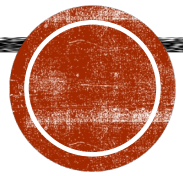
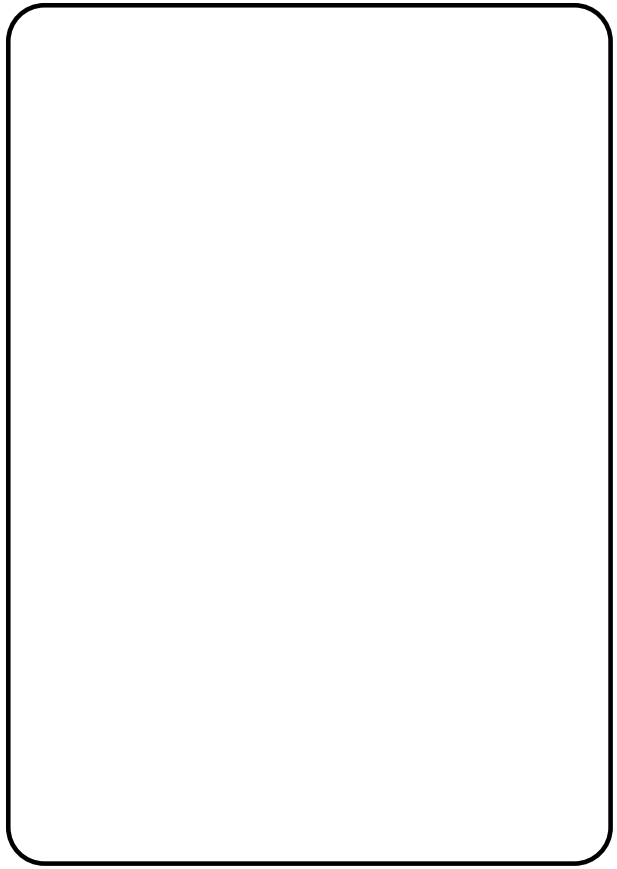
Análise de Similares e Avaliação Heurística

Tiago Massoni



COMPUTAÇÃO
U F C G

Como seria uma tela de reserva de quartos de hotel?



Não combinamos nada antes

campo de destino

datas

hóspedes

botão Buscar

cards com foto e preço

De onde veio?

De todos os apps que já usamos.

Ninguém projeta “do nada”

> “Usuários passam a maior parte do tempo em outros sistemas. Esperam que o seu funcione como os que já conhecem."

Lei de Jakob (Jakob Nielsen): lawsofux.com/jakobs-law

Quebrar uma convenção custa memória de trabalho e atenção

Por que analisar similares

1. **Expectativas.** Pessoas trazem modelos formados por outros apps.
2. **Sem reinvenção.** Outros times já testaram filtros, calendário, carrinho, confirmação.
3. **Oportunidade.** Nosso design pode agregar onde os outros falham.
4. **Argumento.** “O similar X faz bem e por isso...” justifica uma decisão de design.

Devemos copiar?

Bom para a persona deles

≠

Bom para a nossa?

Avaliamos sempre à luz das nossas necessidades: **persona, jornada e user stories.**

Vamos utilizar o seguinte método

1

Partir da necessidade

Uma user story

2

Escolher um similar

Direto, indireto ou análogo

3

Executar a tarefa

Do início ao fim, com prints

4

Avaliação heurística

Elogios e violações: sozinho, depois consolidar

5

Insights

Adotar, adaptar, evitar

HotelGo

Persona

Freelancer em coworking.

Viaja a trabalho e compara hotéis em várias abas.

User story

Como freelancer, quero ver o preço total (com taxas) antes de decidir, para não ter surpresa na hora de pagar.

Taref

Encontrar um hotel e chegar à tela anterior ao pagamento, conferindo o preço final.

Encontrar Similares do HotelGo

Direto

Mesmo problema, mesmo público

Booking

Indireto

Mesmo problema, outro caminho

Airbnb

Análogo

Outro domínio, problema parecido

OpenTable (reserva de restaurante)

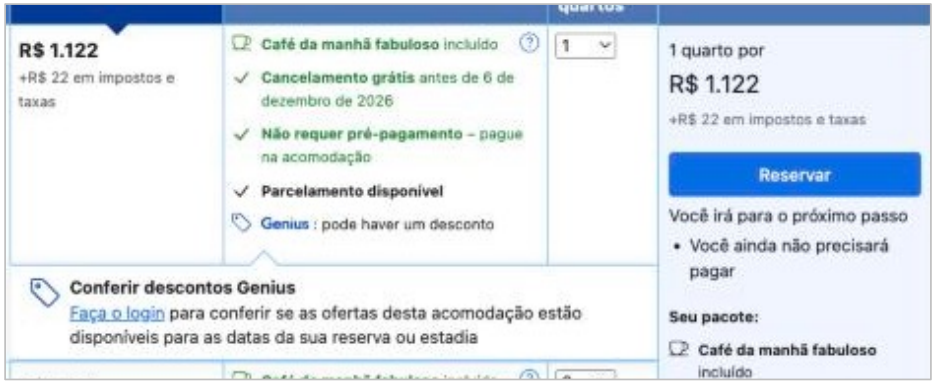
Booking.com

Encontre um hotel em Campina Grande: 3 noites em dezembro, com café da manhã. Vá até a tela anterior ao pagamento.

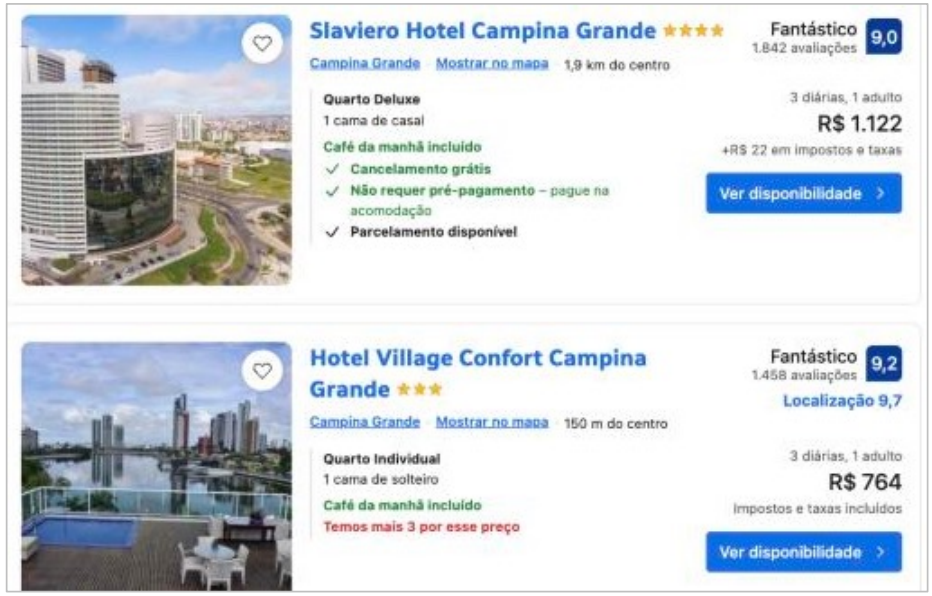
Anote o preço na lista

Anote o preço no último passo

O que encontramos no Booking



Bom. Ao escolher o quarto, um resumo mostra o preço, diz que vou para o próximo passo e que ainda não vou pagar.



Ruim. Na mesma lista, um hotel diz “impostos e taxas incluídos”; outro, “+R$ 22 em impostos e taxas”.

Designers enquadram elogios e problemas em **heurísticas**

Resumo diz preço, próximo passo e que ainda não vou pagar

Elogio · H1 Visibilidade do estado

Mesmo preço, duas formas de mostrar as taxas

Violação · H4 Consistência e padrões

Avaliação heurística

Especialistas inspecionam uma interface guiados por um conjunto de princípios de usabilidade, as **heurísticas**, e apontam onde ela os segue (elogios) e onde os viola (violações).

Nielsen & Molich (1990) · 10 heurísticas de Nielsen (1994)

Sem usuários na sala
Avaliadores usam a interface e comparam cada elemento com a lista.

Por que avaliação heurística

1. **Barata e rápida**
2. **A qualquer momento**
3. **Vocabulário comum**
4. **Problemas prováveis**

Não basta apenas um avaliador

~35%

dos problemas, com 1 avaliador

~75%

dos problemas, com 5 avaliadores

Nielsen (NN/g); Nielsen & Landauer (1993)

Recomendação: 3 a 5 avaliadores.

4. As 10 heurísticas de Nielsen

1. **Visibilidade do estado**
2. **Mundo real**
3. **Controle e liberdade**
4. **Consistência e padrões**
5. **Prevenção de erros**
6. **Reconhecimento, não memória**
7. **Flexibilidade e eficiência**
8. **Design minimalista**
9. **Recuperação de erros**
10. **Ajuda e documentação**

Visibilidade do estado do sistema

H1

No Booking: elogio

Na tela de dados, a barra “1 Seus dados → 2 Concluir reserva” mostra onde estou e quanto falta.



O sistema mantém a pessoa informada sobre o que está acontecendo, com feedback em tempo razoável.

Correspondência entre o sistema e o mundo real

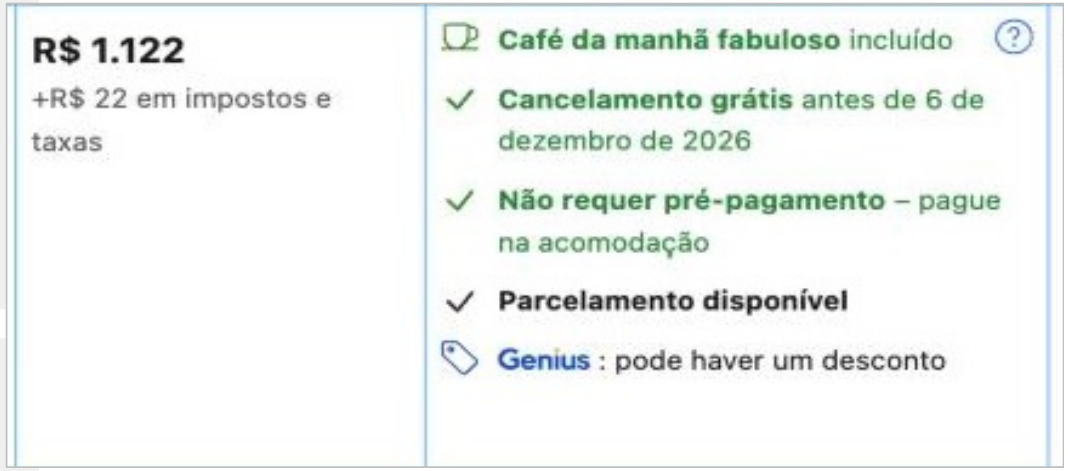
H2

No Booking · violação

“Genius: pode haver um desconto”: nome de programa da empresa, sem dizer o que é.

Logo acima, “Cancelamento grátis antes de 6 de dezembro” fala a língua do hóspede.

Fala a língua de quem usa, com palavras e conceitos familiares, numa ordem natural.

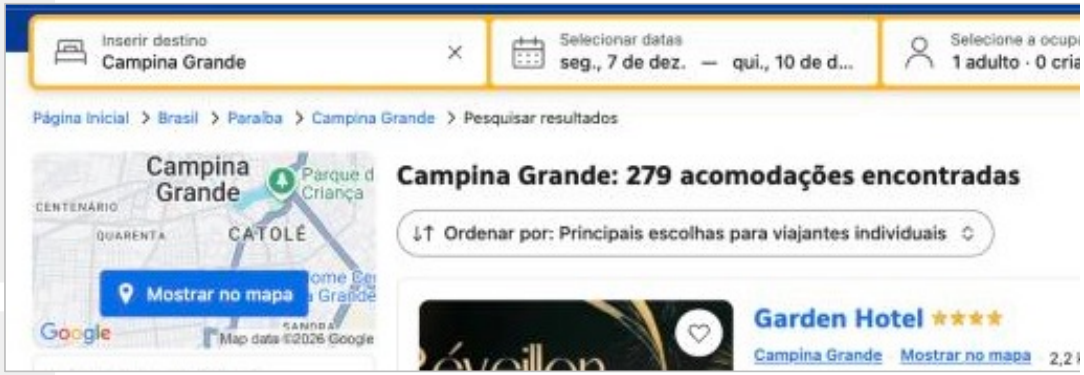


Controle e liberdade do usuário

H3

No Booking · elogio

Na lista de resultados, destino, datas e hóspedes continuam editáveis no topo: dá para mudar a busca sem voltar ao início.



Saídas claras para desfazer ou voltar atrás, sem diálogos longos.

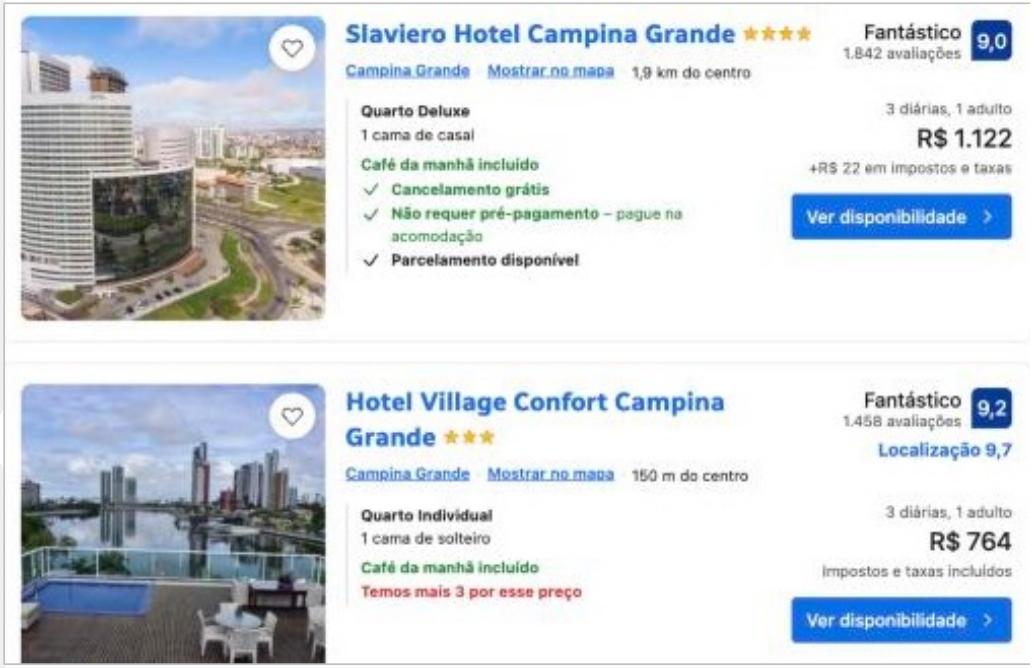
Consistência e padrões

H4

No Booking · violação

Na mesma lista, um hotel mostra “Impostos e taxas incluídos” e outro “+R$ 22 em impostos e taxas”: os preços não se comparam de relance.

A mesma coisa tem sempre o mesmo nome e a mesma aparência, seguindo as convenções da plataforma.



Prevenção de erros

H5

No Booking · elogio

O calendário não deixa escolher dias que já passaram e marca o intervalo entre check-in e check-out.



Melhor que uma boa mensagem de erro é um design que evita o erro.

Reconhecimento em vez de memorização

H6

No Booking · elogio

Na tela de dados, o quadro “Dados de sua reserva” repete hotel, datas e quarto: não preciso lembrar da tela anterior.

Opções e informações ficam visíveis: ninguém precisa lembrar de uma tela para a outra.



Flexibilidade e eficiência de uso

H7

No Booking · elogio

Datas flexíveis (±1, 2, 3 ou 7 dias) para quem pode ajustar a viagem, sem atrapalhar quem quer datas exatas.

Atalhos para quem usa muito, sem atrapalhar quem está começando.



Estética e design minimalista

H8

No Booking · violação

No meio dos resultados, um anúncio de “casas e apartamentos” interrompe a lista; traz mais selos, avisos e cores.



Cada informação a mais disputa atenção com a que importa.

Reconhecer, diagnosticar e recuperar-se de erros

H9

No Booking · elogio

Clico em “Reservar” sem escolher quarto: a coluna fica vermelha e um aviso diz o que fazer.

Mas tem problema: o balão cobre o próprio botão.



Mensagens em linguagem clara, que dizem qual é o problema e sugerem a saída.

Ajuda e documentação

H10

No Booking · elogio

“Perguntas frequentes” na página do hotel respondem dúvidas da tarefa (check-in, preço, distância do centro) sem sair dali.

Se a ajuda for necessária, é fácil de achar, focada na tarefa e curta.



Exemplo: registrar uma violação

Onde	Booking › Lista de resultados › Preço de cada hotel
O que acontece	Na mesma lista, um hotel mostra “Impostos e taxas incluídos” e outro “+R$ 22 em impostos e taxas”.
Tipo + heurística + por quê	Violação de H4 Consistência e padrões: o preço aparece de dois jeitos e os hotéis não se comparam de relance.
Severidade	3 (maior): atinge a user story, pois comparar o preço total é o centro da tarefa.

Exemplo: registrar um elogio

Onde	Booking › Busca › Calendário de datas
O que acontece	Dias que já passaram ficam desativados, e o intervalo entre check-in e check-out aparece marcado.
Tipo + heurística + por quê	Elogio de H5 Prevenção de erros: não dá para escolher uma data impossível, e o erro nem chega a acontecer.
Severidade	Não se aplica: severidade é só para violações.

Severidade de violações

0	1	2	3	4
Não é problema	Cosmético	Menor	Maior	Catástrofe

Evitar

“A tela é confusa.”	**“Viola a heurística 4.”**	**“Deveria ter modo escuro.”**
Onde? O que acontece?	Por quê?	Preferência ou funcionalidade nova, não problema.

Insights

Opinião

“Achei bonito.”

“A tela é limpa.”

Insight

No HotelGo, vamos **adotar** o resumo da reserva ao lado do formulário, com o total já somado, porque o freelancer não quer surpresa no pagamento (US).

ADOTAR

ADAPTAR

EVITAR



Insights

Opinião

“Achei bonito.”

“A tela é limpa.”

Insight

No HotelGo, vamos **evitar** mostrar o preço ora com taxas, ora sem: todo card traz o total final, porque o freelancer compara hotéis em várias abas (US).

ADOTAR

ADAPTAR

EVITAR



Oficina: EstudaJá

A necessidade do EstudaJá

Persona

Estudante de graduação que trabalha meio período.

Busca cursos online para fechar as horas complementares.

User story (fixa)

Como estudante, quero pesquisar o preço e o conteúdo dos cursos, para ver qual é o mais vantajoso.

Fluxo a observar

busca → lista e filtros → página do curso (conteúdo) → preço → tela anterior à inscrição

Tarefa da oficina

Encontre um curso online de Claude Code, em português, com certificado. Veja o preço e o conteúdo (ementa e carga horária) e vá até a tela anterior à inscrição ou ao pagamento.

Anote o preço na lista

Anote o preço no último passo

Ficha de avaliação (link no site)

0

“Fazer uma cópia” para o seu drive

Compartilhem a cópia com o trio e preencham juntos.

Roteiro da oficina

A

Escolher o similar

10 min

B

Avaliar sozinho

20 min

C

Consolidar no trio

15 min

D

Insights

20 min

Escolher o similar

A

Todos os trios: a mesma user story e a mesma tarefa (Claude Code).

Busquem e escolham UM similar onde dê para executar a tarefa.

Classifiquem: direto, indireto ou análogo, e por quê.

Avaliar sozinho

B

Em silêncio. Os três avaliam o mesmo similar, cada um com sua lista.

Uma passada: façam a tarefa do início ao fim e anotem pelo caminho.

Cada achado: onde | o que acontece | elogio ou violação | heurística.

Meta: 4 a 6 achados por pessoa, com ao menos 1 elogio.

Consolidar no trio

C

Juntar as três listas na ficha: fundir duplicatas e marcar quem achou (A, B, C).

Discordam da heurística? Registrem as duas e decidam.

Severidade 0–4: só para violações, em consenso.

Ordenar a tabela por severidade.

Insights

D

Dos achados: elogio vira adotar ou adaptar; violação de severidade 3 ou 4 vira evitar.

Insight: “No EstudaJá, vamos adotar/adaptar/evitar X porque Y.”

Cada insight aponta o achado de origem (nº na ficha).

Regra de ouro: o insight tem que ser acionável.

Resumo

1. **Partir da necessidade (uma user story)**
2. **Escolher um similar**
3. **Executar a tarefa**
4. **Avaliação heurística: elogios e violações; sozinho, depois consolidar**
5. **Insights: adotar, adaptar ou evitar**

Para ler mais

Yablonski, J. Laws of UX. Lei de Jakob: lawsofux.com/jakobs-law

Smashing Magazine (2018). A Brief Guide About Competitive Analysis: smashingmagazine.com/2018/08/guide-competitive-analysis

Rogers, Y.; Sharp, H.; Preece, J. Design de Interação: além da interação humano-computador (livro-texto da disciplina)

Para ler mais

Nielsen, J. 10 Usability Heuristics for User Interface Design. nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics

Nielsen, J.; Molich, R. (1990). Heuristic evaluation of user interfaces. Proc. CHI ’90.

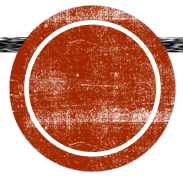
Nielsen, J.; Landauer, T. (1993). A mathematical model of the finding of usability problems. INTERCHI ’93.

Nielsen, J. Severity Ratings for Usability Problems. nngroup.com

Krug, S. Não me faça pensar (Don’t Make Me Think). · Rogers, Sharp & Preece, Design de Interação.

Análise de Similares e Avaliação Heurística

Tiago Massoni



COMPUTAÇÃO
U F C G