

A importância do carregamento

Ninguém gosta de esperar muito por algo. Por padrão, os usuários têm a expectativa de que os produtos digitais vão carregar rapidamente. Quando um produto leva mais de 3 segundos para carregar, os usuários reportam isso como um bug ou erro de sistema. No mundo real podem-se encontrar diversos problemas: internet lenta, código não muito otimizado ou muita informação para carregar. Enquanto usuários mais antigos podem dar uma segunda chance e esperar carregar, a maioria vai simplesmente fechar a plataforma.

Jakob Nielsen, em 1993, já comentava sobre a importância de comunicar aos usuários sobre este tipo de resposta. Ele diz que a indicação de progresso tem vantagens como comunicar para o usuário que o sistema não quebrou e sim está trabalhando para executar a tarefa requisitada. Além disso, a indicação de progresso ideal deve informar o usuário quanto ele vai esperar, para indicar se o usuário consegue ou não realizar outras atividades enquanto espera o carregamento. Por fim mostra algo para o usuário olhar, deixando a experiência menos maçante.

Por isso, para criar uma animação de carregamento ideal, é necessário pensar sobre os seguintes tópicos:

- 1) **Ser utilizada o mínimo possível** - Mesmo que a animação seja divertida e bem feita deve-se lembrar que nenhum usuário gosta de esperar muito tempo para algo acontecer. Ficar mostrando diversas vezes a mesma animação pode deixar os usuários irritados e com isso terem uma experiência pior. Para isso é preciso ter discernimento sobre quando utilizar animações de carregamento e utilizá-las o mínimo possível.
- 2) **Dar uma estimativa de tempo** - É importante mostrar o usuário quanto tempo vai ser gasto para o sistema processar um dado. Assim o designer consegue criar uma expectativa no usuário de quando o carregamento terminará.
- 3) **Explicar para o usuário porque ele precisa esperar** - Não é tão óbvio para os usuários porque os carregamentos estão sendo feitos, por isso é importante deixá-los cientes da razão por qual está sendo utilizada uma página de carregamento.
- 4) **Deixar o processo menos frustrante** - Isso pode ser feito utilizando uma animação bem feita que prenda a atenção do usuário, divertindo-o.
- 5) **Enfatizando a marca e a voz da empresa** - Já que o usuário terá que encarar um processo de espera de carregamento de conteúdo é bom que esse momento seja aproveitado para falar sobre a marca que o usuário está interagindo.