

Faculdade UnB Gama - FGA

Disciplina: Interação Humano Computador

Professor: André Barros de Sales

Grupo 03 – Correios

Integrantes

Cláudio Henrique dos Santos Carvalho- 221007958

Elias Faria de Oliveira- 221007706

Gabriel Basto Bertolazi- 202023663

Gabriel Fernando De Jesus Silva- 222022162

Pablo Santos Costa- 180128817

Ricardo Augusto Valle Maciel- 180077899

Planejamento da avaliação do site Correios

Utilizando o Framework DECIDE, este documento detalha como será a avaliação do site Correios para a disciplina de interação humano computador.

D Determinar os objetivos da avaliação de IHC.

A análise visa descobrir as falhas críticas na interação e interface que afetam negativamente a experiência do usuário no site www.correios.com.br.

E Explorar perguntas a serem respondidas com a avaliação.

As questões que necessitam de resposta correspondem às 10 heurísticas de Nielsen.

C Escolher (Choose) os métodos de avaliação a serem utilizados.

Optou-se por um método de inspeção, especificamente a avaliação heurística de Nielsen, pela sua compreensão intuitiva, rapidez de execução e independência de usuários reais.

I Identificar e administrar as questões práticas da avaliação.

Embora Nielsen sugira entre 3 a 5 avaliadores para este método, a análise em questão, sendo um exercício individual voltado para o aprendizado em IHC, contará com um único avaliador.

D Decidir como lidar com as questões éticas.

O método de análise adotado dispensa a participação de usuários, eliminando preocupações éticas relacionadas à sua presença.

E Avaliar (Evaluate), interpretar e apresentar os dados.

Após a realização de todos os procedimentos anteriores, os dados recolhidos serão organizados e examinados com a finalidade de detectar problemas, estabelecer prioridades e propor correções.

Avaliação do site Consumidor.

Conforme o planejado, optou-se pelo uso do método de avaliação heurística de Nielsen para a próxima análise. Este procedimento consiste em examinar se a interface em questão se alinha com certas heurísticas estabelecidas por Jakob Nielsen, uma autoridade em Interação Humano-Computador. Uma vez detectado um problema, é importante registrar qual heurística não foi atendida, a localização exata do problema na interface e, se viável, sugerir uma melhoria.

Tabela 01 - Heurísticas de Nielsen

Heurísticas	Descrição
Status do sistema	o usuário deve ser informado pelo sistema em tempo razoável sobre o que está acontecendo.
Compatibilidade do sistema com o mundo real	o modelo lógico do sistema deve ser compatível com o modelo lógico do usuário.
Controle do usuário e liberdade	o sistema deve tornar disponíveis funções que possibilitem saídas de funções indesejadas.
Consistência e padrões	o sistema deve ser consistente quanto à utilização de sua simbologia e à sua plataforma de hardware e software.
Prevenção de erros	o sistema deve ter um design que se preocupe com as possibilidades de erro.
Reconhecimento ao invés de relembração	as instruções para o bom funcionamento do sistema devem estar visíveis no contexto em que o usuário se encontra.
Flexibilidade e eficiência de uso	o sistema deve prever o nível de proficiência do usuário em relação ao próprio sistema.
Estética e design minimalista	os diálogos do sistema devem conter somente informações relevantes ao funcionamento.
Ajuda aos usuários no reconhecimento, diagnóstico e correção de erros	as mensagens devem ser expressas em linguagem clara, indicando as possíveis soluções.
Ajuda e documentação	a informação desejada deve ser facilmente encontrada, de preferência deve ser contextualizada e não muito extensa.

Método Utilizado

O método a ser utilizado tem como referência a experiência de Santinho (2001) e levando em conta a simplificação na utilização das heurísticas de Nielsen para o uso delas nos ambientes Web, adaptando-o e seguindo a ordem abaixo:

1. Classificação do Problema: Encontra-se os problemas no site a ser avaliado, aplica as heurísticas de Nielsen (1994), considerando as adaptações para o ambiente Web;
2. Descrição na tabela: Descreve-se o problema encontrado na tabela correspondente;
3. Atribuir o nível de severidade: Anotar qual o grau de severidade do erro encontrado de (0 a 4) de acordo com a tabela 01 mostrada abaixo;
4. Recomeço: Aplicação do método novamente até encontrar outros problemas na usabilidade.

Estética e Design

Problema: Na tela inicial do site dos correios percebe-se uma enorme gama de informações sobre todo tipo de ações e informações que o site possa oferecer, deixando o mesmo com um visual muito poluído e gerando um uso cansativo para o usuário.

Imagem 01: Tela inicial do site

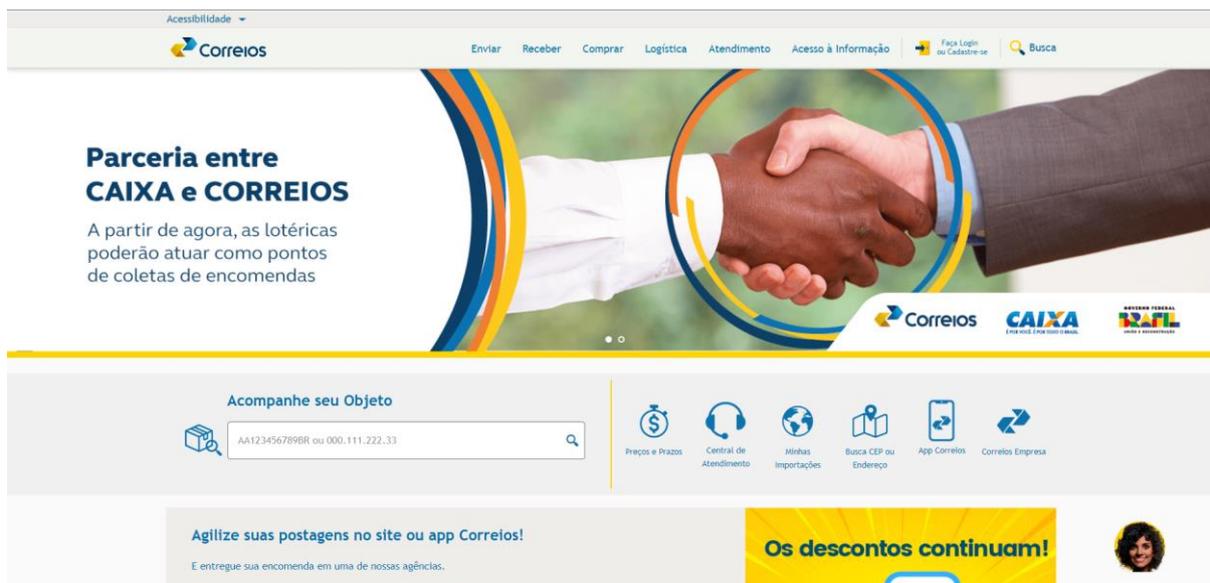


Tabela 02: Formulário para avaliação Heurística - Estética e Design minimalista

1. Estética e Design	
Heurística	
Verificação	Grau de Severidade:
Há informação e ações é de fácil entendimento e visualização?	<input type="checkbox"/> 0 - Sem importância
	<input type="checkbox"/> 1 - Cosmético
	<input type="checkbox"/> 2 - Pequeno
	<input checked="" type="checkbox"/> 3 - Grande
	<input type="checkbox"/> 4 - Catastrófico
Natureza do Problema:	<input type="checkbox"/> Barreira <input checked="" type="checkbox"/> Obstáculo <input type="checkbox"/> Ruído
Perspectiva do Usuário:	<input checked="" type="checkbox"/> Problema Geral <input type="checkbox"/> Problema Preliminar <input type="checkbox"/> Problema Especial
Perspectiva da tarefa:	<input checked="" type="checkbox"/> Problema Principal <input type="checkbox"/> Problema Secundário
Perspectiva do projeto:	<input type="checkbox"/> Problema Falso <input type="checkbox"/> Problema Novo <input type="checkbox"/> Não se aplica
Descrição do Problema	
Contexto: Ao usuário acessar a tela inicial ou sub telas do site.	
Causa: Na tela inicial do site e nas suas sub telas, apresenta-se uma chuva de informações e opções para o usuário.	
Efeito Sobre o Usuário: Deixa o usuário um pouco perdido sem saber para qual opção/informação prestar atenção e consome muito tempo dos usuários para realizar suas ações ou acessar o conteúdo que desejam.	
Correção Possível: Diminuir a quantidade de informações/opções na tela inicial e nas sub telas, deixando o site mais minimalista e com uma maior facilidade no uso.	

Problema encontrado na tela 'Encontre sua agência', onde ao usuário clicar nessa opção e ser redirecionado para a tela da mesma ocorre a alteração automática do contraste, como mostrado na imagem 02.

Imagem 02: Tela Encontre sua agência

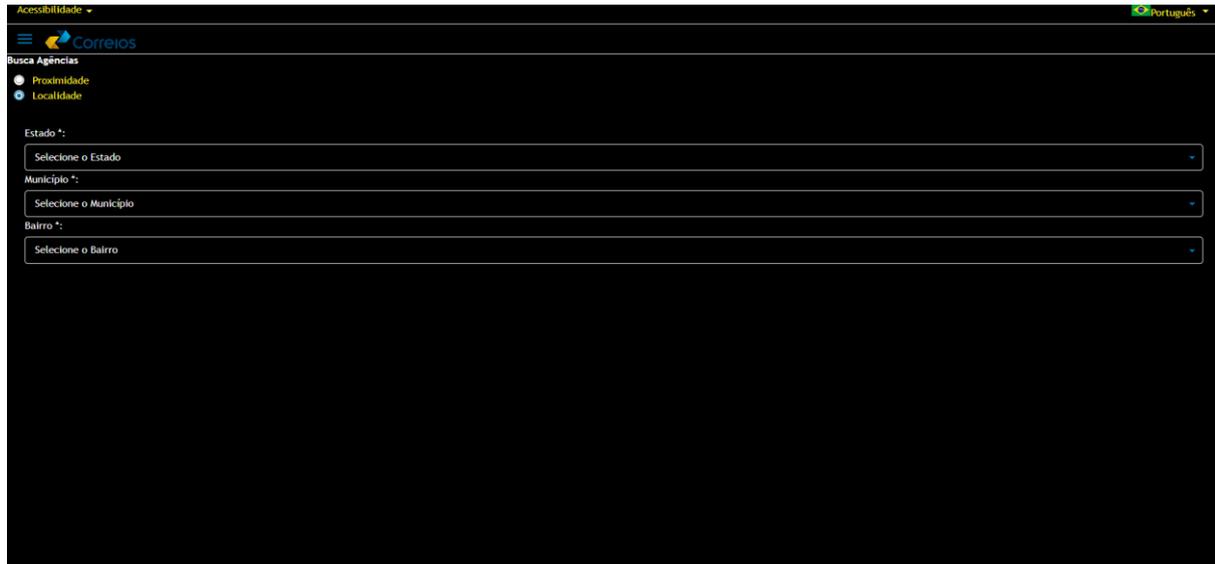


Tabela 03: Formulário para avaliação Heurística - Estética e Design visual Contraste

2. Estética e Design	
Heurística	
Verificação	Grau de Severidade:
Há um padrão de design utilizado no site e sem mudanças?	<input type="radio"/> 0 - Sem importância <input type="radio"/> 1 - Cosmético <input type="radio"/> 2 - Pequeno <input checked="" type="radio"/> 3 - Grande <input type="radio"/> 4 - Catastrófico
Natureza do Problema:	<input type="radio"/> Barreira <input type="radio"/> Obstáculo <input checked="" type="radio"/> Ruído
Perspectiva do Usuário:	<input checked="" type="radio"/> Problema Geral <input type="radio"/> Problema Preliminar <input type="radio"/> Problema Especial
Perspectiva da tarefa:	<input checked="" type="radio"/> Problema Principal <input type="radio"/> Problema Secundário

Perspectiva do projeto:	() Problema Falso () Problema Novo () Não se aplica
Descrição do Problema	
Contexto: Ao usuário acessar a opção encontre uma agência.	
Causa: Ao entrar na página 'encontre uma agência', o sistema altera o visual do site que se diferencia de todo o restante do mesmo sem perguntar ao usuário.	
Efeito Sobre o Usuário: Ao usuário utilizar o site no visual padrão e entrar na opção da página já citada o site altera o contraste da página de maneira brusca que poderá provocar um efeito de surpresa ou até mesmo susto no usuário que está acostumado a utilizar o site na cor padrão do site, mudando a mesma sem avisar ou perguntar ao usuário.	
Correção Possível: Corrigir a mudança automática do contraste na página 'encontre uma agência'.	

Status do Sistema

Ao fazer o login o usuário terá algumas opções como mostrado na imagem 03, ao entrar nas opções 'Permissões recebidas' e 'Histórico de Tokens', caso ele não possua conteúdo nada é apresentado, nem mesmo uma mensagem indicando o usuário que não a dados para serem apresentado ali, como mostrado nas imagens 04 e 05.

Imagem 03: Tela de Opções para usuário logado

 Dados pessoais Altere aqui seus dados	 Permissões recebidas Observe quais permissões a sistemas foram dadas à sua conta
 Meus endereços Endereço principal  Gerenciar endereços	 Dependentes e tutelados Cadastre aqui seus dependentes e/ou tutelados
 Termo de uso Acesse aqui o "Termo de uso: Política de Privacidade e Cookies"	 Alterar senha
 Histórico de tokens Consulte os tokens que enviamos para você	 Excluir conta

Imagem 04: Permissões recebidas

Imagem 05: Histórico de Tokens

← Histórico de tokens

Tabela 03: Status do Sistema

3. Status do sistema	
Heurística	
Verificação	Grau de Severidade:
O sistema apresenta instruções para o usuário prosseguir com seu uso?	<input type="checkbox"/> 0 - Sem importância
	<input type="checkbox"/> 1 - Cosmético
	<input type="checkbox"/> 2 - Pequeno
	<input checked="" type="checkbox"/> 3 - Grande
	<input type="checkbox"/> 4 - Catastrófico
Natureza do Problema:	<input type="checkbox"/> Barreira <input checked="" type="checkbox"/> Obstáculo <input type="checkbox"/> Ruído
Perspectiva do Usuário:	<input checked="" type="checkbox"/> Problema Geral <input type="checkbox"/> Problema Preliminar <input type="checkbox"/> Problema Especial
Perspectiva da tarefa:	<input checked="" type="checkbox"/> Problema Principal <input type="checkbox"/> Problema Secundário
Perspectiva do projeto:	<input type="checkbox"/> Problema Falso <input type="checkbox"/> Problema Novo <input type="checkbox"/> Não se aplica
Descrição do Problema	
Contexto: O usuário faz seu login e encontra algumas opções após isso, então ele decide entrar nas páginas 'histórico de token' ou 'Permissões recebidas'.	

Causa:

Ao entrar nas opções citadas acima o usuário poderá encontrar páginas em branco sem nenhuma informação ou indicação de como prosseguir ou retroceder.

Efeito Sobre o Usuário:

Tendo uma pequena seta no canto superior esquerdo que levará o usuário a página anterior, mas que poderá em alguns casos ser deveras dificultoso para alguns encontrá-la, deixando os mesmos perdidos e fazendo-os perder tempo.

Correção Possível:

Poderá ser adicionar um aviso caso o usuário não possua alguma ou algumas permissões ou tokens para ser apresentado na tela, e uma seta ou ícone mais visível para voltar, mudando tamanho cor do mesmo para ter o destaque necessário.

Estética e Design

No site ao entrar na opção compras, o usuário é levado a um domínio secundário 'https://shopping.correios.com.br/', onde é reservada ao mesmo a função de disponibilizar aos usuários a compra de embalagens e outros itens correlatos. Nesse site secundário possui-se cadastro e login separados do site principal dos correios. O site é mostrado na imagem 06 logo abaixo.

Imagem 06: Site secundário de compras dos correios

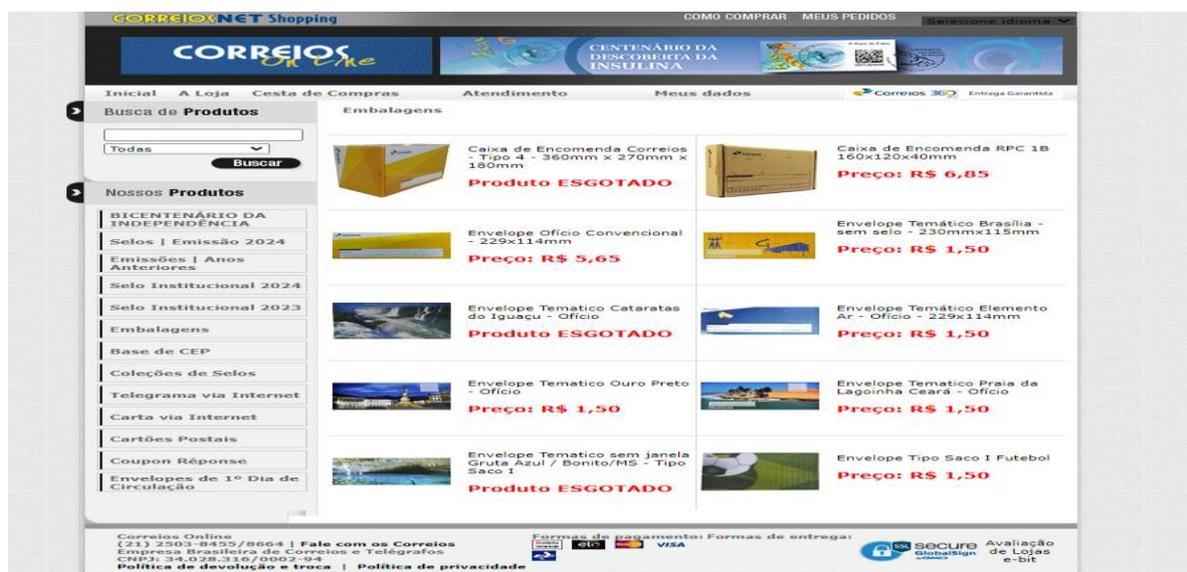


Tabela 04: Estética e Design

4. Estética e Design Compras

Heurística	
Verificação	Grau de Severidade:
Sistema de compras no site sem a necessidade de redirecionar o usuário a outro domínio?	<input type="checkbox"/> 0 - Sem importância
Design e estética nos moldes e qualidades exigidos atualmente?	<input type="checkbox"/> 1 - Cosmético
	<input type="checkbox"/> 2 - Pequeno
	<input checked="" type="checkbox"/> 3 - Grande
	<input type="checkbox"/> 4 - Catastrófico
Natureza do Problema:	<input checked="" type="checkbox"/> Barreira <input type="checkbox"/> Obstáculo <input type="checkbox"/> Ruído
Perspectiva do Usuário:	<input checked="" type="checkbox"/> Problema Geral <input type="checkbox"/> Problema Preliminar <input type="checkbox"/> Problema Especial
Perspectiva da tarefa:	<input checked="" type="checkbox"/> Problema Principal <input type="checkbox"/> Problema Secundário
Perspectiva do projeto:	<input type="checkbox"/> Problema Falso <input type="checkbox"/> Problema Novo <input type="checkbox"/> Não se aplica
Descrição do Problema	
Contexto: O usuário entra na opção compras no site dos correios, para comprar uma embalagem por exemplo.	
Causa: O usuário é redirecionado a outro domínio destinado a função de vendas dos correios, com ele sendo totalmente arcaico e jurássico, com um design ultrapassado e usabilidade extremamente não convidativa.	
Efeito Sobre o Usuário: O usuário perde praticamente todo o interesse em realizar uma compra no formato oferecido pelos correios, com o redirecionamento para um site que deixará o usuário totalmente perdido e sem desejo algum de prosseguir em realizar um novo cadastro separado do que já possui no site principal dos correios, e a disposição das informações formato e design desestimulam completamente o usuário a comprar algo.	
Correção Possível: A implementação da opção de compra no site principal com uma estilização e design atuais, já que a reformulação do site secundário seria impensável.	

Bibliografia

Barbosa, S. D. J.; Silva, B. S. da; Silveira, M. S.; Gasparini, I.; Darin, T.; Barbosa, G. D. J. (2021)
Interação Humano-Computador e Experiência do usuário. Auto publicação. ISBN: 978-65-00-
19677-1.

Instituto de Computação - Universidade Federal Fluminense (UFF) - Rua Passo da Pátria, 156 Bloco
E Sala 350 - 24.210-240 – Niterói – RJ. Avaliação Heurística de Sítios na Web.