

Testando os atributos

O [NNGroup](https://www.nngroup.com/) (<https://www.nngroup.com/>), famoso por apresentar diversos artigos sobre usabilidade e experiência do usuário, apresenta 3 formas de testarmos os atributos da informação, que são divididos por pilares.

Legibilidade

Existem alguns pontos que podemos trabalhar para uma melhor legibilidade, como:

- Fontes em tamanho agradável para a leitura. Evite fontes muito pequenas, pois prejudicam a acessibilidade para pessoas com visão comprometida e também para manter um conforto na leitura.
- Ofereça um [bom contraste](https://www.des1gnon.com/2017/11/usar-contraste-de-cor/) (<https://www.des1gnon.com/2017/11/usar-contraste-de-cor/>) entre a fonte e o plano de fundo. Use, preferencialmente, planos de fundo com menos detalhes, para evitar o desconforto visual na leitura.
- Use fontes mais limpas e simples, escolhendo bem [para cada tipo de projeto](https://comunidade.rockcontent.com/como-escolher-a-melhor-fonte/) (<https://comunidade.rockcontent.com/como-escolher-a-melhor-fonte/>).

Testando a legibilidade

Segundo o grupo, uma boa forma de testar a legibilidade é metrificando a velocidade com que o texto é lido por um usuário comum. Mas como cada pessoa lê em velocidades muito diferentes, o ideal é criar contextos diferentes (ou seja, diferentes exemplos de leitura com apresentações diferentes do texto) para a mesma pessoa, analisar essas métricas individuais e, então, comparar o desempenho geral.

Curiosidade: Existe um artigo bem interessante contando a experiência do grupo [medindo a velocidade de leitura em iPad e Kindle](https://www.nngroup.com/articles/ipad-and-kindle-reading-speeds/) (<https://www.nngroup.com/articles/ipad-and-kindle-reading-speeds/>).

Visibilidade

Quando falamos em visibilidade estamos tratando tanto da parte visual de apresentação do texto quanto da forma como esse texto foi construído. Por exemplo, se criamos textos muito longos, com longos períodos e palavras rebuscadas, aumentamos a dificuldade de leitura para o usuário e, portanto, da visibilidade desse texto. Para isso, há algumas dicas também:

- Use palavras simples e claras. Evite termos muito rebuscados.
- Invista em períodos curtos.
- Use frases com voz ativa, e não a voz passiva.
- Escreva para todos utilizando um vocabulário comum para uma margem maior de pessoas. Assim, englobamos um maior número de pessoas na informação.

Testando a visibilidade

Os testes, no geral, são feitos com base no quanto longas são as palavras e as sentenças. Isso porque é menos comum em uma linguagem, além de ser mais difícil de dividir as informações. Existe uma [ferramenta do Pacote Office](https://support.office.com/pt-br/article/testar-a-legibilidade-do-documento-85b4969e-e80a-4777-8dd3-f7fc3c8b3fd2) (<https://support.office.com/pt-br/article/testar-a-legibilidade-do-documento-85b4969e-e80a-4777-8dd3-f7fc3c8b3fd2>), que utiliza uma fórmula de [Flesch-Kincaid](https://support.office.com/pt-br/article/testar-a-legibilidade-do-documento-85b4969e-e80a-4777-8dd3-f7fc3c8b3fd2#_toc342546558) (https://support.office.com/pt-br/article/testar-a-legibilidade-do-documento-85b4969e-e80a-4777-8dd3-f7fc3c8b3fd2#_toc342546558), mas existem também [algumas outras fórmulas](#).

(<http://www.readabilityformulas.com/fry-graph-readability-formula.php>) para metrificar. Vale ressaltar que são métricas aproximadas do que queremos interpretar.

Compreensão

Os principais pontos para a compreensão são:

- Use uma linguagem centrada no usuário.
- Se o público for muito específico, use a linguagem específica desse público.
- Escreva baseado na [pirâmide invertida](https://www.nngroup.com/articles/inverted-pyramid/) (<https://www.nngroup.com/articles/inverted-pyramid/>), apresentando primeiro uma visão geral do contexto.
- Diminua a carga cognitiva para a memória e compreensão da informação.
- Para telas menores, cuide para textos serem ainda mais sucintos e claros.

Testando a compreensão

Para mensurar a compreensão dos textos, podemos utilizar desde os testes de pesquisa para usabilidade até algo mais específico, como o Cloze test, que propõe adicionar lacunas em fragmentos de texto e pedir ao usuário para inserir a palavra que acredita caber ali. O [podcast do UXLab](https://open.spotify.com/episode/05qlzt7wBWpGPCgmrn75RV) (<https://open.spotify.com/episode/05qlzt7wBWpGPCgmrn75RV>), com a participação de Bruno Rodrigues (influente na parte de webwriting), fala um pouco mais de testes possíveis de realizar.

Existe também [um case legal](https://medium.com/uxcopy-co/%C3%A9-s%C3%A3-uma-frase-um-pequeno-caso-de-ux-writing-4201dfa13b08) (<https://medium.com/uxcopy-co/%C3%A9-s%C3%A3-uma-frase-um-pequeno-caso-de-ux-writing-4201dfa13b08>) de como modificaram e testaram o conteúdo do produto.