

UX Writing em apps de banco: um estudo de caso de mensagens de erro nos aplicativos do Banco do Brasil e Nubank

UX Writing in bank apps: a case study of error messages in Banco do Brasil and Nubank apps

Isabela Aliete Carneiro Loepert, Esp.; CESAR School
Eduardo José Gonçalves de Oliveira, M.sc.; CESAR School

Resumo

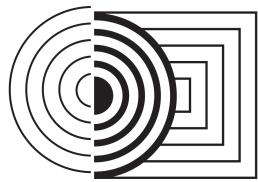
O conteúdo textual de produtos digitais é um dos elementos que podem ser projetados para promover uma melhor experiência do usuário, a partir do processo de UX Writing. Nesse contexto, este artigo propõe realizar uma análise de cenários de erro em dois aplicativos do setor financeiro a partir de boas práticas de UX Writing descritas por alguns autores, de modo a identificar a conformidade dos aplicativos com os critérios analisados, e entender a importância do uso dessas boas práticas nos produtos digitais. Ao fim da análise, concluiu-se que os aplicativos seguiram a maioria das boas práticas definidas, mas que ainda havia espaço para melhoria na conformidade do texto com os elementos visuais para que a comunicação fosse mais assertiva. Isso ressaltou a importância da participação colaborativa do UX Writer com outros profissionais que projetam para a experiência do usuário. Também se observou uma oportunidade de aprofundamento dos estudos sobre UX Writing, para que futuramente seja possível a criação de heurísticas que facilitem sua aplicação e avaliação.

Palavras-chave: experiência do usuário; ux writing; microrredação; mensagens de erro

Abstract

The text content of digital products is one of the elements that can be designed to promote a better user experience, from the UX Writing process. In this context, this article proposes an analysis of error scenarios in two applications from the financial sector, in order to identify their compliance with the analyzed criteria, and understand the importance of use of good UX Writing practices in digital products. At the end of the analysis, it was concluded that the applications followed most of the defined best practices, but that there was still room for improvement in the conformity of the text with the visual elements, so that communication could be more assertive. This highlighted the importance of UX Writer's collaborative participation with other professionals who design for the user experience. It was also observed an opportunity to deeper studies on UX Writing, so that in the future it might be possible to create heuristics that facilitate its application and evaluation.

Keywords: user experience; ux writing; microcopy; error messages



1. Introdução

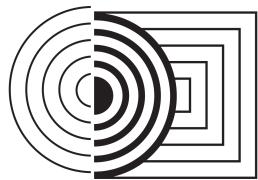
O uso de palavras para comunicar, informar, orientar, alertar, dentre tantas outras aplicações, está presente no mundo contemporâneo de forma intensa e plural. Desde a segunda metade do Séc. XX, com o surgimento dos computadores e da Internet, as informações às quais as pessoas tinham acesso passou por um grande crescimento. Isso se intensificou com a revolução mobile, onde a informação não só ficou mais acessível, mas também mudou a forma como as pessoas interagem com ela, dado que os equipamentos eletrônicos se tornaram menores e portáteis. Como resultado, a informação é dissociada tanto do artefato como do contexto em que é acessada (ROSENFELD, MORVILLE e ARANGO, 2015).

Como refletido por Yifrah (2019), as palavras são componentes base na relação entre pessoas, e é fundamental levá-las em conta ao criar produtos digitais que soem mais humanos e que comuniquem de forma mais assertiva. O processo de UX Writing surge como uma etapa estratégica no desenvolvimento de um produto digital, ao estudar como as palavras podem ajudar os usuários a atingir seus objetivos, ao mesmo tempo em que pretende engajar, atrair, e converter as ações do usuário de acordo com a visão de negócio da organização (PODMAJERSKY, 2019).

Yifrah (2019) também comenta que o conceito de UX Writing é relativamente novo, tendo poucas metodologias aplicadas e sendo uma das áreas da experiência do usuário menos exploradas. Rodrigues (2019) complementa que o UX Writing ainda possui um campo de atuação em constante definição, e necessita de mais esclarecimentos para valorização de sua aplicação no processo de desenvolvimento de produtos digitais.

Nesse contexto, um dos cenários em que o trabalho de UX Writing se faz mais valioso é nas mensagens de erro. Como Norman (2018) aponta, em situações de erro ou falha, é comum as pessoas se culparem, mas é papel do designer tornar esses erros facilmente detectáveis, pouco custosos e facilmente corrigíveis. Nesse momento, a escolha das palavras se torna de extrema importância.

Diante disso, este trabalho tem como objetivo analisar a aplicação de boas práticas de UX Writing em cenários de mensagem de erro em aplicativos de instituições financeiras, utilizando critérios baseados em princípios explanados por diferentes autores da área. É importante ressaltar que esse trabalho consiste numa inspeção preliminar, e não pretende definir heurísticas de avaliação de UX Writing, para isso seria necessária uma pesquisa mais específica e aprofundada. De modo geral, como dito por Mack e Nielsen (1993) e Hartson e Pyla (2019), métodos de inspeção de interfaces podem ser muito úteis nas etapas iniciais de design e quando não há orçamento ou disponibilidade para fazer testes com usuários, pois muitos problemas de usabilidade podem ser vistos e corrigidos a partir da análise de especialistas.



2. Referencial Teórico

2.1 Design para a experiência do usuário

Para todo produto ou serviço que é utilizado por pessoas, existe uma experiência inerente ao seu uso, e vivenciada de forma particular por cada pessoa. Essa vivência é ditada especialmente pelo contexto em que o produto está sendo utilizado, e se molda de acordo com os objetivos da pessoa ao utilizá-lo (GARRETT, 2011). Como apontam Sharp, Rogers e Preece (2019, p. 13), “é importante ressaltar que não se pode projetar uma experiência de usuário, mas apenas para uma experiência de usuário”. Para isso, o designer se apropria de diretrizes, frameworks e métodos de pesquisa para projetar produtos que possam ser usáveis, úteis e agradáveis, tendo sempre como foco o estudo do usuário e suas necessidades (SHARP, ROGERS e PREECE, 2019).

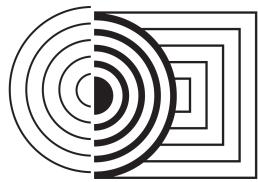
No mundo contemporâneo, em que grande parte dos produtos e serviços utilizados se tornou digital, a experiência vivida pelos usuários nessas plataformas é essencial para retê-los ou afastá-los. Como Garrett (2011) explica, um website ou aplicativo é um produto essencialmente self-service. Ao encontrar dificuldade para encontrar o que deseja, ou para entender o que é comunicado, o usuário pode desistir da tarefa, e ter uma visão negativa do produto.

Em um cenário em que as empresas desmaterializam seus produtos físicos, transformando-os ou complementando-os com produtos digitais, é desafio do designer e das organizações tentar manter uma experiência consistente e familiar nos diversos canais de interação com o usuário em que esse produto se encontra (ROSENFELD, MORVILLE e ARANGO, 2015).

2.2 UX writing

Entre os elementos dos produtos digitais que podem ser projetados para uma melhor experiência do usuário, está o conteúdo textual. Podmajersky (2019) define UX Writing como o processo de criar as palavras vistas em diferentes experiências de uso, como botões, instruções, notificações, alertas, controles, entre outros. Rodrigues (2019) complementa que UX Writing também pode se aplicar à criação de diálogos para chatbots e a elementos orientadores em telas de design instrucional. O autor explica que um dos principais norteadores desse processo é o conceito de orientação, ao levar o usuário ao seu objetivo final (ou ajudá-lo a colher informações que facilitem esse caminho).

Escrever para experiências de usuário é um processo que envolve etapas de criação, iteração e medição, e deve ser pensado como um elemento que faz parte do processo de design. O propósito do conteúdo gerado é alinhar os objetivos dos usuários com os objetivos de negócio da organização responsável pelo produto (PODMAJERSKY, 2019). Para Yifrah (2019), aplicar esse processo no desenvolvimento de produtos digitais pode promover uma experiência mais



18º ERGODESIGN & USIHC 2022

positiva e humana, aumentar a usabilidade do produto, além de promover uma estratégia de marca.

Como comentado por Rodrigues (2019), muito do que é estudado atualmente sobre UX Writing teve como fonte o estudo da redação para a Web, ou Webwriting. Porém, com o crescimento dos smartphones, o contexto de uso dos produtos digitais mudou, e as boas práticas de escrita também precisaram se adaptar a esse novo contexto.

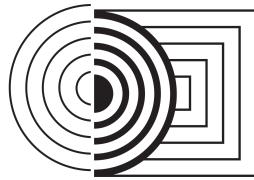
Nesse processo, uma etapa inicial e fundamental é a criação da voz e do tom da marca, que definem a linguagem que a marca terá com o seu público, baseando-se nos valores que ela deseja transmitir. A voz e o tom criam uma personalidade para as palavras, e servem como guia para garantir consistência em todas as plataformas que o produto se encontra (YIFRAH, 2019).

O entregável final do processo de UX Writing é composto pelo conjunto de palavras e expressões que funcionam como recurso de orientação para os usuários: a chamada Microrredação (ou Microcopy, em inglês). No contexto de uso de produtos digitais em pequenas telas, a objetividade e clareza das palavras ganham uma importância ainda maior (RODRIGUES, 2019). Como Podmajersky (2019) e Yifrah (2019) comentam, é possível identificar alguns princípios e boas práticas na criação dessa microrredação, principalmente nos elementos textuais que geralmente estão presentes nos produtos digitais.

2.3 Mensagens de erro

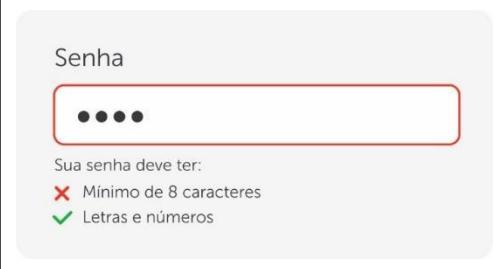
Errar é humano, segundo Norman (2018, p. 65), “se um erro é possível, alguém o cometerá”. O autor explica que o papel do designer é tentar minimizá-los quando possível, mas torná-los detectáveis e facilmente corrigíveis. Lidwell, Holden e Butler (2010) indicam que, ao entender melhor as causas dos erros, o designer pode criar estratégias e se utilizar de elementos na interface que reduzam a frequência e a severidade dos mesmos.

Podmajersky (2019) comenta que são nas mensagens de erro que o UX writer tem a melhor oportunidade de aplicar a empatia com as pessoas que utilizarão o produto e manter a voz da organização. A autora classifica as mensagens de erro em experiências digitais em três tipos, de acordo com o grau de interrupção ao usuário, conforme mostrado no quadro abaixo.



18º ERGODESIGN & USIHC 2022

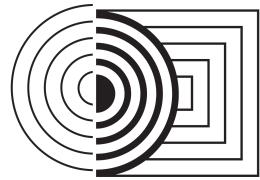
Quadro 1 – Tipos de erro em interfaces digitais

Tipo	Descrição	Exemplo
Inline	Orienta o usuário a corrigir o erro durante a execução de uma ação, de forma não intrusiva e instrucional, como no exemplo ao lado, durante o cadastro de uma senha. Durante a digitação, a mensagem de erro é atualizada automaticamente, mostrando os requisitos que já foram ou não contemplados.	
Detour	Ocorre quando o usuário tenta realizar a tarefa por um caminho e não obtém sucesso da maneira prevista, mas a mensagem de erro o orienta para seguir um caminho secundário. No exemplo ao lado, durante um erro com o cartão de crédito cadastrado, a mensagem direciona o usuário a uma rota alternativa - cadastrar uma nova forma de pagamento.	
Blocking	Ocorre em casos em que o usuário é interrompido e não pode seguir com a tarefa, sendo necessário agir fora da plataforma em alguns casos. No exemplo ao lado, uma falta de conexão com a internet impede o usuário de utilizar a plataforma, e é necessária uma ação externa. A mensagem indica no título a instrução (conectar-se à internet), e no subtítulo mostra o valor de corrigir o erro (visualizar produtos e continuar comprando), além de reforçar o que pode ser feito para que o problema acabe (ativar o WiFi ou os dados móveis).	

Fonte: Adaptado de Podmajersky (2019)

Yifrah (2019) indica que as mensagens de erro devem cumprir três objetivos:

1. Explicar de forma simples e clara que ocorreu um problema e descrever qual foi o erro;
2. Indicar uma solução para que os usuários possam completar o processo (e se não houver uma solução imediata, mostrar ao usuário o que pode ser feito para ajudá-lo ou a quem ele pode recorrer);
3. Tornar o atraso durante o processo numa experiência o mais agradável quanto possível.



A autora ainda complementa que é importante não utilizar palavras técnicas e códigos não entendíveis, e indica que uma boa prática nas mensagens de erro consiste em indicar ao usuário as alternativas possíveis, ao invés de alertar o que não é possível. Importante também destacar que o uso de humor nessas mensagens depende da voz e tom da marca, e desde que não desvie o foco do objetivo principal da mensagem, que é o de fornecer uma solução para o erro. Nesse sentido, para Saffer (2014) deve-se evitar o uso de palavras como “erro” e “atenção”, que só aumentam a ansiedade do usuário, assim como o uso de pronomes que acusam o usuário do erro, como em “você cometeu um erro”.

3. Metodologia

A pesquisa foi realizada pela análise de 2 aplicativos do setor financeiro em relação às boas práticas de mensagens de erro descritas por Podmajersky (2019), Yifrah (2019) e Saffer (2014). O resumo da metodologia pode ser visto na Figura 1, e será descrito em mais detalhes a seguir.

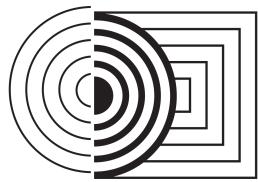
Figura 1 – Resumo da metodologia



Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

3.1 Definição de interfaces para análise

Inicialmente foi necessário definir qual setor de mercado seria analisado, levando em conta dois principais aspectos: a importância do setor para o dia-a-dia das pessoas e o grau de consequência negativa que um erro em interfaces desse setor poderia gerar para o usuário. A partir desses aspectos, o setor financeiro foi escolhido, por lidar com dados extremamente sensíveis, que exigem das organizações uma transmissão de confiança e segurança constante para os clientes.



18º ERGODESIGN & USIHC 2022

Acompanhando o comportamento da sociedade, esse setor vem se tornando cada vez mais digital. Segundo uma pesquisa da FEBRABAN (2019), o uso do mobile banking correspondeu a 40% das transações bancárias realizadas em 2018 no Brasil, e o uso dos canais digitais já representava 6 a cada 10 transações bancárias no mesmo ano. Além disso, desde 2016 o número de operações feitas pelo mobile banking vem superando o internet banking. Assim, os aplicativos de bancos foram o produto digital escolhido para este estudo.

As organizações analisadas possuem contextos históricos diferentes, mas forte presença no país. A primeira organização escolhida foi o Banco do Brasil, a instituição bancária mais antiga do país, fundada em 1808, e que desde 1992 é o banco mais lembrado pelos brasileiros, segundo a pesquisa Top of Mind, da Folha de São Paulo (2019). Em seu Relatório Anual de 2018 (2018), o banco indicou que 60% do total das transações foram feitas pelo aplicativo BB, e que a soma entre o mobile e o internet banking já corresponde a 79% das transações totais.

A segunda organização escolhida foi o Nubank, que, criada em 2013, nasceu como uma startup com o objetivo de resolver problemas financeiros com uso de tecnologia e design. A empresa atua com canais 100% digitais, e propõe reduzir as burocracias dos bancos tradicionais, com simplicidade e transparência (NUBANK, 2020). Segundo uma pesquisa realizada pelo Apptopia (2019), o Nubank foi o banco digital que teve seu aplicativo baixado mais vezes em comparação com outros bancos digitais no mundo, além de ser considerada a maior fintech da América Latina.

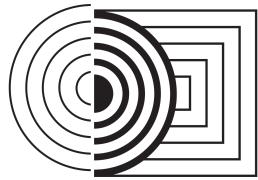
3.2 Definição de cenários e critérios para análise

Segundo uma pesquisa da FEBRABAN (2019), em 2018 o mobile banking teve um enorme crescimento nas transações com movimentação financeira mais utilizadas pelos consumidores — pagamento de contas e transferências/DOC/TED, e superou o internet banking como canal de preferência do consumidor para essas transações. Assim, foram escolhidos três cenários de erro para análise, relacionados a essas operações, e que pudessem ser feitos nos dois aplicativos. Os cenários foram testados em smartphones com sistema operacional Android.

Quadro 2 – Cenários para análise nos aplicativos

Nº	Cenário
1	Durante o processo de transferência, ficar sem conexão com a internet.
2	Ao realizar uma transferência, digitar um valor superior ao disponível no saldo.
3	Ao realizar um pagamento, digitar o número do código de barras incorretamente.

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)



18º ERGODESIGN & USIHC 2022

A análise dos cenários em cada um dos apps foi realizada a partir de alguns critérios, baseados em boas práticas descritas por diferentes autores, e juntos permitem uma análise das mensagens de erro de forma abrangente e ao mesmo tempo detalhada, ao tratar de cada aspecto isoladamente.

Quadro 3 – Critérios para análise dos cenários

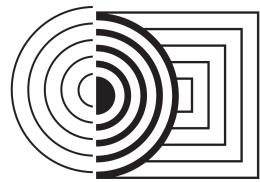
Critério	O que analisa?
Tipo	Como o aplicativo trata o erro, de acordo com a classificação de Podmajersky (2019): Inline, Detour ou Blocking error.
Descrição	Se a mensagem descreve de forma clara que existe um erro, e qual o motivo dele, de acordo com os objetivos das mensagens de erro descritos por Yifrah (2019).
Orientação	Se a mensagem indica uma solução ou, se não for possível, orienta o usuário sobre como proceder, de acordo com os objetivos das mensagens de erro descritos por Yifrah (2019).
Experiência amigável	Se a mensagem de alguma forma torna a experiência mais agradável, diminuindo a frustração e aliviando a tensão, de acordo com as indicações de Yifrah (2019) e Saffer (2014).

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

4. Resultado e discussões

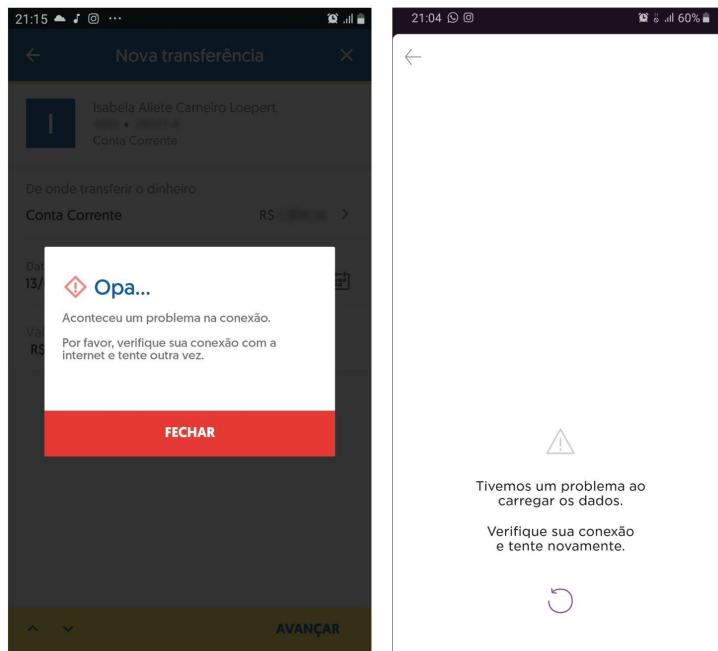
4.1 Cenário 1

O cenário 1 foi induzido a partir da falta de conexão com a internet durante o processo de transferência para outra conta corrente. O Wifi e os dados móveis foram desativados enquanto a transferência ainda não tinha sido finalizada.



18º ERGODESIGN & USIHC 2022

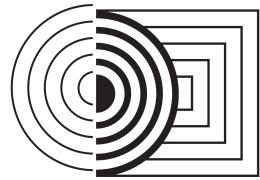
Figura 2 – Printscreens do cenário 1 nos apps do Banco do Brasil e Nubank respectivamente



Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Quadro 4 – Análise dos critérios no cenário 1 nos dois apps

Critério	Banco do Brasil	Nubank
Tipo	Blocking error (para continuar a ação é necessário conectar-se com a internet).	Blocking error (para continuar a ação é necessário conectar-se com a internet).
Descrição	Sim, a primeira frase descreve de forma clara o motivo do erro (“Aconteceu um problema na conexão”).	Parcialmente. Pelo contexto é possível supor que há um problema com a conexão, porém, a primeira frase (“Tivemos um problema ao carregar os dados”) pode gerar outras interpretações sobre o motivo do erro.
Orientação	Sim, existe uma frase específica que orienta o usuário (“Por favor, verifique sua conexão com a internet e tente outra vez”).	Sim, existe uma frase específica que orienta o usuário (“Verifique sua conexão e tente novamente”), e há um botão que permite ao usuário recarregar a tela.
Experiência amigável	O título “Opa...” confere um tom mais conversacional à mensagem de erro, porém, não ajuda na descrição ou orientação do mesmo. O uso da cor vermelha e do ícone com exclamação podem intensificar o estado de tensão provocado pelo erro.	O uso de cores neutras pode aliviar a tensão que um cenário de erro pode provocar. O uso de um botão de recarregar também pode tornar a experiência mais agradável, ao permitir que o usuário se mantenha no contexto enquanto tenta solucionar o problema.

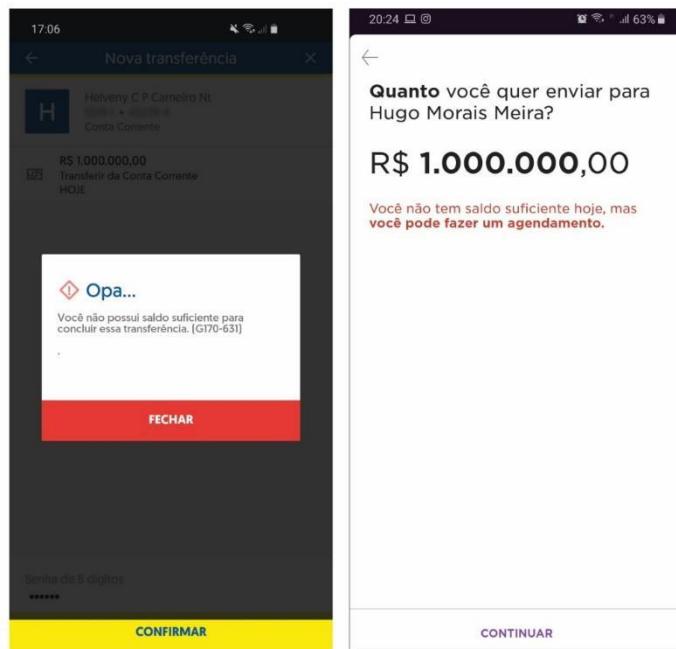


Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

4.2 Cenário 2

O cenário 2 foi induzido durante o processo de transferência para outra conta corrente, ao digitar um valor para transferência maior que o disponível no saldo da conta corrente de origem.

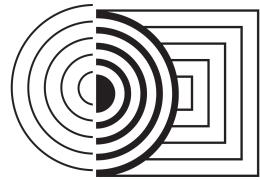
Figura 3 – Printscreens do cenário 2 nos apps do Banco do Brasil e Nubank respectivamente



Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Quadro 5 – Análise dos critérios no cenário 2 nos dois apps

Critério	Banco do Brasil	Nubank
Tipo	Blocking error (o usuário não consegue avançar com a transferência. É necessário voltar à tela de definição do valor para poder prosseguir, porém a mensagem de erro não direciona o usuário para esse caminho).	Inline error (o usuário recebe uma mensagem de erro de forma simultânea ao digitar o valor. Isso permite a correção do valor antes mesmo de seguir em frente).
Descrição	Sim, a frase descreve de forma clara o motivo do erro (“Você não possui saldo suficiente para concluir essa transferência.”).	Sim, a frase descreve de forma clara o motivo do erro (“Você não tem saldo suficiente hoje”). A especificação do “hoje” deixa ainda mais claro o motivo do erro.



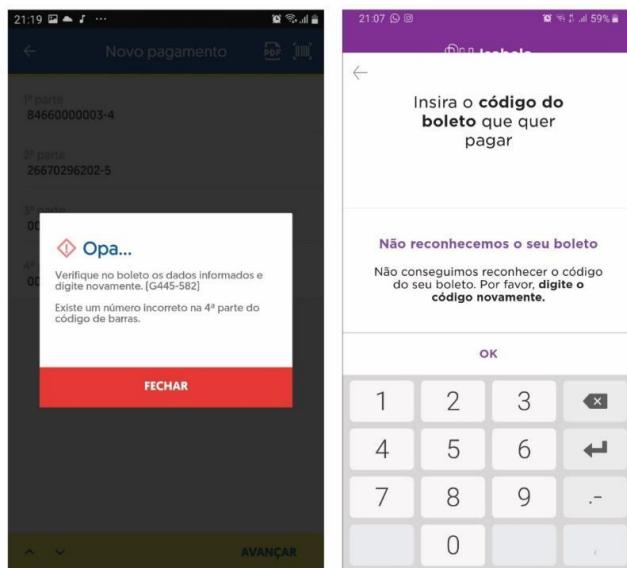
Orientação	Não há nenhuma orientação clara ao usuário sobre a ação necessária para corrigir o erro. A inserção do código técnico do erro pode ajudar em caso de necessidade de contatar o suporte do banco, porém não é uma orientação clara.	Sim, a segunda frase da mensagem de erro permite ao usuário uma alternativa: o agendamento da transferência mantendo o valor digitado (“...mas você pode fazer um agendamento”). O uso do negrito destaca essa orientação.
Experiência amigável	Para receber a mensagem de erro, o usuário precisa digitar o valor desejado, digitar a senha e pressionar o botão “confirmar”, o que gera muitas etapas para chegar no bloqueio da ação, e pode intensificar a frustração do usuário. Além disso, ao exibir a mensagem de erro, a tela mostra um botão “confirmar” fora do contexto, que não funciona ao pressioná-lo, e pode confundir o usuário.	Ao indicar o erro, e ainda assim permitir o usuário prosseguir, sugerindo uma solução viável, traz uma experiência agradável, ao parecer prever possíveis situações que podem acontecer no dia-a-dia das pessoas (agendar uma transferência futura sabendo que haverá saldo disponível no dia agendado).

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

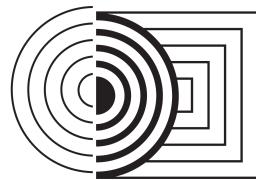
4.3 Cenário 3

O cenário 3 foi induzido durante o processo de pagamento de um boleto, no qual a última parte do código de barras, que possui 4 partes no total, foi digitada incorretamente.

Figura 4 – Printscreens do cenário 3 nos apps do Banco do Brasil e Nubank respectivamente



Fonte: Elaborado pelos autores (2020)



Quadro 6 – Análise dos critérios no cenário 3 nos dois apps

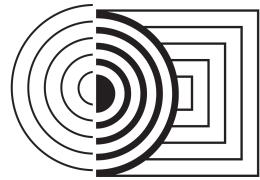
Critério	Banco do Brasil	Nubank
Tipo	Blocking error (a tarefa do usuário é interrompida, e ainda que exista a possibilidade de ler o código de barras pela câmera, a mensagem não direciona para esse caminho).	Blocking error (a tarefa do usuário é interrompida, e não é possível voltar para a tela de leitura do código pela câmera).
Descrição	Parcialmente. A descrição é clara, ao indicar em qual parte do código o erro ocorreu (“Existe um número incorreto na 4ª parte do código de barras”). Porém, descrever que apenas “um número incorreto” foi digitado, pode induzir que apenas um dígito está incorreto.	Parcialmente. O título “Não reconhecemos o seu boleto” não deixa claro o motivo do não-reconhecimento. Porém, a frase seguinte, ainda que repetitiva em relação ao título, contextualiza melhor, ao informar que o código é a informação não reconhecida.
Orientação	Sim, a primeira frase da mensagem orienta o usuário como proceder (“Verifique no boleto os dados informados e digite novamente”). A inserção do código técnico do erro também pode ajudar em caso de necessidade de contatar o suporte do banco.	Sim, a última frase, destacada em negrito, orienta o usuário como proceder (“Por favor, digite o código novamente”).
Experiência amigável	A indicação de qual parte do código está incorreta pode tornar a experiência mais agradável, ao poupar o tempo de resolução do erro (o usuário não vai precisar revisar todos os números do boleto novamente, apenas a parte incorreta).	O uso de 2 títulos com tamanhos e orientações diferentes, e o fato do botão ‘voltar’ estar desabilitado, podem confundir o usuário. Porém, a forma como o texto está escrito pode aliviar um pouco do sentimento de culpa do usuário, ao direcionar o erro para o próprio app, e não para o usuário (“Não reconhecemos”, “Não conseguimos”).

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

4.4 Discussões

Dentre todos os cenários apresentados, notou-se que a maioria das mensagens de erro dos dois apps utiliza blocking errors - com exceção do cenário 2 do Nubank. A interrupção da ação pode ser necessária em alguns cenários, como quando há uma dependência externa para voltar a ação (como no caso do cenário 1), ou quando só é viável uma validação após a confirmação da ação (como pode acontecer no cenário 3). Ainda assim, o uso dos outros tipos de mensagens de erro (o inline e o detour) quando possível, poderiam auxiliar o usuário a corrigir o erro antes mesmo de tentar seguir em frente, ou direcioná-lo para uma rota alternativa.

É importante ressaltar que os dois apps construíram as frases das mensagens de erro dos cenários 1 e 3 de modo a não culpar o usuário, porém utilizando abordagens diferentes. O Banco do Brasil se utilizou de uma linguagem mais impessoal, informando a existência do erro sem induzir culpa a alguém (ex: “Aconteceu um problema na conexão”). Por outro lado, o Nubank traz o motivo do erro para si, de forma pessoal e tirando uma possível culpa que o usuário pode ter de si mesmo (ex: “Tivemos um problema ao carregar os dados”). Em relação ao cenário 2, como o motivo do erro é especificamente relacionado a um contexto pessoal do



18º ERGODESIGN & USIHC 2022

usuário, direcionar a mensagem para ele é justificável e auxilia no entendimento da mensagem, como apresentado nos dois apps.

Outro aspecto interessante de ser abordado é relacionado aos critérios de Descrição e Orientação, como mostrado na Figura 5:

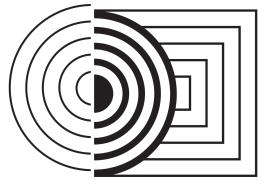
Figura 5 – Uso de descrição e orientação nas mensagens de erro nos três cenários

Banco do Brasil			Nubank			
	C1	C2	C3	C1	C2	C3
Desc.	Sim	Sim	Parcial	Parcial	Parcial	Parcial
Orient.	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Sim

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

O que se observa na grande maioria dos cenários (com exceção do cenário 1 do Banco do Brasil), é o foco da mensagem de erro para um desses dois aspectos. Nos cenários em que a Descrição é contemplada parcialmente, a Orientação é contemplada completamente. No cenário em que a Descrição é contemplada completamente, a Orientação não é contemplada (cenário 2 do Banco do Brasil). De modo geral, a mensagem acaba sendo transmitida, pois, se o usuário não recebe uma descrição completa do erro, ele ao menos é orientado corretamente, e vice-versa.

Outro ponto a destacar é a utilização de consistência entre as mensagens de erro no aplicativo do Banco do Brasil. Nele, há uma padronização estrutural, todas se utilizam de um modal com o mesmo título, mesmas cores e mesmo botão de ação. Por um lado, isso traz consistência, pois ao receber esse alerta o usuário facilmente o relaciona com uma mensagem de erro. Por outro lado, a semelhança pode prejudicar o tempo de assimilação do erro, pois nem o título nem o botão de ação descrevem o erro ou orientam uma solução. O usuário precisa ler todo o texto para identificar o erro. No aplicativo do Nubank não existe uma padronização clara em relação à estrutura das mensagens de erro. Até mesmo nos dois cenários em que há um blocking error (cenários 1 e 3), o uso de títulos, ícones, posição do texto e botão de ação seguem estruturas diferentes. O uso de frases direcionadas para cada erro traz um melhor contexto ao cenário apresentado, porém, as diferentes estruturas visuais de como essas mensagens aparecem na tela podem confundir o usuário na assimilação do erro.



5. Considerações Finais

De modo geral, é notável que houve um certo cuidado com a escrita das mensagens de erro nos dois apps, já que na maioria dos critérios analisados houveram pontos positivos, alinhados às boas práticas descritas pelos autores. Ainda assim, seriam necessárias algumas melhorias tanto no microcopy quanto nos elementos visuais da interface para que a comunicação fosse ainda mais completa. Nesse momento, é importante ressaltar a importância da colaboração entre o UX writer e os designers responsáveis pela criação do produto digital, pois a solução final da interface é composta por elementos visuais e textuais, e a combinação dos dois pode contribuir (ou prejudicar) a experiência vivida pelo usuário. O alinhamento entre os profissionais é importante para garantir uma comunicação mais assertiva.

O uso de critérios baseados em boas práticas descritas por autores da área foi importante para analisar as mensagens de erro de forma preliminar, mas é possível ver uma oportunidade de pesquisa em estudos mais aprofundados sobre boas práticas de UX Writing que podem ser analisadas em diversos cenários de produtos digitais. Futuramente, os diversos estudos nessa área poderiam gerar as bases para a criação de heurísticas e metodologias que auxiliem no processo de UX Writing. Outro ponto passível de estudos seria a aplicação de testes com usuários, para entender a percepção deles em relação aos cenários analisados, e cruzar essas informações com a análise das boas práticas descritas pelos autores. Além disso, inspeções de UX Writing podem ser ainda mais assertivas caso a marca a ser analisada tenha um manual de voz e tom claro, e acessível ao UX writer, de modo que possa ser referenciado durante a análise de seus produtos.

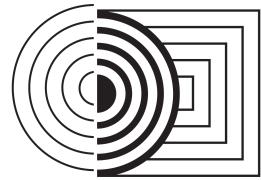
Como dito no início desse trabalho, a área de UX Writing ainda está em constante crescimento e mudanças. O mergulho de diversos autores nesse tema em trabalhos futuros poderia contribuir para a disseminação dessa área de conhecimento, de forma a ser mais estudada academicamente, aplicada dentro de projetos, e valorizada pelas organizações. Ao final, o objetivo principal é contribuir para melhores experiências vivenciadas pelos usuários.

6. Referências Bibliográficas

GARRETT, J. J. **The Elements of User Experience: User-centered Design for the Web.** 2nd ed. Berkeley: New Riders, 2011.

HADDAD, N. Pela 1ª vez, quatro marcas dividem a vitória como aplicativo de banco. **Top of Mind**, 2019. Disponível em: <<https://top-of-mind.folha.uol.com.br/2019/10/pela-1a-vez-quatro-marcas-dividem-a-vitoria-como-aplicativo-de-banco.shtml>>. Acesso em: 30 de jun. de 2020.

HARTSON, R; PYLA, P. **The UX Book: Agile UX Design for a Quality User Experience.** 2nd ed. Cambridge: Morgan Kaufmann, 2019.



18º ERGODESIGN & USIHC 2022

LIDWELL, W; HOLDEN, K; BUTLER, J. **Universal Principles of Design**. Beverly: Rockport Publishers, 2010.

MACK, R.; NIELSEN, J.. Usability Inspection Methods: report on a workshop held at CHI'92, Monterey, CA, May 3–4, 1992. **ACM SIGCHI Bulletin**, v. 25, n. 1, jan. 1993, p. 28-33.

MARCONDES, P. Nubank é o aplicativo de banco digital mais baixado do mundo. **Proxxima**, 2019. Disponível em:

<<https://www.proxxima.com.br/home/proxxima/noticias/2019/10/31/nubank-e-o-aplicativo-de-banco-digital-mais-baixado-do-mundo.html>>. Acesso em: 30 de jun. de 2020.

NORMAN, D. **O Design do dia a dia**. Rio de Janeiro: Anfiteatro, 2018.

O que é o Nubank?. **Blog Nubank**, 2020. Disponível em:

<<https://blog.nubank.com.br/nubank-o-que-e-e-confiavel/>>. Acesso em: 30 de jun. de 2020.

Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2019. **FEBRABAN**, 2019. Disponível em:

<<https://cmsportal.febraban.org.br/Arquivos/documentos/PDF/Pesquisa-FEBRABAN-Tecnologia-Bancaria-2019.pdf>>. Acesso em: 17 de mai. de 2020.

PODMAJERSKY, T. **Strategic Writing for UX**. Sebastopol: O'Reilly Media, 2019.

Relatório Anual 2018. **Banco do Brasil**, 2018. Disponível em:

<<https://www45.bb.com.br/rao/ri/ra2018/pt/index.html>>. Acesso em: 17 de mai. de 2020.

RODRIGUES, B. **Em Busca de boas práticas de UX Writing**. Rio de Janeiro: Edição do autor, 2019.

ROSENFELD, L; MORVILLE, P; ARANGO, J. **Information Architecture**: For the Web and Beyond. 4th ed. Sebastopol: O'Reilly Media, 2015.

SAFFER, D. **Microinteractions**. Sebastopol: O'Reilly Media, 2014.

SHARP, H; ROGERS, Y; PREECE, J. **Interaction Design**: Beyond human-computer interaction. 5th ed. Indianapolis: John Wiley & Sons, Inc, 2019.

UNGER, R; CHANDLER, C. **A Project Guide to UX Design**. 2nd ed. Berkeley: New Riders, 2012.

YIFRAH, K. **Microcopy**: The Complete Guide. 2nd ed. Haifa: Nemala, 2019.