

## RELATÓRIO GERAL CONCLUSIVO PREFEITURA FLORIPA

Profissionalmente, a primeira coisa a ser analisada num portal executivo não está nele em si, e sim na *web*. Está apto, o portal a ser encontrado, partindo-se do princípio que o cidadão que o procura não possui qualquer informação do endereço?

Pergunta-se ainda, o quão difícil é para um indivíduo interessado, supondo-se que precisa de determinada informação mas não sabe inicialmente chegar ao portal e possui conhecimentos mínimos e médios de informática, obter o que deseja.

Isso é feito através de portais oficiais de busca e usando-se *softwares* profissionais gráficos. Como são muitas as opções e possibilidades, assim como não há espaço nem tempo para ser feita a análise completa, serão usados google.com, bing.com, yahoo.com e facebook.com (rede social) e apenas um *software freeware* de mapeamento. Porém, apenas do *mouse* e não dos olhos. Também não serão analisados todos os pontos críticos, apenas uma amostra deles. Um projeto de análise completo é, além de custoso, complexo.

Todas as análises abaixo serão feitas considerando um indivíduo adulto, com conhecimentos mínimos de informática e sem conhecimento da cidade. A razão é a padronização e a redução do projeto para análise exemplificativa.

### ACHAR O RESPECTIVO SITE:

A busca é feita usando apenas duas palavras principais. "prefeitura" e "florianópolis".

1. Google.com: A busca resulta no endereço principal do website da prefeitura na primeira página e na primeira posição.
2. Bing.com: Idem.
3. Yahoo.com: Mostra um *link* patrocinado em primeiro lugar e em segundo o *site* da prefeitura. Atribuo o fato à não verificação dos *tags* empregados pelos clientes por parte do Yahoo. A empresa em questão é um *website* de busca de hotéis para turismo. A culpa, portanto, não é da prefeitura, que não tem como influenciar no comportamento de terceiros.
4. Facebook.com: Não há referência oficial.

### NÚMERO DE *CLICKS* PARA ATINGIR PONTOS CRÍTICOS:

O número de *clicks* para atingir pontos críticos é medido pela contagem da quantidade de vezes em que o botão principal do *mouse* ou *pad* é usado até que se obtenha a informação desejada no *site*.

Três aspectos serão cobertos, apesar da infinidade de possibilidades. São eles: chegar até o mapa da cidade; chegar até o horário de ônibus ou metrô; chegar até o guia turístico.

1. Mapa da cidade: Não há um *link* direto para o mapa da cidade e seus bairros. Pelo menos não com o nome "mapa". É preciso descobrir que, sob o menu "serviços", há um *link* chamado "geoprocessamento", e que esse *link* leva ao

## Daniel Borges Carneiro

mapa. Totalizando cerca de **3 clicks**. Se contarmos os aleatórios, para tentar adivinhar onde estava o mapa, o número sobe consideravelmente. O mapeamento de *clicks* do *mouse* mostra (considere-se que **2 telas** diferentes do portal forma usadas) a trajetória e o fluxo de uso do *hardware*. Lembrando que não se está discutindo aqui a qualidade do mapa da cidade.



Imagem 1: Página da Prefeitura de Florianópolis - Mapa de uso do *mouse*.

Fonte: Confecção própria. Acesso do site em 27-11-2011. Endereço: <www.pmf.sc.gov.br>.

A imagem acima mostra o rastro do *mouse*, com o local dos *clicks* para chegar até o mapa, contando com os *clicks* de uma segunda página (não visualizada ali) e também de *clicks* randômicos para tentar descobrir onde estava o objeto de busca. Quanto mais tempo o ponteiro passa num lugar, maior é a esfera, isso significa lugar onde o usuário parou para pensar onde ir. Ao mesmo tempo é possível ver para onde foi o ponteiro durante a observação.

2. Horário dos ônibus: Escolhido o bairro da praia de Jurerê, qual seria o horário dos ônibus da região, já que não há metrô na cidade? Total: **43 clicks** e não foi possível encontrar os horários dos ônibus ligados ao bairro Jurerê. O elevado número de *clicks* deu-se pelo fato da busca ter sido programada para pessoas que já sabem a empresa de ônibus da linha e já têm uma idéia de qual é o veículo que pode levá-las ao bairro em questão. Bastou **1 click** para chegar à página de horário de ônibus, porém, vários para efetivar o objetivo. Razão: a busca abre janelas de aviso que exigem que se clique "ok". A busca apaga a informação digitada previamente quando há erro ou nada foi encontrado. A busca exige que se escolha uma empresa de ônibus, obrigatoriamente (desnecessário, já que duas empresas não fazem a mesma rota). A busca exige que se clique num botão "buscar". A busca exige que se clique num *radiobutton* antes de digitar no campo. A busca exige que se clique duas vezes no campo de escolha de empresa de ônibus para abrir a caixa e escolher. Por outro lado, o número mínimo de vezes que uma pessoa

precisaria, para achar um ônibus para Jurerê, supondo-se que já tenha algum conhecimento do sistema de empresas, é de **14 clicks**.

3. Guia Turístico: 3 *clicks*. Mais *clicks* são necessários para cada item de interesse.

## CONCLUSÕES

É de certa forma fácil encontrar o portal da prefeitura de Florianópolis. Nota-se que a entidade pública esforçou-se para participar de motores de busca mundiais. Porém, não há contato com redes sociais ativo.

Há um excesso de informação visual na página. Quanto mais links e textos informativos na primeira página, mais complicado é navegar. O que se faz para evitar isso é compartimentar a página, dividi-la em tópicos com títulos. Aparentemente a prefeitura o fez, mas parece ter dado mais importância às notícias do que aos serviços.

O portal possui atalhos para os serviços mais utilizados, o que, de certa forma, torna o processo de busca pela página correta rápido.

A partir daí o grande problema do site é a forma como se administra a página que contém essa informação. Parece que ela não está aparente. O grande número de clicks para se obter a informação após chegar na página mostra que a programação não foi orientada à usabilidade e rapidez. As páginas de informação possuem excesso de opções e usa pouco o método automático de escolha: quando se escolhe uma opção na caixa e automaticamente uma outra abre.

Graficamente e colorimetricamente, o portal é agradável à leitura e passa a impressão de organização e limpeza.

O que falta ao portal é a escolha certa de palavras e a diminuição dos textos no entorno dos menus. Minimizar mais a página principal, já que atualmente ela ocupa praticamente duas telas de computador. Um portal que ocupa mais de uma tela deve ser um portal de conteúdo e não um portal de serviços. Ele deve focar não no usuário médio atual, e sim no habitante padrão (visando longo prazo), e que possui nível inferior de leitura e conhecimento digital.

Apesar da pesquisa ter usado como rede social o Facebook.com, por ser atualmente a rede mais utilizada no Brasil, enquanto o Twitter tem menos de 2,5% de uso, a página da prefeitura parece ter iniciado sua participação nas redes pelo Twitter.

Apesar também do portal ter certas dificuldades na sua programação, há uma riqueza de informação e serviços raramente encontrada. É possível comunicar-se ou saber quase tudo sobre a prefeitura de Florianópolis, o que torna esse portal um dos mais completos do país. Até o email do prefeito e secretários está disposto na página.

Já do ponto de vista do perfil do visitante, caso este seja um habitante da cidade ou proximidades, encontrará com certa facilidade as informações que deseja, se seu conhecimento de informática e sobre a cidade preencher as expectativas dos projetistas. Caso, porém, o indivíduo seja um turista buscando dados, estará levemente frustrado, veja o caso de *clicks* médio para se encontrar o horário de ônibus/metrô na cidade.

Observando páginas de prefeituras pelo Brasil, fica a impressão que os servidores ou empresas partícipes das licitações para confecção dos portais copiaram idéias umas das outras...