

04

Para saber mais: Carregamento de telas

Ninguém gosta de esperar algo. Por padrão os usuários têm a expectativa de que os produtos digitais vão carregar rapidamente. Quando um produto leva mais de 3 segundos para carregar os usuários reportam isso como um bug ou erro do sistema. No mundo real podem-se encontrar diversos problemas: internet lenta, código não muito otimizado ou muita informação para carregar. Enquanto usuários mais antigos podem dar uma segunda chance e esperar carregar, a maioria vai simplesmente fechar a plataforma.

Jakob Nielsen, em 1993, já comentava sobre a importância de comunicar os usuários sobre esse tipo de resposta. Ele diz que a indicação de progresso tem vantagens, como comunicar para o usuário que o sistema não quebrou e sim está trabalhando para executar a tarefa requisitada. Além disso, a indicação de progresso ideal deve informar o usuário quanto ele vai esperar, para indicar se o usuário consegue ou não realizar outras atividades enquanto esperar o carregamento. Por fim, mostra algo para o usuário olhar, deixando a experiência menos dolorosa.



o Splash Screen do Marvel tem uma interação interessante que prende o usuário enquanto carrega o aplicativo.

Por isso, para criar uma animação de carregamento ideal, é necessário pensar sobre os seguintes tópicos:

1. Ser utilizada o mínimo possível:

Mesmo que a animação seja divertida e bem feita, deve-se lembrar que nenhum usuário gosta de esperar algo acontecer. Ficar mostrando diversas vezes a mesma animação pode deixar os usuários irritados e com isso ter uma pior experiência. Para isso, é preciso ter discernimento sobre quando utilizar animações de carregamento e utilizá-las o mínimo possível.

2. Dar uma estimativa de tempo

É importante mostrar o usuário quanto tempo vai levar para o sistema processar um dado. Assim, o designer consegue criar uma expectativa no usuário de quando o carregamento terminará.

3. Explicar para o usuário porque ele precisa esperar

Não é tão óbvio para os usuários por que os carregamentos estão sendo feitos, por isso é importante deixá-los cientes da razão por qual está sendo utilizada uma página de carregamento.

4. Deixar o processo menos frustrante

Isso pode ser feito utilizando uma animação bem feita e que prenda a atenção do usuário, divertindo-o.

5. Enfatizando a marca e a voz da empresa

Já que o usuário terá que encarar um processo de espera de carregamento de conteúdo, é bom que esse momento seja aproveitado para falar sobre a marca que o usuário está interagindo.