

Visualização de cláusulas contratuais e políticas de cancelamento de hotéis *Visualization of contractual clauses and hotel cancellation policies*

Renata Marzullo, André de Oliveira, Paula Cristina Fernandes, Lucas Ramos, Daniel Huanchicay

visualização de contratos, infografia, política de cancelamento

Na era da informação, as discussões sobre apresentação, organização e disseminação dos dados estão latentes em diversas áreas, tais como nas ciências jurídicas, com seus complexos contratos firmados nas relações comerciais físicas e virtuais. O presente artigo objetiva aplicar conceitos do design de informação e da infografia, como a linguagem gráfica e o processo de elaboração de infográficos, voltados à visualização de cláusulas contratuais, bem como apresentar esboços preliminares resultantes da aplicação destes referenciais teóricos no estudo de caso da política de cancelamento da Booking.com. Espera-se encontrar soluções para aprimorar a comunicação dos contratantes.

contract visualization, infographics, cancellation policy

In the information age, discussions about presentation, organization and dissemination of data are latent in several areas, such as in the legal sciences, with their complex contracts signed in physical and virtual commercial relations. The present article aims to apply concepts of information design and infographics, such as graphic language and infographic elaboration process, at the visualization of contractual clauses, as well as to present preliminary sketches resulting from the application of these theoretical references in the case study of politics cancellation policy. It is expected that results point out solutions for better communication between contractors.

1 Introdução

Na era da informação, a velocidade dos fluxos sociais, econômicos, culturais, linguísticos, amplia-se exponencialmente, deflagrando discussões, nas diversas áreas do conhecimento, sobre a apresentação, organização e disseminação da informação. Uma das áreas em que emergem tais estudos é a jurídica, com seus complexos contratos firmados nas relações comerciais, nos ambientes físico e virtual.

Ao longo dos séculos, o contrato assumiu funções diversas e, hodiernamente, constitui instrumento concretizador de interesses privados, os quais devem estar alinhados aos interesses sociais.

César Fiuza (2004) aborda a função pedagógica do contrato, de estimular relacionamentos sociais sadios (...). As cláusulas contratuais dão aos contratantes noção de respeito ao outro e a si mesmos, visto que, afinal, empenham sua própria palavra. (...) as partes estipulam deveres e direitos, através de cláusulas, que passam a vigorar entre elas (Naves, 2006:7).

Inobstante, a percepção desta função pedagógica do contrato é incomum na sociedade. Na prática, contratos são complexos e extensos, sob o pretexto de que seu detalhamento antecipará eventuais problemas futuros entre os contratantes, embora, em verdade, não tenham o poder de obrigar o seu cumprimento – muitas vezes, nem judicialmente (Abreu, 2016a). Ademais, geralmente, são os advogados que elaboram os termos contratuais, que não dominam tecnicamente o seu objeto, concentrando-se, sobretudo, nos aspectos legais (Abreu, 2016b). Por conseguinte, retratam documentos de difícil compreensão, finalizando resolver disputas legais, ao invés de promover uma relação bem-sucedida (Passera et al, 2013). Essa conjuntura tende a propiciar o desgaste do relacionamento comercial, atrapalhar ou, até mesmo, impossibilitar um acordo (Abreu, 2016b).

Nos negócios realizados eletronicamente, essa função do contrato é ainda mais renegada. Em matéria publicada no The Guardian (2011), foi apresentada pesquisa que expunha a fragilidade dos contratos eletrônicos, pela constatação de que, apenas, 7% dos contratantes lêem os termos ao comprarem on-line, enquanto 21% dos entrevistados sofreram por marcar a caixa de termos e condições sem conhecer seu conteúdo. Segundo o periódico, 43% das

pessoas não lêem por considerarem a atividade massante ou devido às dificuldades encontradas na compreensão das cláusulas.

Todavia, em razão das facilidades do meio eletrônico e das avançadas tecnologias de comunicação à distância, era de se esperar uma comunicação ágil e eficiente entre os contratantes. As informações sobre o produto/serviço e os termos contratuais deveriam ser amplas e acessíveis, pois inexiste limite físico-espacial, além de se dispor do auxílio de realces visuais e mecanismos de busca que facilitam a identificação de informações. (Schreiber, 2014).

Para equacionar tais questões, foi proposta a aplicação do design de informação aos contratos virtuais (Passera, Haapio & Barton, 2013), haja vista o seu potencial para alterar a definição, a modelagem e o gerenciamento das relações comerciais. Sugere-se o uso da visualização para facilitar a assimilação dos termos jurídicos, e transformar os contratos em eficientes ferramentas de comunicação.

Os contratos eletrônicos voltados à reserva de acomodações para viagens, em sites agenciadores de hotéis, refletem caso potencial de estudo para a aplicação da Visualização de Contratos, devido ao elevado número de usuários que efetuam reservas pela internet, já que a presença física no local é dificultada pela distância entre os contratantes, bem como pelo alto custo de reservas via telefone¹. Soma-se a complexidade da relação estabelecida, porquanto a compra é realizada pela agência, e o objeto do contrato é oferecido pelo hotel, além das dificuldades de comunicação na contratação de hospedagens em viagens internacionais.

Por esta razão, adotou-se como eixo da pesquisa o processo de contratação eletrônica por intermédio de agências de reserva de hotéis, possuindo este artigo a finalidade de apresentar os mencionados referenciais teóricos para a elaboração de visualizações de contratos e, a partir dessas orientações teóricas, os esboços preliminares no estudo de caso do site da Booking.com – site de reservas de hotéis mais usado no mundo, segundo pesquisa da Skift². Como resultado, foi possível dispor as informações de modo objetivo, claro e amigável para o usuário. Não foram realizados testes em transações reais, não sendo escopo deste artigo.

2 O contrato da Booking

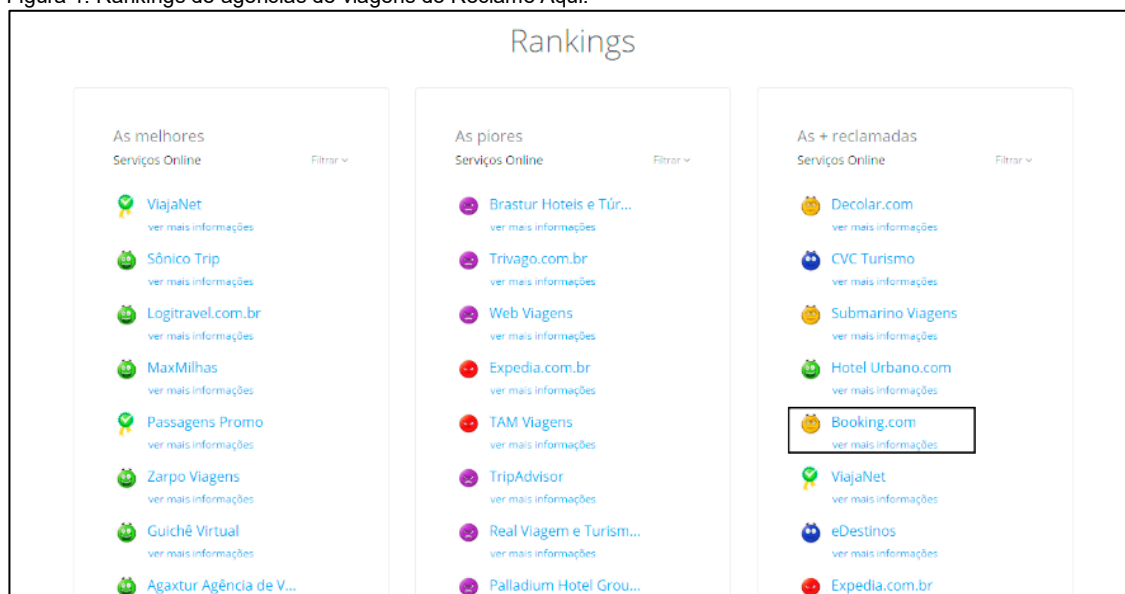
A Booking.com, registrada em Amsterdã, presta serviço de reserva de acomodações online, sendo proprietária e gerenciadora do *website* www.booking.com. Conta com o apoio de várias empresas pelo mundo em suporte interno e, em algumas instâncias, ao cliente³. Embora seja o site mais usado no mundo para tal finalidade, no Brasil, se encontra em quinto lugar no ranking das empresas com mais reclamações relacionadas a agências de viagens, tendo sua reputação avaliada como regular (figura 9).

¹ No relatório Webshoppers (Dias, 2016: 53), foram enumeradas categorias em que os consumidores mais utilizaram o canal online para realizar suas compras, obtendo a categoria “Viagens e Turismo” a primeira colocação (72% das respostas).

² The Most Popular Online Booking Sites in Travel, 2014. Edition <<https://skift.com/2014/06/17/the-most-popular-online-booking-sites-in-travel-2014-edition/>>, 17/06/2017.

³ Informações disponibilizadas no site da Booking: <<https://www.booking.com/content/offices.pt-br.html>>, 17/06/2017.

Figura 1: Rankings de agências de viagens do Reclame Aqui.



Quando usuários utilizam esta ferramenta para pesquisa e reserva, ficam submetidos a três regras jurídicas: 'termos e condições', 'privacidade e cookies', e 'condições da reserva'. As informações dispostas na 'privacidade e cookies' estabelecem como a Booking.com usa os dados pessoais dos usuários, cookies e outras tecnologias (não é objeto deste artigo). Já os 'termos e condições', escopo da pesquisa, regulamentam os serviços disponibilizados online, em dispositivos móveis, e-mail ou telefone. Os 'termos e condições' são divididos em 12 seções que discorrem sobre serviços e funcionalidades, proíbem a utilização e comercialização do conteúdo do site, determinam que, em caso de litígio, este será regido por leis holandesas e submetido a tribunais de Amsterdã, esclarecem o papel das empresas de suporte e informações gerais sobre pagamento, cancelamento e outras políticas dos hotéis, eximindo-se de responsabilidade sobre as informações disponibilizadas por estes. Ambos, os 'termos e condições' e a 'privacidade e cookies', podem ser acessados por links no rodapé do site (figura 2) e, ainda, na finalização da reserva (figura 3).

Figura 2: Rodapé com os links para os 'termos e condições' e 'privacidade e cookies'



Figura 3: Termos e condições, privacidade e cookies e condições da reserva na finalização da reserva.

Insira os dados para confirmar sua reserva

Tipo de cartão *
-- Selecione --

Número do cartão *
Necessário para garantir sua reserva

Data de validade *
01 - Jan / 2017

Código de segurança *

☐ Tenha acesso a nossas newsletters com ofertas exclusivas selecionadas especialmente para você.

Eu concordo com as [condições da reserva](#), [termos gerais](#) e [política de privacidade](#) ao fazer esta reserva.

Verificar minha reserva

Concluir minha reserva

Não é necessário nos ligar! Você receberá uma confirmação na hora em rvzappelli@gmail.com.

As 'condições da reserva' (figura 4), outro objeto desta pesquisa, abrangem informações sobre as políticas do hotel selecionado para hospedagem, quarto, cancelamento, pré-pagamento, impostos e taxas. Podem ser acessadas na página de finalização da reserva pelo botão 'Importante: Condições da reserva para esta acomodação' (antigo botão 'Leia-me, eu sou importante'), que abre *pop-up* com as informações, e em cima do botão 'Concluir minha reserva' (figura 3).

Figura 4: *Pop-up* com as 'condições de reserva' e botão 'Importante: Condições da reserva para esta acomodação'.

Resumo do preço

Quarto R\$ 295,24
5 % ISS R\$ 14,76
Preço (para 2 hóspedes) R\$ 310

Para pagamento na acomodação

Taxa de serviço da acomodação R\$ 31

Preço baixo verificado

Nos verificamos sites de comparação nos últimos 3 meses. Em 99% do tempo, a Booking.com tinha o menor preço.

Importante: Condições da reserva para esta acomodação

Dados de sua reserva

Entrada: terça-feira 11 julho 2017 a partir das 14:00
Saída: quarta-feira 12 julho 2017 até as 12:00
Duração total da hospedagem: 1 dia
Você selecionou: Quarto Duplo Standard

Condições da reserva

Políticas desta pousada

Crianças e camas extras

- 1 criança menor de 5 anos: será acomodado(a) gratuitamente, pelo uso de camas existentes.
- 1 criança de 6 a 10 anos: será cobrada uma porcentagem de 25 % do valor do quarto por diária, por pessoa, por 1 cama extra.
- 1 criança mais velha ou adulto: será cobrada uma porcentagem de 35 % do valor do quarto por diária, por pessoa, por 1 cama extra.
- Capacidade máxima de camas extras no quarto: 1.

1 x "Quarto Duplo Standard"

- Cancelamento:** Você será cobrado 50% do preço total caso cancele a reserva.
- Como cancelar:** Utilize o link da confirmação da sua reserva para cancelar a mesma
- Pré-pagamento:** Você terá que fazer um pré-pagamento de 50% do preço total após a reserva.
- Impostos e taxas de serviço:** ISS de 5 % incluído Taxa de serviço da acomodação de 10 % não incluído(a) Imposto municipal não aplicável

Por que usar a Booking.com?

1.313.568 acomodações no mundo inteiro • Mais de 96.000 destinos • Mais de 1,5 milhão de diárias reservadas por semana • 120.590.000 opiniões sobre hotéis dadas por hóspedes reais • Nós falamos 43 línguas

Evidencia-se, portanto, a complexidade desta relação, vez que a compra é realizada pela Booking.com, representada por empresas de suporte em cada país, contudo, o objeto é oferecido pelo hotel, podendo haver, ainda, divergência linguística e cultural entre os contratantes. Ademais, em pesquisa apresentada por Marzullo et al (2017) sobre a sequência da interação no site da Booking.com, 1/3 dos entrevistados teve dificuldades de encontrar o

botão ('Leia-me, eu sou importante') e considerou confusa a apresentação da informação, 1/3 respondeu que dificilmente (ou nunca) clica nesta opção, enquanto 2/3 gostariam que os termos dos hotéis fossem mais objetivos. O questionário indagou também sobre os três botões (termos gerais, política de privacidade e condições da reserva), tendo 40% dos participantes declarado que nunca clicam neles por não acreditar que influenciarão na reserva, enquanto 1/6 considera a disposição dos termos cansativa. Quase 1/3 dos participantes afirmou clicar nos links dos termos, navegar rapidamente pelas informações e apontou que a falta de elementos visuais torna a leitura confusa. Apenas 1/6 dos entrevistados afirmou ler todas as informações.

Por esses motivos, evidencia-se a necessidade de aplicar conceitos do design de informação e da infografia, para elaboração de visualizações de contratos, especialmente nos negócios virtuais envolvendo empresas como a Booking.com.

3 Referenciais teóricos

Visualização de contratos

A visualização de contratos consiste em subespécie da visualização de dados que utiliza métodos do design de informações para tornar os contratos mais claros e fáceis de usar (Passera et al, 2003).

A pesquisa nesta área se iniciou nos anos 90, sendo Colette R. Brunschwig umas de suas precursoras. Desde a defesa de sua tese em 2001, publica trabalhos relacionados. Destaca-se, também, o trabalho de Tobias Mahler (Mahler, 2010), no qual foram utilizados ícones e diagramas para representar riscos legais nos contratos e desenvolvida uma linguagem de modelagem gráfica. Mencione-se, ainda, a importância das pesquisas de Haapio, em seu Ph.D sobre contratação proativa, design e visualização de contratos, e Passera, com Ph.D em usabilidade e experiência do usuário em visualização de contratos.

A emergência desta área de pesquisa ocorre pela complexidade na forma como os contratos tradicionalmente são escritos, desconsiderando que advogados não são seus únicos leitores, pela demanda social por informações acessíveis e importância da conscientização sobre os direitos e obrigações das partes para o sucesso do negócio. Um dos objetivos deste campo é promover novas formas de comunicar o conteúdo dos contratos, melhorar sua clareza e facilitar seu uso, tornando inteligíveis informações que, apenas escritas, não seriam tão eficientemente compreendidas (Abreu, 2016b).

Em algumas cláusulas contratuais, a necessidade do uso da visualização é mais evidente, como na identificação de bens em contratos de compra e venda, já que pictogramas e imagens em complemento a números de série e especificações técnicas tornam a compra mais segura. Outras cláusulas, como as de prazo, cronograma e marcos contratuais podem ser retratadas em linhas do tempo, enquanto as responsabilidades das partes podem ser representadas por matrizes. Outras possibilidades sugeridas seriam aplicar a visualização para definir conceitos que requerem um maior esforço, o alinhamento das partes e a ajuda de profissionais de design para a criação de símbolos, ícones ou imagens que traduzam esses conceitos. As visualizações de cada conceito poderiam ser utilizadas indefinidamente em outros contratos, até se tornarem um padrão frequente e conhecido no universo retratado⁴ (Abreu, 2016b).

Linguagem visual gráfica

A linguagem visual gráfica (Twyman, 1985) subdivide-se em verbal, pictórica e esquemática pelo modo de comunicação. Enquanto a verbal inclui o uso de números e outros caracteres convencionais, a esquemática utiliza marcas gráficas intencionais que não palavras, números ou imagens; a pictórica abarca 'imagens produzidas artificialmente' (Lima, 2009:39).

Tipos de representação gráfica

As formas de representação gráfica relevantes para esta pesquisa são infográficos e diagramas. Segundo Lima, a infografia trata-se de 'peça gráfica que utiliza simultaneamente a

⁴ Exemplos de cláusulas criadas como infográficos podem ser encontrados no portfólio da pesquisadora Stefania Passera. <<https://stefaniapassera.com/portofolio/legal-design/>>, 17/06/2017.

linguagem verbal gráfica, esquemática e pictórica, voltada prioritariamente à explicação de algum fenômeno' (Lima, 2009:23). O diagrama é definido como um 'tipo de iconografia capaz de misturar tanto linguagem gráfica pictórica quanto esquemática, além do texto escrito (linguagem gráfica verbal), e que permite a leitura do conteúdo informacional de modo não-linear pelo leitor' (Lima, 2009:31). Lima (2009) reforça que muitos casos são híbridos, dificultando a distinção se o objeto gráfico é infográfico, gráfico, diagrama ou outras representações.

Variáveis gráficas fundamentais

Em qualquer representação gráfica pode-se observar as sete variáveis gráficas fundamentais difundidas por Bertin (1983): forma (configuração), tamanho (dimensão), valor (transição claro/escuro), textura (padrões), cor (matiz), orientação (sentido e direção) e posição (localização).

Recursos para utilização

Estas variáveis devem ser aplicadas através dos recursos apresentados por Mijksenaar (1997) 'para dar forma à informação: enfatizar ou minimizar; comparar ou ordenar; agrupar ou classificar; selecionar ou omitir; optar pelo reconhecimento imediato ou tardio; e apresentá-la de forma interessante' (Mijksenaar, 1997:25). Além disso, Twyman (1985) sugere considerar linguagens gráficas segundo um *framework* operacional que identifique os seguintes fatores: propósito, conteúdo informacional, configuração, modo, meios de produção, recursos, usuários e circunstâncias de uso. Conforme Lima (2009), a identificação da essência do conteúdo informacional ou mensagem transmitida se reflete na escolha do tipo de informação visual do infográfico.

Configuração

Richards (2000) propõe três modos de organização gráfica, mais evidentes em diagramas: agrupamento (elementos gráficos de um mesmo grupo), ligação (elementos gráficos exibem conectividade) e variação (elementos sugerem alternância de valor).

Sobre a configuração dos textos para a infografia, Kanno (2013) indica que deve ser 'telegráfico: curto, direto e objetivo se valendo de 'dois pontos' ou 'hífens' e pensado para interagir com as imagens' (Kanno, 2013:66).

Goldsmith (1980) sugere que os conceitos difíceis de retratar sejam considerados em seu contexto para auxiliar a representação, exemplificando não ser possível desenhar 'um resfriado, mas que podemos observar os sintomas e os hábitos das pessoas doentes' (Goldsmith, 1980:212) ou então pode-se 'acrescentar um texto escrito contextualizando a imagem, o que pode tornar o conceito original menos ambíguo' (Lima, 2009:54).

Funções e objetivos da linguagem gráfica

As funções da linguagem gráfica são enumeradas por Twyman (1985): descrição relacionada, localização no espaço, narração, persuasão e exortação, instrução e provisão de informações e dar prazer ao leitor ou expressão pessoal do artista. Ressalta que tais papéis da linguagem podem se sobrepor e que é preciso definir prioridades entre elas (Twyman, 1985).

Uma classificação dos objetivos e características dos infográficos (figura 5) foi proposta por Rajamanickan (2003), apresentada abaixo:

Figura 5: Classificação dos infográficos de Rajamanickan (2003)

Categoria	Objetivos	Características
Narrativas	Explicar propiciando uma experiência da intenção através da história.	Histórias (fato, ficção).
Instruções	Explicar permitindo que o leitor siga sequencialmente a intenção.	Instruções passo a passo explicando como as coisas funcionam ou como os eventos ocorrem.
Explorações	Oferecer ao leitor a oportunidade de explorar e descobrir a intenção.	Permitem que os leitores descubram a intenção por meio de exploração ativa e racionalização.
Simulações	Permitir que o usuário experimente a intenção.	Permitem aos leitores experimentar a própria intenção.

Ary Moraes (2003) também apresenta classificação para infográficos, com base na descrição de Yin (2005), do método de pesquisa para análise de caso. Nela, propõe tipos de infográficos mais adequados a dadas perguntas, assim: infográficos exploratórios devem responder as perguntas o quê?, quem? e onde?, com o objetivo de descrever determinado lugar, objeto ou pessoa; infográficos explanatórios respondem as questões como? e por que?, objetivando explicar o funcionamento de algo ou a relação entre elementos; e os infográficos historiográficos atendem a pergunta quando?, finalizando contextualizar ou pontuar a dinâmica de determinado evento.

Tipos de informação visual

Por fim, tem-se a classificação proposta por Engelhardt (2002), dividindo as representações gráficas em tipos primários (mapa, imagem, gráfico estatístico, gráfico de tempo, diagrama de ligação, diagrama de agrupamento, tabela, símbolo [composto] texto escrito) e híbridos (mapa estatístico, mapa de percurso, mapa de percurso estatístico, gráfico estatístico de tempo, diagrama de ligação estatístico e diagrama de link cronológico).

Processos de elaboração de infográficos

Para a elaboração de visualizações de contratos faz-se imperiosa o uso de um processo que oriente a criação sistemática objetivando a credibilidade. Nesta pesquisa, utilizou-se do processo proposto por Faria (2015), baseado nos processos de Sless (2008), Carvalho e Aragão (2012) e Kanno (2013), adotados 'pela possibilidade de utilização na criação de infográficos digitais' (Faria, 2015:32) e por sintetizar objetivamente as atividades necessárias à produção de infográficos (figura 6).

Figura 6: Lista com a compilação dos ditos processos.

Etapa: Apuração	
1	Identificar as necessidades e objetivos.
2	Planejar prazos e atividades.
3	Pesquisar sobre o tema.
4	Analisar similares.
Etapa: Execução	
5	Elaborar conteúdo textual.
6	Idear e elaborar rascunhos.
7	Testar com usuários.
8	Elaborar o design.
9	Testar com usuários.
10	Revisar informações e fazer ajustes.
11	Publicar.
Etapa: Pós-publicação	
12	Analisar o processo.
13	Testar com usuários

A compilação foi realizada a partir da análise dos processos dos referidos autores através de um quadro, no qual foi observada cada uma das fases e etapas constituintes e comparadas as semelhanças e diferenças (Faria, 2015).

4 Aplicação dos referenciais teóricos no contrato da Booking.com

Foram realizados catorze workshops, com a equipe de uma empresa de design de informação, para a criação de visualizações para o contrato da Booking.com. Aplicou-se o processo de Faria (2015), alterando a sequência de algumas atividades.

Etapa Apuração

Pesquisar sobre o tema e planejar atividades

Nas quatro primeiras reuniões, a equipe dividiu o conteúdo dos termos e condições da reserva de hotéis da Booking.com e um modelo genérico de contrato para reserva de hotéis segundo dois critérios: divisão pelas respostas às perguntas o quê?, por que?, onde?, como?, quando?, quanto?, quem?, estabelecido por Moraes (2013) e por tipos de informações visuais que poderiam ser usadas: formulários (informações que necessitam de *inputs* do usuário), ícones ou imagens (identificação de especificações técnicas e definições) e infográficos / diagramas (cláusulas relacionadas a funções e responsabilidades, procedimentos, cronogramas e prazos, termos financeiros, direitos e obrigações). As reuniões serviram para ambientação da equipe no tema e planejamento de atividades.

Nesta atividade, levantou-se a hipótese de que a cláusula sobre a política para cancelamento de reserva, classificada segundo critérios iniciais “como” e “de infográficos/diagramas”, seria um dos itens que gerariam mais problemas nas relações comerciais de sites de reservas, hotéis e hóspedes.

Para confirmar a hipótese, pesquisou-se no site Reclame Aqui, onde foram encontradas reclamações relacionadas a dificuldades com cancelamento de reserva em diferentes categorias de problemas do site (figura 7), como: estorno do valor (929 reclamações), não consigo cancelar (343 reclamações), reserva não realizada (86 reclamações) e cancelamento

de reserva (11 reclamações), multa por cancelamento de reserva (3 reclamações), dentre outras.

Figura 7: Tela do site Reclame aqui com os tipos de problemas da Booking.com.

tipos de problema

Estorno do valor...	(929)
Propaganda engan...	(343)
Não consigo cancel...	(343)
Valor abusivo...	(137)
Reserva não reali...	(96)
Cobrança duplica...	(68)
Mau atendimento...	(30)
Problemas na fin...	(48)
Divergência de v...	(35)
Divergência de p...	(22)
Mau Atendimento	(21)
Maquiagem de pre...	(20)
Produto errado	(13)
Produtos diverge...	(13)
Cancelamento de ...	(11)
Roubo-Furto	(9)
Multa abusiva pò...	(5)
Qualidade dos qu...	(3)
Demora na aprova...	(3)
Multa por cancel...	(3)

FIZ UMA RESERVA NO HARD ROCK HOTEL EM LAS VEGAS, E LOGO EM SEGUIDA CANCEL EI. FOI DEBITADO EM MEU CARTÃO DE CRÉDITO U\$ 330,82. VALOR ESTE, QUE JÁ DEVERIA TER...

Nunca recebi meu estorno.

Booking.com
São Luís 17/06/17 às 10h18 Denuncie essa reclamação

Fiz uma reserva VL07E, foi adiantado o pagamento no valor de R\$ 434,00(50%). Fiz o cancelamento no dia 13/06/17 e o valor ainda não foi estornado, sendo que a...

Restituição IOF

Booking.com
Joinville 17/06/17 às 10h10 Denuncie essa reclamação

IOF pelo cancelamento (fiz duas vezes a operação de reserva e cancelamento). Entendi o ser indevida a cobrança, vez que informação do site induz o consumidor a...

Taxa de Reembolso Indevida e Abusiva

Booking.com
Elias Fausto 16/06/17 às 18h55 Denuncie essa reclamação

multa no valor total da reserva, isso é um absurdo. Sendo que estou cancelando com di

Ademais, quando se efetua a busca pelo termo ‘cancelamento de reserva’ (figura 8), a Booking.com aparece com 3752 reclamações, confirmando que problemas relacionados a cancelamento de reservas aparecem em diversas categorias – existem 4746 reclamações feitas à Booking.com no site. Em razão da pesquisa, decidiu-se elaborar infográficos para a cláusula de política de cancelamento da reserva.

Figura 8: Tela com pesquisa no reclame aqui do termo ‘cancelamento de reserva’.

RedameAQUI

antes de comprar pesquise a reputação da empresa **pesquisar** **reclamar** **entrar** **cadastre-se**

Categorias **Compare** **Rankings** **Cadastre sua compra** **Dúvidas frequentes** **Institucional** **Todas as categorias**

empresas

Decolar.com	(5242)
Booking.com	(3752)
Gol	(1212)
Hotel Urbano.com	(1168)
LATAM Airlines ...	(1047)
Hoteis.com	(837)
Azul	(809)
Airbnb	(578)
Smiles	(578)
Submarino Viagen...	(553)

mais empresas

Você buscou o termo:

cancelamento de reserva

Veja também: **todas reclamações** não respondidas respondidas finalizadas

Não obedece a regra de reembolso em 24 horas

Gol
Brasília 17/06/17 às 13h48 Denuncie essa reclamação

Foram realizadas duas reservas pelo site do Smiles com a Korea Airlines. Liguei hoje em menos de 24 horas desde da reserva realizada, fui informado que poderia...

Qual é a melhor:

- Hotel Urbano.com**
ver mais informações
- Airbnb**
ver mais informações
- Gol**
ver mais informações
- Hoteis.com**
ver mais informações
- Smiles**
ver mais informações

Figura 9: Tela com reputação da Booking.com no Reclame Aqui.



Identificar necessidades e objetivos

Na reunião cinco, foram identificados necessidades e objetivos do infográfico, através da análise de reclamações de usuários encontradas na pesquisa do termo 'problemas em cancelar reservas na Booking' no Google. As necessidades encontradas foram:

- Destacar tarifas não reembolsáveis / reembolsáveis, valor da tarifa, impostos e taxas;
- Considerar a não leitura do e-mail de confirmação; Transmitir credibilidade; Informações não ambíguas;
- Explicar o procedimento quando o cancelamento se relaciona à insatisfação com o local;
- Esclarecer o procedimento e prazo para cancelamento, direito de arrependimento e possibilidade de negociação direta com o hotel.

Os objetivos definidos foram:

- Informar objetivamente;
- Instigar a leitura;
- Melhorar a comunicação; Eficiência.

Incluiu-se no processo a elaboração de personas (figura 10), com o objetivo de organizar os resultados obtidos na pesquisa das reclamações dos usuários. Constatou-se, assim, a necessidade de se apoiar em técnicas usadas no design de interação, como a análise de *feedbacks*, para pesquisa com usuários e personas, a fim de documentar a pesquisa e guiar a equipe de desenvolvimento. Diversas são as técnicas disponíveis com tais escopos, como questionários, grupos de foco, caso de uso, análise de tarefas, etc. (Loureiro, 2008). O uso das personas revela-se útil também se aplicado a cada uma das partes envolvidas no contrato, mostrando e contrapondo os interesses.

Destaca-se, ainda, a aplicação do *framework* operacional (Twyman, 1985), resultando nas seguintes definições:

- **Propósito:** informar, porém discutiu-se o inevitável caráter persuasivo no momento anterior à reserva, que pode ser ilustrado pelo exemplo do usuário observar que um hotel possui cancelamento grátis até um dia antes da chegada, enquanto outro cobra o preço total no cancelamento da reserva. Destacar esta informação pode persuadi-lo na escolha do hotel;
- **Conteúdo informacional:** cláusula de política de cancelamento da reserva do contrato da Booking.com;

- Configuração: tipos primários de Engelhardt, gráfico de tempo, diagrama de ligação, diagrama de agrupamento, tabela, símbolo (composto), texto escrito;
- Modo: combinação dos modos verbal, pictórico, esquemático;
- Meio: computador;
- Recursos: designers de informação, um consultor da área jurídica (que não participou dos workshops, mas atendeu às dúvidas e elaborou o contrato genérico) e um desenvolvedor web.
- Usuários: dados do perfil dos compradores em 2015 da internet, do relatório Webshoppers 2016 (Dias, 2016);
- Circunstâncias de uso: usuário entra em contato com as políticas de cancelamento quando busca hotel para reserva, sob condições de animação e preocupação no planejando da viagem; e no momento de efetuar o cancelamento, no qual o usuário está sob estresse.

Figura 10: Exemplo de persona.

PERSONAS



Nome: Mariana Tavares

Idade: 36 anos

Sexo: Feminino

Profissão: Advogada e Blogueira

Localização: São Paulo

"Leiam SEMPRE as condições da tarifa e guardem o e-mail da reserva. SEMPRE."

Reclamações e problemas:

Em seu blog "Essa menina viaja" conta um episódio de problemas com a Booking. Ela realizou várias pré-reservas com o cancelamento grátis para a mesma data por não conseguir decidir em qual hotel ficaria, contudo não observou que um dos hotéis possuía um prazo para o cancelamento gratuito e um valor para cobrança após a data diferente do que ela estava acostumada. Assim, quando foi realizar o cancelamento grátis percebeu que havia feito duas reservas no mesmo hotel e recebeu um e-mail avisando que o cancelamento seria cobrado. Tentou resgatar o e-mail de confirmação da reserva e não o encontrou. Solicitou a Booking o reenvio do e-mail de confirmação da reserva original, mas eles se recusaram, dizendo que não podiam reenviar e também se recusaram a informar o cartão em que a reserva havia sido feito. Ela também desconhecia a cobrança das taxas juntamente com a cobrança do cancelamento.

Necessidades:

Precisa de informações claras sobre os valores, prazos e taxas de cada hotel e um melhor atendimento da Booking.

Link:

<http://essameninaviaja.blogspot.com.br/2013/10/bookingcom-e-politicas-de-cancelamento.html>

Analisar similares

Foram analisados os infográficos da pesquisadora Stefania Passera, além do uso de ícones para informações enviadas por e-mail pela Tam e um infográfico sobre a crise econômica de Kanno (2013), ainda durante o workshop 5.

Etapas Execução

Elaborar conteúdo textual

No workshop 6, foi elaborado o conteúdo utilizando-se a seção 6 (Pré-pagamento, cancelamento, não comparecimento e pormenores/informações importantes) dos termos da Booking.com, juntamente com a compilação de diversas condições de reserva de hotéis. Visando a uma abrangência significativa, analisou-se regras de dez hotéis de cada região do Brasil. As políticas foram separadas em: regras de cancelamento, cobrança, como cancelar, pré-pagamento, impostos e taxas de serviço. Tais conteúdos, conforme orientações de Kanno (2013), foram reduzidos, aplicando-se duas das abordagens propostas por Rajamanickan (2013): narrativa, com o objetivo do leitor se identificar, e instrutiva, permitindo ao leitor seguir sequencialmente o procedimento para cancelar a reserva.

Idealizar e elaborar rascunhos

Nesta fase (workshops 7, 8, 9 e 10), elaborou-se a arquitetura da informação, através dos modos de organização agrupamento, ligação e variação (Richards, 2000), resultando na divisão do conteúdo informacional em grupos delimitados conforme o tipo de informação visual (figura 11). Foram criados esboços nas configurações: tabela, linha do tempo e fluxograma.

Testar com usuários

Nos workshops 11 e 12, realizaram-se testes empíricos com membros da equipe e professores, objetivando avaliar a qualidade das informações e verificar a compreensão dos esboços.

Elaborar o design

Para os fins desta pesquisa, o processo foi aplicado até o momento da elaboração do design nos workshops 13 e 14, cujo resultado será apresentado na próxima seção.

Figura 11: Agrupamentos.



5 Proposição de Infográficos

Foram propostos quatro infográficos configurados em tabelas, fluxograma e linha do tempo, usando ícones representativos do contexto da reserva e as cores vermelho e verde para traduzir respectivamente a percepção positiva e negativa da situação pelo usuário. Minimizou-se a informação sobre o direito de arrependimento, porquanto a política de cancelamento do hotel oferece prazo maior para tanto.

Tabelas

As figuras 12 e 13 apresentam as informações da política de cancelamento, divididas por situações e prazos (colunas) consoante os outros agrupamentos, valor, cobrança, como proceder e responsável (linhas). Utilizou-se a variação de cores para enfatizar e direcionar o olhar pela orientação das colunas visando priorizar a leitura das informações relacionadas a cada situação, antes da comparação entre elas. Destaca-se a facilidade de identificação pelo usuário da situação do cancelamento em relação aos demais infográficos.

Na figura 13, dividiu-se a tabela em situações de cobrança ou não.











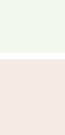







Fluxogramas

Nas figuras 14, 15 e 16, que não incluem a informação das formas de pagamento, o usuário é guiado por diversos caminhos conforme o momento do cancelamento (antes, depois ou durante o check-in). A maior ênfase está no final do fluxo, se haverá cobrança ou não. Conquanto gere um desconforto visual e possa reduzir o interesse devido a maior quantidade de informações dispostas, a apresentação ocorre de forma mais compreensível em relação às demais.

Linha do tempo

Por fim, na figura 17 as situações foram dispostas conforme o momento do cancelamento (antes, depois ou durante o check-in), não tratando das formas de pagamento. Utilizou-se da variação de valor das cores e orientação para enfatizar e direcionar a leitura pela separação das situações de cobrança ou não. Dispõe as informações de forma simples e resumida, aumentando o interesse na leitura em relação às demais.

Figura 12: Tabela de situações de cancelamento

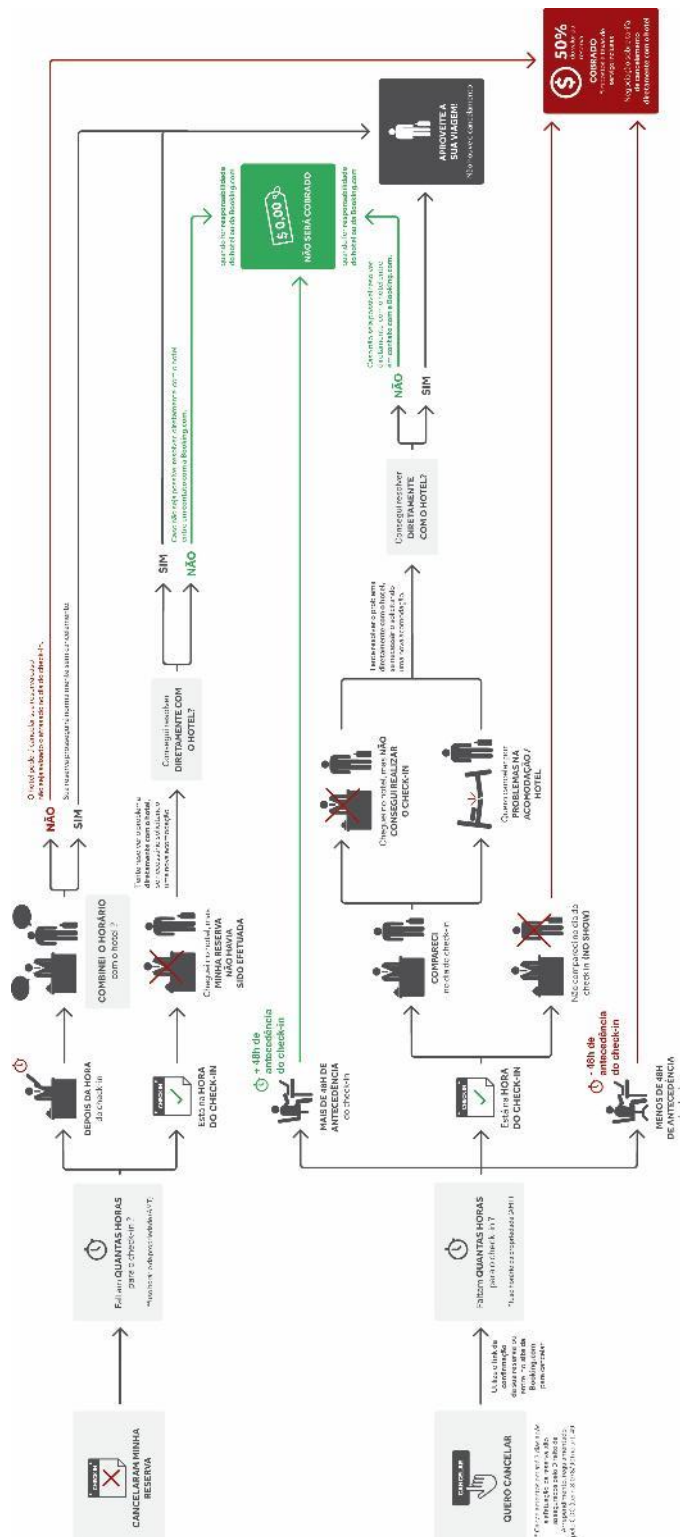
SITUAÇÕES DE CANCELAMENTO						
	 + de 48h de antecedência do check-in	 - de 48h de antecedência do check-in	 Não compareci no dia do check-in (NO SHOW)	 Cheguei atrasado no check-in e cancelaram minha reserva	 Cheguei no hotel, mas NÃO CONSEGUI REALIZAR O CHECK-IN	 Quero cancelar por PROBLEMAS NA ACOMODAÇÃO / HOTEL
SEÁ COBRADO?	 NÃO SERÁ COBRADO em cancelamentos realizados mais de 48h de antecedência do horário do check-in <small>*Usar horário da propriedade (MST)</small>	 COBRADO em cancelamentos realizados menos de 48h de antecedência do horário do check-in <small>*Usar horário da propriedade (MST)</small>	 COBRADO	 COBRADO quando não for avisado o atraso para hotel	 NÃO SERÁ COBRADO quando for responsabilidade do hotel ou da Booking.com	 NÃO SERÁ COBRADO quando for responsabilidade do hotel
QUANTO SERÁ COBRADO?	0%	 50% do valor da reserva <small>*Impostos e taxas de serviço incluídas</small>	 50% do valor da reserva <small>*Impostos e taxas de serviço incluídas</small>	 50% do valor da reserva <small>*Impostos e taxas de serviço incluídas</small>	0%	0%
COMO SERÁ COBRADO?	 CARTÃO DE CRÉDITO	 CARTÃO DE CRÉDITO	 DIRETO COM O HOTEL			
COMO PROCEDER?	Utilize o link da confirmação da sua reserva ou entre no site da Booking.com para cancelar	Utilize o link da confirmação da sua reserva ou entre no site da Booking.com para cancelar	Negociação sobre tarifa de cancelamento diretamente com o hotel.	Negociação sobre tarifa de cancelamento diretamente com o hotel.	Tente resolver o problema diretamente com o hotel, se necessário, solicitando uma nova acomodação. Caso não seja possível, entre em contato com a Booking.com.	Tente resolver o problema diretamente com o hotel, se necessário, solicitando uma nova acomodação. Caso não seja possível, entre em contato com a Booking.com.

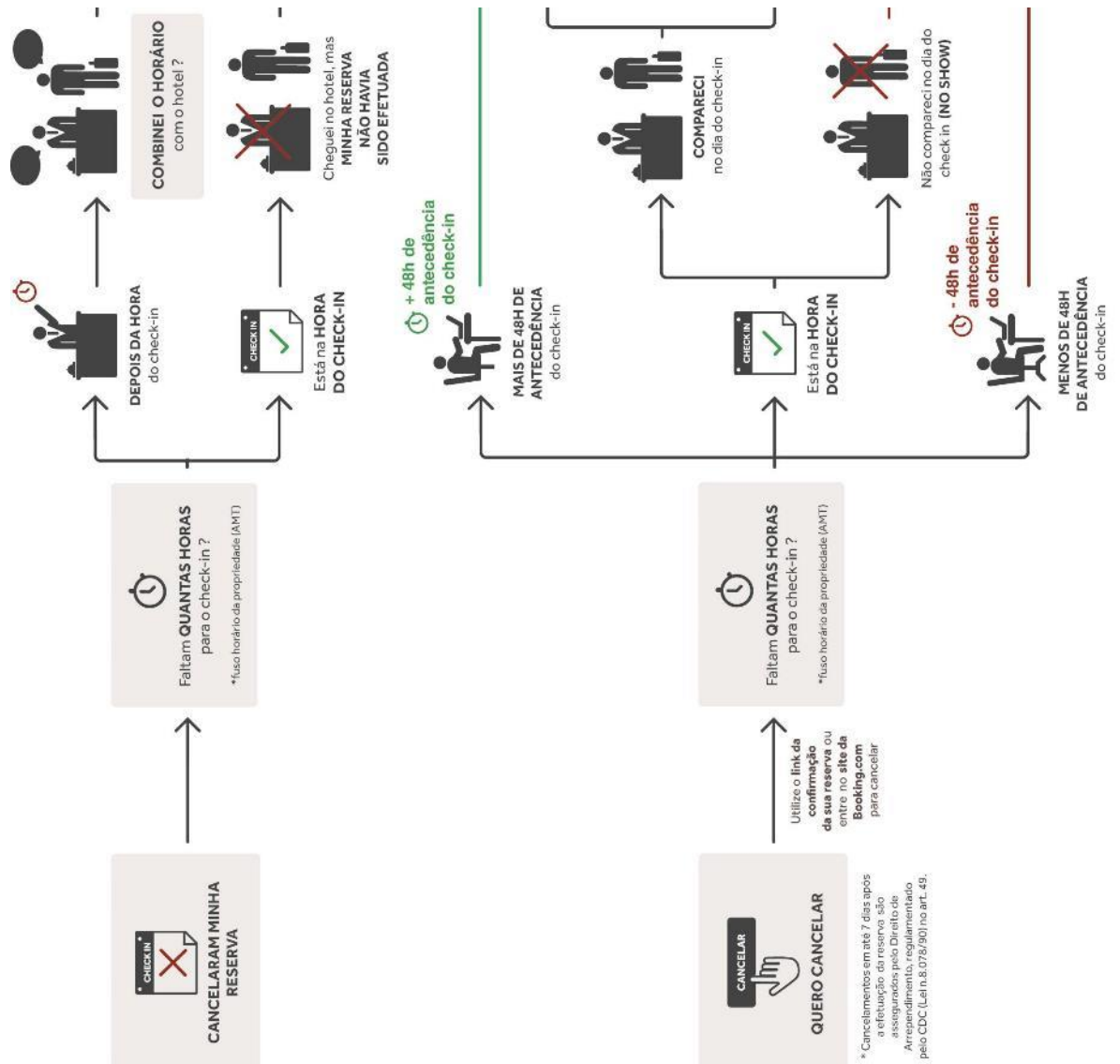
* Cancelamentos em até 7 dias após a efetuação da reserva são assegurados pelo Direito de Arrependimento, regulamentado pelo CDC (Lei n.8.078/90) no art. 49.

Figura 13: Tabela de situações de cobrança ou não

[illegible]

Figuras 14, 15, 16: Fluxograma e detalhamentos





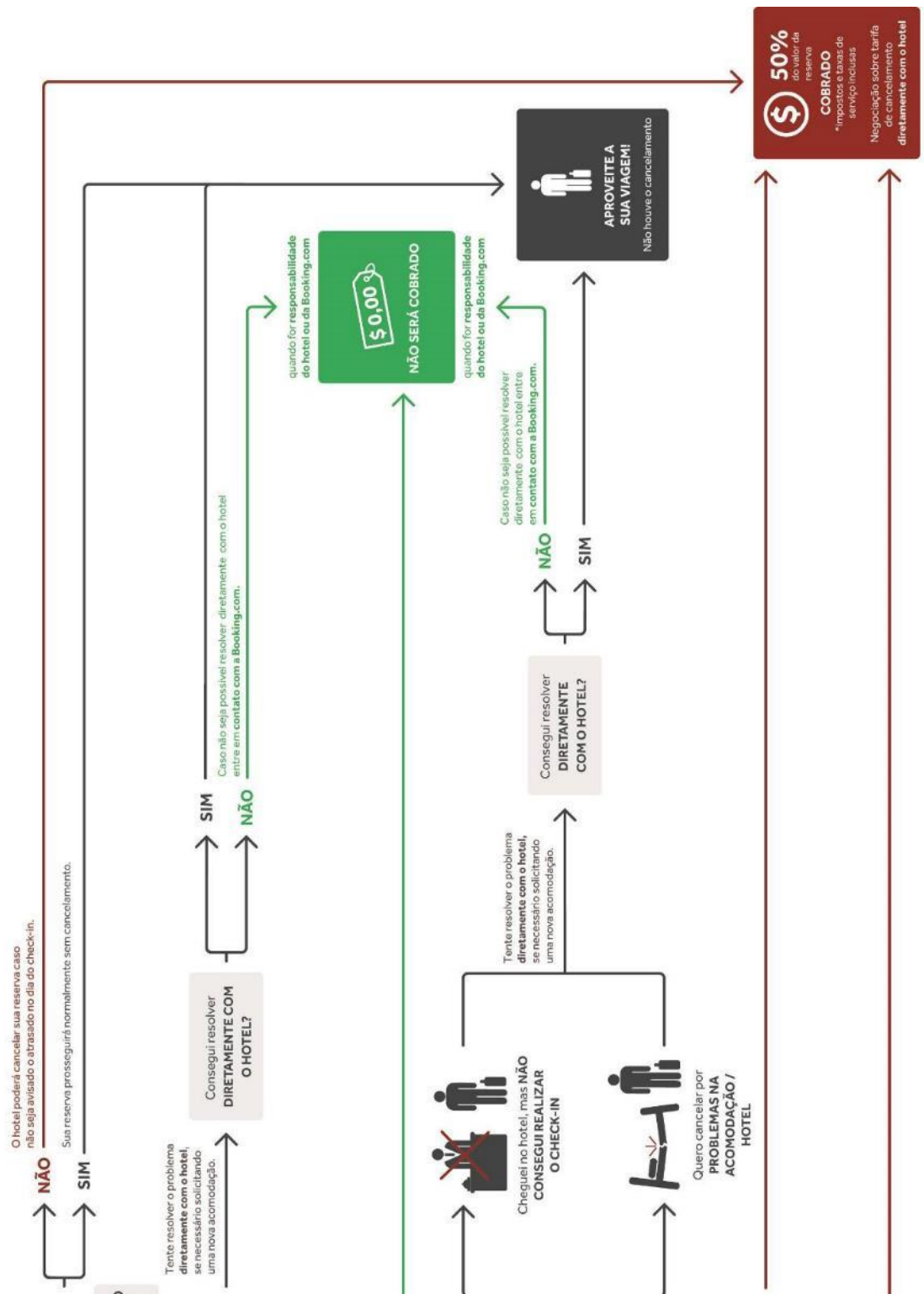
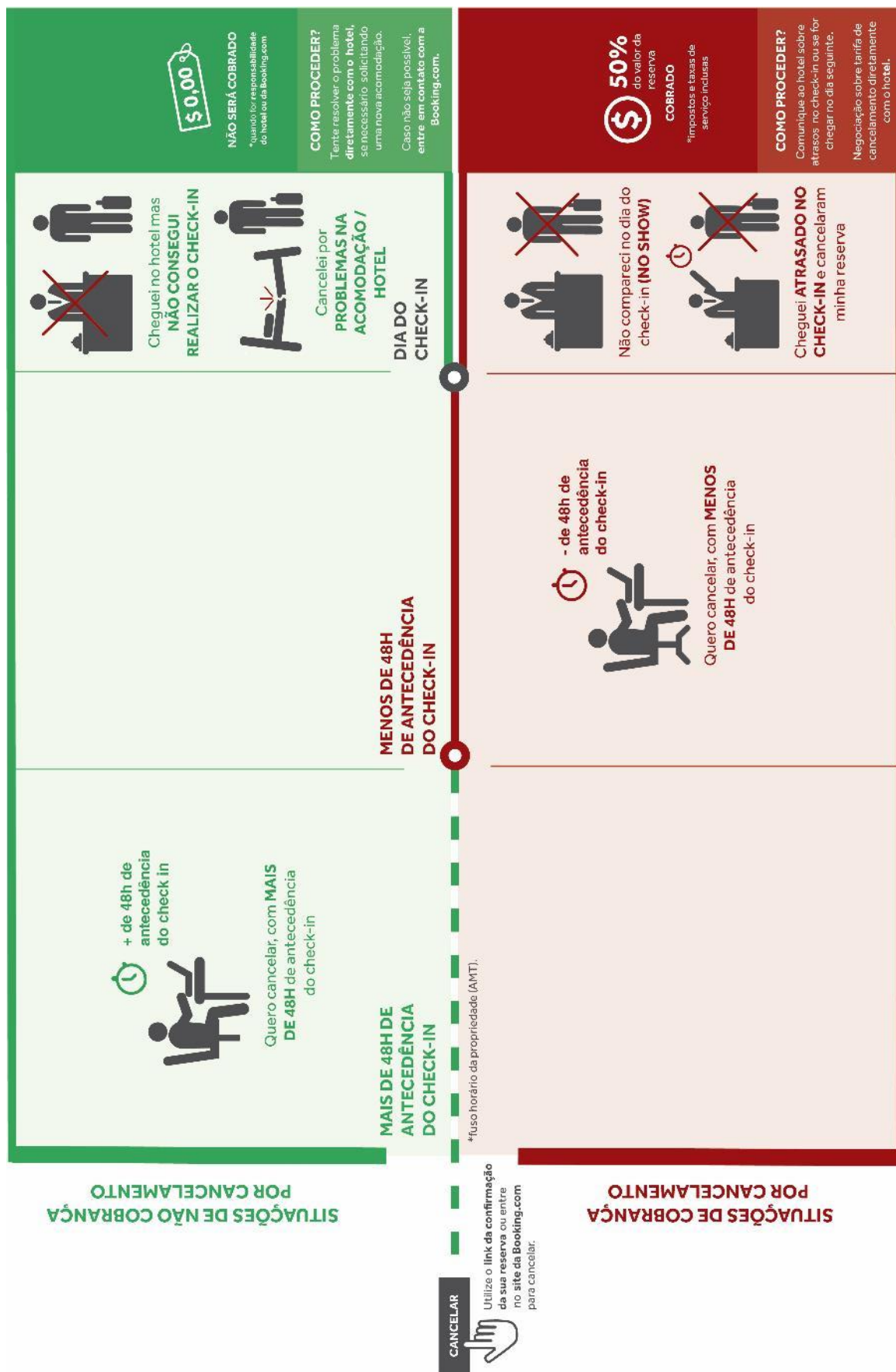


Figura 17: Linha do tempo de situações de cobrança ou não



* Cancelamentos em até 7 dias após a efetuação da reserva são assegurados pelo Direito de Arrependimento, regulamentado pelo CDC (Lei n.8.078/90) no art. 49.

Conclusão

A expansão do comércio eletrônico gerou diversas modificações no mercado de produtos e serviços. Empresas têm realizado altos investimentos visando construir plataformas digitais robustas com ferramentas de *Business Intelligence*, *marketing* digital, *branding*, além de programação visual com imagens de alta resolução para a oferta de produtos, técnicas para assegurar a compatibilidade com dispositivos móveis, tudo isso objetivando persuadir o consumidor, garantir conveniência, conforto, economia de tempo e facilidade na compra. Contudo, poucos investimentos têm sido destinados à construção de relações sadias e à preservação da função social dos contratos eletrônicos, sendo quase inexistente o uso de práticas projetuais para a criação destes. Isso ocorre, principalmente, porque o desenvolvimento dos contratos eletrônicos não faz parte das discussões e preocupações dos projetos de sistemas e *websites*, limitando-se à inclusão do conteúdo do documento físico tradicional, complexo, longo e repleto de jargões, sem uma adequação significativa para o meio eletrônico.

Para a construção de ferramenta de comunicação efetiva é basilar a inclusão do projetista da informação desde o início da elaboração do contrato, juntamente ao advogado, tal qual ocorreu na imprensa nos anos 80, com a inserção de “pessoas de imagem – designers” na esfera decisória juntamente com as “pessoas de texto – jornalistas”, ligada à fase de planejamento da edição do jornal. Essa postura “(...) mudou pela natureza do trabalho de produção de um tipo de discurso que se igualava ao texto em importância” (Moraes, 2013, p.67). Ademais, diante da insuficiência da linguagem gráfica textual em contratos eletrônicos, revela-se hábil a infografia, fazendo uso das linguagens verbal gráfica, esquemática, pictórica e de recursos interativos, para atender às novas exigências da comunicação. Faz-se imperiosa a mudança de postura na elaboração das cláusulas contratuais, por meio da aplicação de uma linguagem visual, que integre texto e imagem, à linguagem jurídica tradicional, considerando suas ordenações e procedimentos específicos.

É nesse sentido que a presente pesquisa, ainda em desenvolvimento, tem sido direcionada, almejando-se incluir nas discussões futuras os referenciais teóricos da infografia animada e do design de interação, para a realização de testes e a inserção de animações e efeitos interativos nos infográficos.

Espera-se que a pesquisa das visualizações de contratos possa dotar usuários e empresas de ferramenta de comunicação mais eficiente, conscientizando direitos e deveres, evitando-se a judicialização de litígios.

Referências

- ABREU, L. 2016a. Contratos têm apresentado formas inovadoras de elaboração. In: *Revista Consultor Jurídico*. < <http://www.conjur.com.br/2016-jul-03/luciana-abreu-contratos-apresentado-novas-formas-elaboracao>>, 17/06/2017.
- ABREU, L. 2016b. Descobrimos e aplicando a visualização: uma nova maneira de fazer contratos. In: *Revista Jus Navigandi*, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 21, n. 4835. <<https://jus.com.br/artigos/52133>>, 17/06/2017.
- BERTIN, J. 1983. *Semiology of Graphics*. University of Wisconsin Press, Madison, Wisconsin.
- BONSIEPE, G. 1999. Visual/verbal Rhetoric. In: *M. Bierut, J.; Helfand; S. Heller and R. Poynor (eds.) Looking Closer 3: Classic writings on graphic design*. pp. 167-173. New York: Allworth Press.
- CARVALHO, J; Aragão, I. 2012. Infografia: Conceito e Prática. In: *InfoDesign*, São Paulo, v. 9 n. 3, p. 160– 177.
- DIAS, A. 2016, Relatório WebShoppers, In: *E-bit*. 33^a edição < <https://www.ebit.com.br/webshoppers> >, 17/06/2017.
- ENGELHARDT, Y. 2002. *The language of graphics*. Amsterdam: Sewn. <<http://dare.uva.nl/search?arno.record.id=105970>>, 17/06/2017.
- FARIA, P. 2015. Infografia digital em sites do governo federal: processos de elaboração e

- linguagens gráficas. Dissertação de Mestrado em Design. Brasília: Universidade de Brasília Instituto de Artes.
- FIUZA, C. 2004. Direito civil: curso completo. 8. ed. Belo Horizonte: Del Rey. p.365-366.
- GOLDSMITH, E. 1980. Comprehensibility of illustration – an analytical model. In: *Information Design Journal*, vol. 1, pp. 204–213.
- HAAPIO, H., Passera, S. 2013. Visual law: what lawyers need to learn from information designers. In: *VoxPopuLII, Legal Information Institute*.
<<https://blog.law.cornell.edu/voxpath/2013/05/15/visual-law-what-lawyers-need-to-learn-from-information-designers/>>, 17/06/2017.
- KANNO, M. 2013. Infografe: Como e porque usar infográficos para criar visualizações e comunicar de forma imediata e eficiente. In: *Infolide*. São Paulo.
<<http://www.infolide.com/2013/08/infografe-o-novo-livro-de-infografia-de.html>>, 17/06/2017.
- LIMA, R. 2009. Análise da infografia jornalística. Dissertação (Mestrado em Design) – ESDI/UERJ, Rio de Janeiro.
- LOUREIRO, E. 2008. Design centrado no usuário e as limitações do mercado de produtos interativos: Pesquisa e análise sobre indicadores para uma conciliação entre pesquisa e Mercado. Dissertação (Mestrado em Design) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte.
- MAHLER, T. 2010. Legal Risk Management. Developing and Evaluating Elements of a Method for Proactive Legal Analyses, With a Particular Focus on Contracts. Doctoral theses attended by Faculty of Law, University of Oslo.
- MARZULLO, R., Renzi, A., Oliveira, R. 2017. Analysis of Users' Mental Model and Expectations from Usability and Information Design Point of View in e-Contracts: A Case of Hotel Reservation. In: *Springer International Publishing AG*.
- MIJKSENAAR, P. 1997. Visual function: an introduction to information design. Rotterdam: 010 Publishers.
- MORAES, A. 2013. Infografia: história e projeto - origens, conceitos e processos do design que modificou a forma da mídia mais tradicional da história. São Paulo, Blücher.
- NAVES, B. 2006. Notas sobre a Função do Contrato na História. In: *Lex (Revista Eletrônica)*, São Paulo, v. 3. <<http://sisnet.aduaneiras.com.br/lex/doutrinas/arquivos/notas.pdf>>, 17/06/2017.
- NEURATH, O. 1980. *International Picture Language*. In: *The University of Reading Press*.
- PASSERA, S., Pohjonen, S., Koskelainen, K., Anttila, S. 2013. User-friendly contracting tools: a visual guide to facilitate public procurement contracting. In: *Proceedings of the IACCM Academic Forum on Contract and Commercial Management 2013*, 8th October 2013, Phoenix, US.
- PASSERA, S., Haapio, H., Barton, T. 2013. Innovating Contract Practices: Merging Contract Design with Information Design, In: *Proceedings of the 2013 academic forum on integrating law and contract management: proactive, preventive and strategic approaches*.
- RICHARDS, C. 2000. Getting the picture: diagrams design and the information revolution. In: *Information Design Journal*, 9(2/3), PP. 87—110.
- RAJAMANICKAM, V. 2005. Infographics seminar handout.
<www.as8.it/handouts/infographic.pdf>, 17/06/2017.
- _____, 2003. Interactive Visual Explainers - A Simple Classification.
<http://www.elearningpost.com/articles/archives/interactive_visual_explainers_a_simple_classification>, 17/06/2017.
- SLESS, D. 2008. Measuring information design, In: *Information Design Journal*, vol. 16, no. 3, pp. 250–258.
- SMITHERS, R. 2011. Terms and conditions: not reading the small print can mean big problems. In: *The Guardian*. < <https://www.theguardian.com/money/2011/may/11/terms-conditions->

small-print-big-problems >, 17/06/2017.

SCHREIBER, A. 2014. Contratos eletrônicos e consumo. In: *Revista Brasileira de Direito Civil (Revista Eletrônica)*, Rio de Janeiro, v. 1.

TWYMAN, M. 1985. Using pictorial language: a discussion of the dimensions of the problem. In *T. M. Duffy and R. Waller* (eds.) *Designing usable texts*. Orlando, Florida: Academic Press, p. 245-312.

Sobre o(a/s) autor(a/es)

Renata Zappelli Marzullo, Mestrando, UERJ, Brasil <rvzappelli@gmail.com>

André Ribeiro de Oliveira, Doutor, UERJ, Brasil <ribeiro74@gmail.com>

Paula Cristina Fernandes, Pós-graduando, FGV, Brasil <paula@natiocriativo.com>

Lucas Pereira Ramos, Graduado, Centro Universitário do Norte, Brasil <lucas@natiocriativo.com>

Daniel Marinho Huanchicay, Graduado, UERJ, Brasil <daniel@natiocriativo.com>