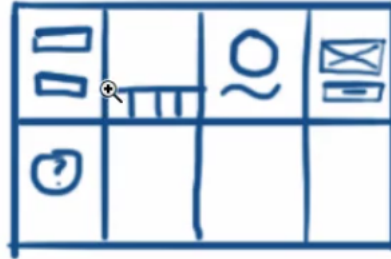


Overview do curso

Transcrição

Vamos para a *overview* do curso.

Para colocar as ideias no papel, vimos que uma das ferramentas que podemos utilizar é o *Crazy Eights*.

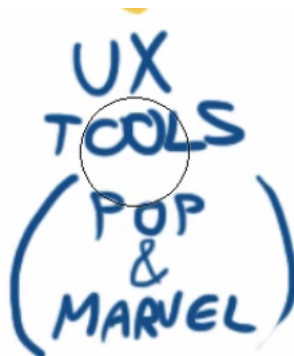


A ferramenta inventada pelo Google consiste em desenhar as telas em uma superfície dividida em oito partes. Você deve desenhar momentos-chave do aplicativo, ou seja, os momentos relevantes da interação do usuário. O tempo reservado para esta dinâmica é de **5 minutos** no total, isto é, **40 segundos** por tela. Depois de passar para o papel as ideias mais óbvias, deve-se repetir o processo por cerca de 15 minutos. Na segunda rodada, você já pode começar a pensar no fluxo de tela dos usuários.

Após a fase dos Crazy Eights, uma ferramenta bastante utilizada para decidir quais telas serão incluídas no aplicativo é **Zen Voting**. Nela, os membros da equipe podem votar utilizando etiquetas e sem fazer "boca de urna".

ZEN
VOTING

Conhecemos também algumas ferramentas de prototipação. As que mais nos aprofundamos foi o POP e o Marvel.



E se os dois aplicativos não suprirem a sua necessidade, você pode consultar o site uxtools.co (<http://uxtools.co/tools/#/>) e encontrar a ferramenta mais apropriada.

Comentamos ainda as **10 Heurísticas de Nielsen**, também conhecidas como "regras de usabilidade".



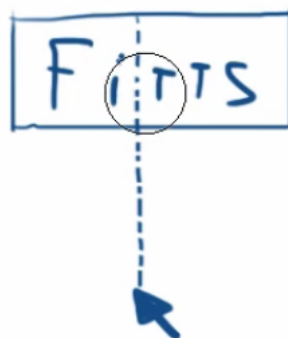
Resumidamente, elas contam com:

- feedback;
- linguagem adequada;
- liberdade para o usuário;
- consistência entre elementos semelhantes;
- prevenção de erros;
- "menos é mais", design minimalista.

Vamos ressaltar que, apesar de serem conhecidas como tal, as 10 Heurísticas de Nielsen **não são regras**, e mesmo se fossem, sempre existe a possibilidade de quebrá-las. Mas para isto é preciso conhecê-las bem.

Além das Heurísticas de Nielsen, existem ainda as Heurísticas de Krug, elaboradas pelo autor do livro "Não me faça pensar", Steve Krug.

Vimos sobre a **Lei de Fitts**, que fala sobre o tempo que o dedo do usuário levará para alcançar o alvo (*target*) do aplicativo.

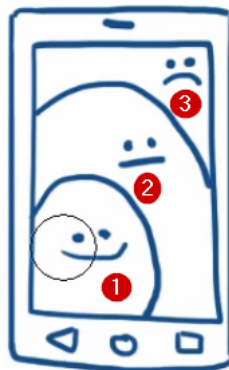


Quanto menos tempo o usuário levar para clicar em um botão almejado, melhor será a experiência.

Vimos também a **Lei de Hick**, que diz que quanto maior for o número de opções oferecidas para o usuário, mais tempo ele irá demorar para a execução da ação.



Falamos sobre a **Thumb Zone** e a importância de nos preocuparmos com o alcance dos polegares em aplicações mobile.



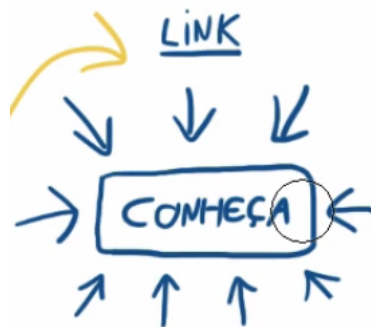
Vimos que as áreas cujo alcance do polegar é mais confortável, devem ser destinadas para funcionalidades que serão bastante utilizadas. Quando o usuário decide usar o celular com as duas mãos é porque ele desistiu de usar o polegar.

Outro ponto trabalhado foram as **microinterações**.



O Twitter, em 2015 mais ou menos, trouxe o símbolo de coração no lugar da estrela para os "likes", com intenção de chamar a atenção do usuário oferecendo algum recurso visual. Geralmente, as microinterações (ou *microinteractions*) são associadas à animações, justamente porque elas são boas em atrair a atenção do usuário, sendo um diferencial em relação a outras interfaces.

Vimos o conceito de **Affordance**, a propriedade de um objeto que oferece uma dica de como ela funciona. Um exemplo é um link que deixe claro que é clicável (como no caso de uma *Call to Action*).



Abordamos o conceito de **microtexto**, que são pequenos textos que apelam para as esferas emocionais de quem lê, com um caráter de **informação**, e não de enrolação.

MICRO
TEXTO

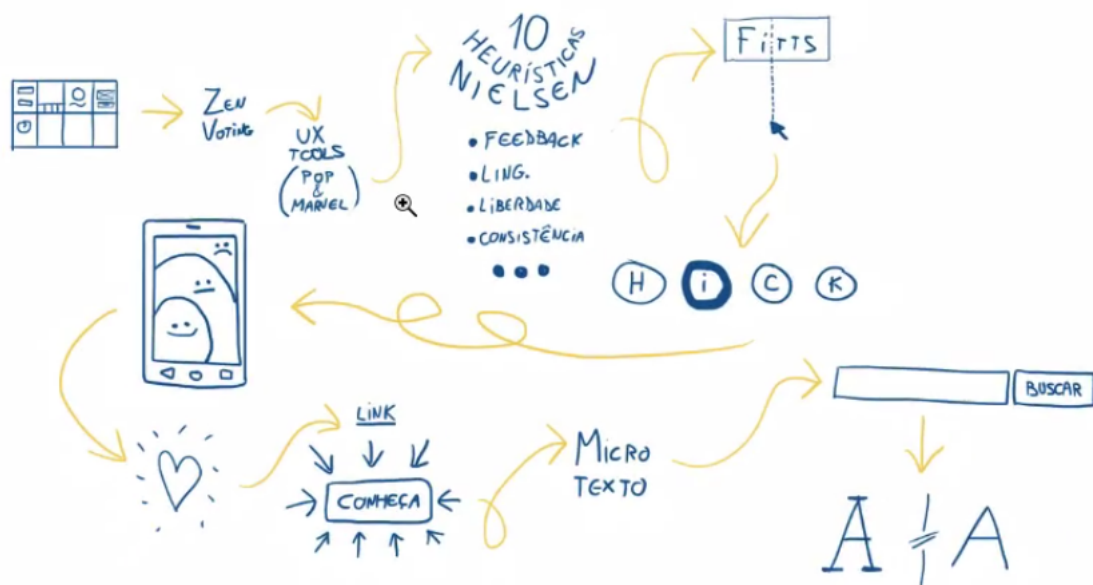
E sobre **campos de busca**, vimos que quanto mais simples ele for, melhor. No site da consultoria de Nielsen, a Nielsen Norman Group, o campo de busca tem apenas as características necessárias para que seja identificada pelo usuário.



O último assunto abordado foi **Tipografia**. Vimos a importância de saber com qual grupo de fonte iremos trabalhar: serifada ou não serifada.



Estas foram as etapas básicas vistas no curso.



Se você tiver alguma dúvida, pode usar o [fórum \(https://cursos.alura.com.br/forum/todos/1\)](https://cursos.alura.com.br/forum/todos/1) da Alura.

Espero que tenha gostado do curso UX Usability, espero ter acrescentado algo novo. Espero que você tenha entendido que quando falamos de Usabilidade pensamos em várias ferramentas e inúmeros pontos que serão pensados para facilitarmos o uso do nosso projeto.

Nos encontramos num próximo curso!