

Resenha**Ergodesign e Arquitetura da Informação: trabalhando com o usuário**  
(AGNER, Luiz. Rio de Janeiro, Quartet Editora, 2006, 173 p.)Thiago de Andrade MARINHO<sup>1</sup>

“Ergodesign e Arquitetura de Informação: trabalhando com o usuário” é um livro fundamental para aqueles que desejam trabalhar na produção de páginas para internet, no sentido de orientar os profissionais dessa área a pensar melhor sobre as dificuldades dos usuários ao navegarem em um site ou portal.

A obra possui vinte pequenos capítulos extremamente didáticos, sempre focados na facilitação da navegabilidade para os usuários. O livro foi publicado em 2006, e ainda permanece atual, pois no Brasil é um assunto que ainda precisa de muitos passos, para que se tenha uma evolução satisfatória. Afinal, é notória a dificuldade de se buscar informações em muitos sites pelos quais navegamos, onde muitas vezes uma simples busca por informação se transforma em um transtorno.

O autor Luiz Agner, especialista na área e doutor Pela Puc-Rio, tenta mostrar nessa publicação o porque de estarmos vivendo a era da informação e que na internet encontramos volumes de dados cada vez maiores, em velocidades estonteantes, e para lidar com essas dificuldades é necessário se utilizar dos conceitos de ergodesign e de arquitetura de informação, sempre em busca da defesa do usuário.

A apresentação do livro foi escrito por Peter Morville, co-autor de *Information architecture for the world wide web*, a bíblia da arquitetura da informação. Ele esclarece em relação à arquitetura da informação parecer simples quando se fala sobre ela ser a tarefa de estruturar sites na internet para os usuários encontrarem o que procuram. No entanto é uma tarefa muito complexa, onde é necessário considerar tanto os desejos dos usuários quanto os objetivos das empresas.

---

<sup>1</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC/UFPB).

Na introdução, somos informados que o ergodesign e a arquitetura de informação trabalham com os processos cognitivos, que diz como as pessoas apreendem informações e como constroem conhecimentos. A partir disso ele informa a importância da usabilidade na construção dos processos tecnológicos, ou seja, as pesquisas nessa área preocupam-se em desenvolver produtos de tecnologia compatíveis com as necessidades de quem vai utilizá-los.

O primeiro capítulo “Navegação: seis apóstolos e um astronauta” trata dos conceitos de navegação propostos por diversos autores diferentes, mas chegando numa conclusão que é o movimento cognitivo através de espaços formados por informações e conhecimento.

Em “Interfaces: nove regras que velem ouro”, Luiz Agner relata sobre dicas criadas por Ben Shneiderman, que ajudam na interação humano-computador, facilitando o aprendizado. Todas as dicas são para aqueles que trabalham na construção de sites ou portais, no intuito de fazer com que qualquer usuário tenha a sensação de navegar por locais que se sintam a vontade e com facilidade, seja lá qual for seu nível de conhecimento em relação a página navegada. Para exemplificar sobre o nível de relevância do usuário podemos citar as dicas: “Atenção: o controle é do usuário!” e “Conheça o usuário!”.

No terceiro capítulo “Design do diálogo usuário-organizações na web”, Agner explica que os sites devem se adequar ao público específico, mapeando os usuários. A partir disso é possível se dedicar as necessidades dos usuários, fazendo com que o diálogo homem-máquina seja aprimorado.

Ampliando as informações do terceiro capítulo, no texto “Pesquisa ergonômica para o sucesso do webdesign”, somos informados sobre os prejuízos que grandes empresas acumularam em decorrência das dificuldades estruturais dos seus sites ou portais. A maior responsabilidade desses problemas foi em consequência de não se dar importância ao usuário que são os consumidores dos produtos das grandes companhias.

Para que muitas dificuldades anteriores fossem sanadas, no quinto capítulo, “Quinze lições de design de interfaces”, encontramos diversas proposições que auxiliam na interação entre o homem e a página web, mas que não devem ser consideradas como

regras e sim como lições para os construtores de sites que devem focar todo o processo de produção no usuário, com o intuito de democratizar as tecnologias da informação.

As quinze lições devem ser aceitas como postulados importantes na construção de sites, pois de fato elas pontos básicos e fundamentais para serem pensados e executados antes e durante os processos de produção de um páginas para web. Pode-se até afirmar que todas as lições auxiliam os usuários no momento da navegação, direta ou indiretamente. Nem todos os postulados tratam especificamente sobre questões dos usuários, alguns dizem respeito ao próprio sistema utilizado ou sobre questões estéticas.

No texto “Arquitetura de informação e a crise contemporânea”, o título se refere à necessidade de transformar toda essa enormidade de informações que recebemos diariamente, em conhecimento. A arquitetura de informação mapeia as informações para que cada um possa seguir seu próprio caminho, ela envolve três campos tradicionais: a tecnologia, o design e o jornalismo.

Em “Ergodesign e arquitetura de informação: trabalhando com o usuário”, Luiz Agner afirma que “O arquiteto de informação deve se preparar para ser um profissional polivalente e pronto para o que der e vier. Ou seja, ele deve sacar muito de interação humano-computador (IHC), de análise de tarefas, de impacto organizacional e societal da tecnologia, de ergodesign, de sistemas, de testes com usuários, de comunicação, de pensamento crítico...” (p. 81), tudo isso para esclarecer que a arquitetura deve ser centrada nas necessidades dos usuários, baseados de forma objetiva naquilo que buscam.

No oitavo capítulo, “Arquitetura de informação: o que diabo é isso?” é possível compreender que havendo um melhor conhecimento sobre o significado da Arquitetura da informação, haveria também um maior reflexo no crescimento da população de pessoas comuns conectadas aos espaços informacionais.

No texto “Arquitetura de informação e o desafio da pesquisa”, obtemos o conhecimento de que o design do site deve ser concebido através de planejamento estratégico de arquitetura de informação, precedido de uma pesquisa, e com o objetivo de conhecer os objetivos do negócio.

Para que se tenha o conhecimento adequado sobre como aplicar a arquitetura de informação em um site de forma equilibrada, é possível tomar como base o modelo dos

3C, adaptado das idéias de Rosenfeld e Morville. Contexto (organizacional): tem o objetivo centrado no usuário, mas adotando um adequado equilíbrio político e diplomático. Conteúdos (informativos): a compreensão do que é o conteúdo é extremamente importante. Comportamento (dos usuários): princípio fundamental é conhecer o usuário, usando técnicas de pesquisa da ergonomia e ergodesign.

No décimo capítulo “Arquitetura de informação e os testes de usabilidades”, é possível identificar que em muitos casos existiu e ainda existe uma demasiada atenção aos computadores (máquinas) e pouca atenção para os usuários, o que gera problemas de usabilidade. É aí que entra a arquitetura de informação em defesa do usuário, através dos testes de usabilidade.

No texto “Analisando tarefas e testando interfaces”, é possível entender a importância do usuário no processo de produção de um site, pois “Os participantes dos testes devem executar tarefas reais. Devem ser as tarefas que eles iriam executar em seu trabalho ou em suas casas”, (p. 111). Ou seja, descobrirão as necessidades dos usuários através de testes de usabilidade (técnicas de interação com o produto).

Em “Interfaces: Por que as empresas fracassam?”, obtemos informações sobre os principais motivos para a baixa usabilidade dos sistemas de tecnologia. As principais razões estão sempre relacionadas à falta de importância dada aos usuários e suas necessidades.

No décimo terceiro capítulo “Usuário: alguém conhece esse cara?”, descobrimos que conhecer o usuário é um princípio fundamental do design de interfaces, além do que é errado pensar que todos os usuários são iguais e principalmente que todos são iguais ao próprio desenvolvedor. Como descrito na (p. 127), os conhecimentos a serem considerados são: nível educacional, nível de leitura, alfabetização tecnológica, experiência no sistema, experiência no aplicativo, língua mãe e o uso de outros sistemas informatizados.

Em “Design de interfaces e os perfis de usuários”, podemos identificar que Luiz Agner se baseia em dois tipos diferentes para classificar os níveis dos usuários. A primeira classificação identifica os usuários em: iniciantes, intermediários e avançados. Já na segunda os usuários são classificados em: corporativo, funcionais, internacionais, idosos e jovens.

No texto “Desenhar interfaces é um processo político”, compreende-se que pode ser difícil encontrar uma solução que resolva um problema particular sem criar outros, afinal as soluções devem representar compromissos aos quais se chega através de negociações, mas que também nunca deve se esquecer que o usuário nunca deve se esquecer que para o designer o usuário é sempre o foco principal.

No décimo sexto capítulo, “Usabilidade é o fator de mudanças organizacionais”, entende-se que diante de organizações estabelecidas o designer deve olhar para si como agente de mudanças além de identificar e tratar de forma específica os inibidores particulares de cada organização. Uma provável fonte de problema para uma organização de estrutura antiga é a implantação da usabilidade que certamente mudará a estrutura organizacional da empresa.

Na continuação do tema em “Quando a empresa não gosta da usabilidade”, identificamos que quando a organização possui dificuldades para lidar com o desenvolvimento, suas características podem até interferir no nível de comunicação com o usuário. É exatamente isso o que acontece na maioria dos sites governamentais, tentam ser transparentes, mas acabam falhando na comunicação com os usuários, que é o que encontramos no texto “Governo eletrônico e transparência do estado”.

No último capítulo “Design de interfaces: por uma visão crítica”, determina-se que algumas questões fundamentais devem sempre ser lembradas: o porquê, para quem e em nome de quem são realizadas as ações das empresas diante de um site ou portal. Nunca se esquecendo de colocar o ser humano como ponto de partida e centro das atenções na produção do sistema e do design de um site, além da incansável busca pela melhoria da interação com a tecnologia.

O livro de Luiz Agner possui uma disposição de capítulos não tão comum ao que estamos acostumados, no entanto eles são bem pequenos, além de centrados e objetivos naquilo a que se propõe transmitir. É um livro extremamente didático para aqueles que procuram compreender a relação entre os sites e seus usuários, fazendo com que seja entendido que o usuário deva ser sempre o centro das atenções na construção de um portal de comunicação.