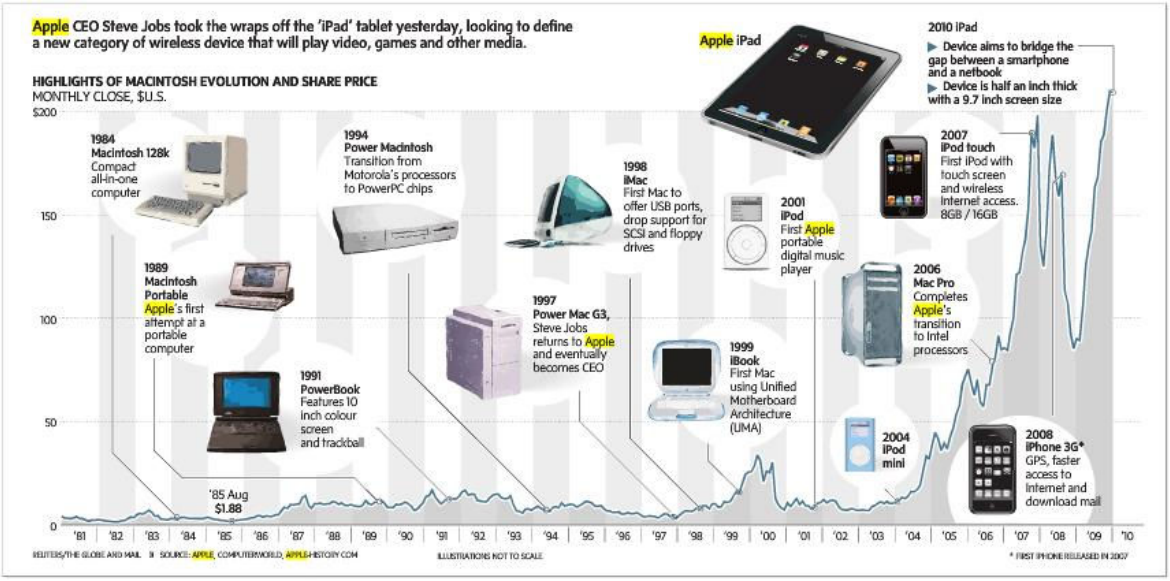

Figura 3 – Produtos da Apple
(Fonte: http://www.scribd.com/doc/25981653/Apple-iPad-graphic)

Agora, vamos procurar fazer um 'link' de tudo o que foi apresentado acima. Pergunte a si próprio: ***O que eu quero quando faço uso de um produto ou serviço?***

Se você pensar cuidadosamente, poderá perceber que ao fazer uso de um produto (ou serviço), você busca, por exemplo:

1. Atingir objetivos (que atendam suas necessidades num determinado contexto);
2. Eficiência (obtendo um resultado ou solução, de modo eficiente e produtivo, para um problema que tenha em mãos);
3. Satisfação (de maneira subjetiva no uso do produto ou serviço).

Note que esses três aspectos destacados acima compreendem os fatores têm sido utilizados pela Norma 9241-11 da ISO (*International Organization for Standardization*) para definir a usabilidade, conforme destacado anteriormente no artigo. Perceba também que a Apple, sob a liderança de Jobs, tem estado em 'sintonia com os usuários (clientes)', com preocupação constante em prover usabilidade, levando em consideração a experiência do usuário. E, a Apple, com o habilidoso Steve Jobs que tem atuado com uma espécie de 'tastemaker' com

sua percepção 'aguçada' para antecipar o que poderia ser os próximos produtos e serviços dos usuários. Trata-se de habilidade raríssima que, no momento, não consigo recordar outro que possa fazê-lo com tamanha consistência. E, muito dos produtos da Apple não é resultado de pesquisa de mercado junto aos usuários, a concepção e design de novos produtos vem da percepção aguçada de Jobs em prover os usuários com os artefatos e serviços que eles (os usuários) precisam. Jobs busca prover os usuários com artefatos e serviços que eles:

1. consigam realizar suas tarefas (leia-se utilidade);
2. executá-las de modo fácil e eficiente (leia-se usabilidade);
3. apreciem sua experiência de uso (leia-se qualidade de ser desejável).

E, tudo isso implica user experience. Todavia, há produtos para nichos específicos de usuários que requer especificidade na concepção e design, mas isso será explorado num outro artigo.

* **ANTONIO MENDES DA SILVA FILHO** é Professor e consultor em área de tecnologia da informação e comunicação e Doutor em Ciência da Computação pela Univesidade Federal de Pernambuco.

[1] [1] *Conectividade e Informação – O mundo em suas mãos: Apple é sinônimo de Inovação orientada para 'User Experienece'*, disponível em http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/10322/5688
[2] *Conectividade e Informação - O iPad em suas mãos: Promovendo leitura, discussão online e inteligência social*, disponível em http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/10062/5589
[3] *Conectividade e Informação: O iPad em suas mãos*, disponível em http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/viewFile/9843/5468
[4] *Conectividade: da user experience à usabilidade*, disponível em http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/viewFile/9505/5308
[5] *Simplicidade e imaginação do design de produtos: fatores essenciais à usabilidade*, disponível em http://www.espacoacademico.com.br/091/91amsf.htm