

**FUNDAÇÃO ESCOLA DE SOCIOLOGIA E POLÍTICA DE SÃO PAULO**  
**Escola de Sociologia e Política de São Paulo**  
**BIBLIOTECONOMIA**

Erika Andrade Moino de Sousa

*Checklist* para a avaliação dos sistemas da Arquitetura da Informação em conjunto  
com as heurísticas de Nielsen em plataformas de *streaming* de vídeos

São Paulo  
2025

Erika Andrade Moino de Sousa

*Checklist* para a avaliação dos sistemas da Arquitetura da Informação em conjunto com as heurísticas de Nielsen em plataformas de *streaming* de vídeos

Monografia apresentada à Escola de Sociologia e Política de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia e Ciência da Informação, sob a orientação do professor Esp. Wellington Ferreira Rodrigues.

São Paulo

2025

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo-na-Publicação – Biblioteca FESPSP

006.7

S725c Sousa, Erika Andrade Moino de.

Checklist para a avaliação dos sistemas da arquitetura da informação em conjunto com as heurísticas de Nielsen em plataformas de streaming de vídeos / Erika Andrade Moino de Sousa. – 2025.

90 p. : il. ; 30 cm.

Orientador: Prof. Esp. Wellington Ferreira Rodrigues.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Biblioteconomia) – Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo.

Bibliografia: p. 84-88.

1. Arquitetura da informação. 2. Sistemas da arquitetura da informação. 3. Plataforma de streaming. 4. Heurísticas.  
I. Rodrigues, Wellington Ferreira, orientador. II. Título.

CDD 23: Arquitetura da informação 006.7  
Bibliotecário: Ederson Ferreira Crispim CRB-8/9724

Erika Andrade Moino de Sousa

*Checklist* para a avaliação dos sistemas da Arquitetura da Informação em conjunto com as heurísticas de Nielsen em plataformas de *streaming* de vídeos

Monografia apresentada à Escola de Sociologia e Política de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia e Ciência da Informação, sob a orientação do professor Esp. Wellington Ferreira Rodrigues.

Data da aprovação: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

Banca examinadora ou pareceristas:

---

Professora Dr<sup>a</sup>. Angela Halen Claro Franco  
Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo

---

Professora Dr<sup>a</sup>. Isabel Cristina Ayres da Silva Maringelli  
Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo

---

Professor Esp. Wellington Ferreira Rodrigues  
Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço ao meu orientador, professor Wellington Ferreira Rodrigues, por todo o apoio e parceria durante a jornada de desenvolvimento deste trabalho, desempenhado tal função com dedicação às leituras e recomendações valiosas para a produção desta pesquisa.

Agradeço às professoras Dr<sup>a</sup>. Angela Halen Claro Franco e Dr<sup>a</sup>. Isabel Cristina Ayres da Silva Maringelli, pela disponibilidade de tempo empenhado na avaliação deste trabalho e pelas sugestões que foram de suma importância para sua elaboração e apuramento.

## RESUMO

Considerando o crescimento das plataformas de *streaming* de vídeos e a necessidade de organização eficiente de conteúdos digitais, objetivou-se desenvolver um checklist para a avaliação da Arquitetura da Informação em plataformas de *streaming* de vídeos do modelo *web*, com base nos sistemas da Arquitetura da Informação em conjunto com as heurísticas de Nielsen, propondo auxiliar profissionais da Biblioteconomia, Ciência da Informação e profissionais de experiência de usuários na identificação de boas práticas e possíveis melhorias na usabilidade aos usuários desses ambientes digitais. Para tanto, procedeu-se à abordagem exploratória, sendo analisadas duas plataformas: Netflix e Amazon Prime Video. Utilizou-se de revisão bibliográfica dos conceitos de Arquitetura da Informação e seus sistemas, usabilidade e heurísticas, focando em Nielsen, além da análise comparativa das plataformas selecionadas para o desenvolvimento do *checklist*. Desse modo, observa-se que as fontes levantadas e apresentadas foram de suma importância para a sua elaboração, abordando aspectos históricos, definições, princípios e diretrizes dos temas relacionados aos sistemas da Arquitetura da Informação e as heurísticas de Nielsen. O *checklist* foi desenvolvido com 21 questões estruturadas, com uma escala de Likert para avaliação de cada item. Nas considerações finais, salientamos que os princípios da Arquitetura da Informação em conjunto com as heurísticas de Nielsen, podem favorecer para a criação de ferramentas de avaliação de ambientes digitais, tais como as plataformas de *streaming* de vídeos.

Palavras-chave: Arquitetura da Informação; sistemas da Arquitetura da Informação; plataforma de streaming; heurísticas.

## **ABSTRACT**

Considering the growth of video streaming platforms and the need for efficient organization of digital content, this study aimed to develop a checklist for evaluating Information Architecture in web-based video streaming platforms. Based on Information Architecture systems and Nielsen's heuristics, the goal is to assist professionals in Library Science, Information Science, and user experience in identifying best practices and potential usability improvements for users of these digital environments. To this end, an exploratory approach was used, analyzing two platforms: Netflix and Amazon Prime Video. A literature review of Information Architecture concepts and systems, usability, and heuristics was conducted, focusing on Nielsen, in addition to a comparative analysis of the platforms selected for the checklist's development. Thus, the sources identified and presented were of paramount importance for its elaboration, addressing historical aspects, definitions, principles, and guidelines related to Information Architecture systems and Nielsen's heuristics. The checklist was developed with 21 structured questions, with a Likert scale for evaluating each item. In the final considerations, we emphasize that the principles of Information Architecture, together with Nielsen's heuristics, can favor the creation of tools for evaluating digital environments, such as video streaming platforms.

**Keywords:** Information Architecture; Information Architecture systems; streaming platform; heuristics.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Metodologia de Arquitetura da Informação de Rosenfeld e Morville	19
Figura 2 – Exemplo de <i>wireframe</i> para um projeto de <i>website</i>	20
Figura 3 – Exemplo de esquema exato alfabético	23
Figura 4 – Exemplo de esquema exato cronológico	23
Figura 5 – Exemplo de esquema exato geográfico	24
Figura 6 – Exemplo de esquema exato por sequência	25
Figura 7 – Exemplos de modelos de estruturas hierárquicas	26
Figura 8 – Exemplo de rede de conexões hipertextuais	27
Figura 9 – Esquema de base de dados relacional	28
Figura 10 – Exemplo de sistema de rotulagem	30
Figura 11 – Exemplo de sistema de navegação	31
Figura 12 – Página inicial da Netflix	48
Figura 13 – Página de <i>login</i> da Netflix	49
Figura 14 – Página inicial da Netflix para o usuário logado	50
Figura 15 – Página de navegação por idiomas da Netflix	50
Figura 16 – Carrosséis de destaque por categorias da Netflix	51
Figura 17 – Janela “ver tudo” da Netflix	52
Figura 18 – Esquemas de organização por sequência da janela “ver tudo”	52
Figura 19 – Rodapé da Netflix	53
Figura 20 – Pré-visualização da série “Lupin” na Netflix	54
Figura 21 – Janela de “mais informações” da série “Lupin” na Netflix	55
Figura 22 – Esquema de organização por sequência para episódios na Netflix	55
Figura 23 – Títulos semelhantes de série/filme na Netflix	56
Figura 24 – “Trailers e mais” da série “Lupin” na Netflix	57
Figura 25 – “Sobre” a série “Lupin” na Netflix	58
Figura 26 – Barra de busca da Netflix	58
Figura 27 – Página de resultados de busca da Netflix	59
Figura 28 – Página inicial da Prime Video	61
Figura 29 – Página de <i>login</i> da Prime Video	62
Figura 30 – Página inicial da Prime Video para usuário logado	63
Figura 31 – Categorias de “Gêneros” e “Coleções de destaque” da Prime Video	63
Figura 32 – Página de categorias da Prime Video	64

Figura 33 – Página da categoria “Ação e aventura” da Prime Video	65
Figura 34 – Guia de canais de esportes da Prime Video	65
Figura 35 – Rodapé da Prime Video	66
Figura 36 – Página “Esportes” da Prime Video	67
Figura 37 – Pré-visualização do filme “Incursão Alienígena” na Prime Video	68
Figura 38 – Página sobre o filme “Incursão alienígena” na Prime Video	69
Figura 39 – Detalhes do filme “Incursão alienígena” na Prime Video	69
Figura 40 – Barra de busca da Prime Video	70
Figura 41 – Página de resultados do termo “jogador” da Prime Video	71
Figura 42 – Carrosséis de destaque por categoria da Prime Video	71
Figura 43 – Página “veja mais” da Prime Video	72
Figura 44 – Episódios da série “Nível secreto” na Prime Video	73

## LISTA DE SIGLAS

AFP	Agence France-Presse
AI	Arquitetura da Informação
FESPSP	Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>10</b>
<b>2</b>	<b>ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO</b>	<b>17</b>
<b>3</b>	<b>SISTEMAS DA ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO</b>	<b>21</b>
<b>3.1</b>	<b>Sistema de organização</b>	<b>21</b>
<b>3.2</b>	<b>Sistema de rotulagem</b>	<b>29</b>
<b>3.3</b>	<b>Sistema de navegação</b>	<b>31</b>
<b>3.4</b>	<b>Sistema de busca</b>	<b>33</b>
<b>4</b>	<b>USABILIDADE E HEURÍSTICAS</b>	<b>35</b>
<b>4.1</b>	<b>Heurísticas de Nielsen</b>	<b>38</b>
4.1.1	Visibilidade do status do sistema	39
4.1.2	Correspondência entre o sistema e o mundo real	39
4.1.3	Controle e liberdade do usuário	40
4.1.4	Consistência e padrões	40
4.1.5	Prevenção de erros	41
4.1.6	Reconhecimento em vez de recordação	41
4.1.7	Flexibilidade e eficiência de uso	42
4.1.8	Design estético e minimalista	43
4.1.9	Ajude os usuários a reconhecer, diagnosticar e se recuperar de erros	43
4.1.10	Ajuda e documentação	44
<b>5</b>	<b>APRESENTAÇÃO DAS PLATAFORMAS DE STREAMING DE VÍDEOS</b>	<b>45</b>
<b>5.1</b>	<b>Netflix</b>	<b>46</b>
<b>5.2</b>	<b>Amazon Prime Video</b>	<b>59</b>
<b>5.3</b>	<b>Comparação entre as plataformas selecionadas</b>	<b>73</b>
<b>6</b>	<b>DESENVOLVIMENTO DO CHECKLIST</b>	<b>75</b>
<b>7</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>82</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>84</b>
	<b>APÊNDICE A – CHECKLIST PARA A AVALIAÇÃO DOS SISTEMAS DA ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO EM CONJUNTO COM AS HEURÍSTICAS DE NIELSEN EM PLATAFORMAS DE STREAMING DE VÍDEOS</b>	<b>89</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Devido ao crescimento exponencial das plataformas de *streaming*, que possibilitam a reprodução imediata de vídeos e músicas sem a necessidade de *download* prévio, a organização de seus conteúdos digitais, as categorias utilizadas para caracterizar suas seções, como é feita a navegação em seus catálogos e a forma que seus conteúdos são buscados, tornam-se fatores importantes para a qualidade da experiência do usuário que assina serviços de *streaming* (Firmino; Faria, 2023).

Nesse sentido, a Arquitetura da Informação (AI) surge como uma ferramenta chave, para auxiliar na estruturação e categorização dos conteúdos de maneira que os usuários possam encontrar com eficácia e facilidade o que necessitam, no caso das plataformas *streaming* de vídeos, o que gostariam de assistir (Pessoa, 2024).

O presente trabalho insere-se na linha de pesquisa “Informação e Tecnologia” e propôs analisar os aspectos tecnológicos da gestão de conteúdos informacionais de plataformas de *streaming* de vídeos para o desenvolvimento de um *checklist* capaz de avaliar estes ambientes digitais, relacionados à Arquitetura da Informação.

No campo da Biblioteconomia e Ciência da Informação, a Arquitetura da Informação é fundamental para garantir a recuperação eficaz da informação e a usabilidade das interfaces digitais. Nesse contexto, a avaliação da AI em plataformas de *streaming* de vídeos é um tema relevante, pois permite identificar possíveis barreiras que dificultam a experiência do usuário e problemas com base nos princípios consolidados da área.

Com a pesquisa, foi desenvolvido um *checklist* para avaliar a Arquitetura da Informação em plataformas de *streaming* de vídeos, com enfoque no modelo *web* desses serviços, considerando quatro sistemas essenciais – sistema de organização, sistema de navegação, sistema de rotulagem e sistema de busca – além das heurísticas de Nielsen. O *checklist* visa oferecer um instrumento de análise estruturado, capaz de auxiliar profissionais da Biblioteconomia e Ciência da Informação, profissionais de experiência de usuário e desenvolvedores de *software* na identificação de boas práticas e possíveis falhas nesses ambientes digitais, promovendo uma boa experiência de usuário aos assinantes de serviços de *streaming*.

Com o rápido avanço das tecnologias digitais e o aumento significativo na quantidade de informações disponíveis, as plataformas digitais enfrentam um desafio de organizar seus conteúdos de forma eficiente. No caso das plataformas de *streaming* de vídeos, ambientes informacionais digitais que reúnem uma ampla gama de informações com o propósito de reduzir suas necessidades, como filmes, séries, documentários, entre outros, a forma como a informação é organizada, navegada, rotulada e buscada tornam-se fatores essenciais para o engajamento do público. Isso exige a aplicação dos princípios da Arquitetura da Informação, que busca estruturar e categorizar conteúdos de maneira clara e funcional (Camargo; Vidotti, 2011, p. 43).

O consumo crescente de *streaming*, combinado com a popularização dos dispositivos móveis, criou um cenário competitivo para as plataformas digitais. Além de disponibilizar um catálogo vasto, essas plataformas precisam garantir que os usuários encontrem facilmente o que procuram (Firmino; Faria, 2023). Isso inclui oferecer mecanismos de busca eficientes, categorias bem organizadas e interfaces que priorizem uma navegação intuitiva. No entanto, falhas na disposição dessas informações podem levar a uma experiência negativa, afastando usuários e reduzindo sua fidelidade à plataforma.

A Arquitetura da Informação, conforme a definição dos autores Rosenfeld e Morville (2006), é o ato de estruturar, organizar e rotular conteúdos de maneira eficaz para ajudar os usuários a encontrar e gerenciar informações. No contexto de plataformas de *streaming*, esses princípios tornam-se especialmente relevantes, considerando a vasta gama de conteúdos oferecidos pelos serviços e a necessidade de apresentar uma navegação de forma espontânea e sem erros para os assinantes.

Um desafio relevante é equilibrar a quantidade de conteúdo disponível com uma organização clara e acessível. As plataformas de *streaming* de vídeos podem enfrentar problemas como a sobrecarga de informações, que dificulta a tomada de decisão dos usuários, e uma estrutura que nem sempre facilita o acesso ao que é desejado. Navegações confusas e buscas pouco eficazes podem desorientar os usuários, comprometendo a interação com a plataforma.

O problema central desta pesquisa residiu na ausência de um *checklist* estruturado que auxilie na avaliação da Arquitetura da Informação em plataformas de *streaming* de vídeos do modelo *web*, considerando aspectos fundamentais como

sistema de organização, sistema de navegação, sistema de rotulagem e sistema de busca. Esses componentes são cruciais para determinar se a informação está acessível de maneira intuitiva e eficiente. Além disso, as heurísticas de Jakob Nielsen (2024), criadas em 1990 e refinadas em 1994, podem fornecer critérios complementares para a análise da qualidade da interface e da interação dos usuários com essas plataformas.

O estudo de Łukasz Krawiec e Helena Dudycz (2020) compara as heurísticas de Nielsen com outras 9 heurísticas, revelando que a proposta de Nielsen, mesmo com o passar dos anos, ainda é pertinente quando se trata de avaliar a qualidade de interfaces, por ser a referência padrão no desenvolvimentos das 9 heurísticas analisadas. Por este motivo, optou-se utilizar as heurísticas de Nielsen para este trabalho.

Esta pesquisa apresenta relevância para a área da Biblioteconomia e Ciência da Informação visto que a Arquitetura da Informação está presente na formação de profissionais bibliotecários e cientistas da informação que realizam a organização e gerenciamento de informações não somente em ambientes analógicos, mas também em ambientes digitais. Além disso, existem outros trabalhos que abordaram a mesma temática, como por exemplo: “A arquitetura da informação para avaliação de bibliotecas digitais: uma proposta de *checklist*” da autora Silva (2024), “*Checklist* de acessibilidade *web*: ferramenta para avaliação de ambientes informacionais” da autora Amaral (2024), “Arquitetura da informação: aplicada ao desenvolvimento de gerenciador *web* para gestão de bibliotecas” da autora Teixeira (2021), “Arquitetura da informação em bibliotecas digitais: uma abordagem da Ciência da Informação e da Biblioteconomia” de Nonato *et al.* (2008).

A literatura acadêmica apresenta poucas referências à integração do campo da Ciência da Informação no contexto de plataformas de *streaming*. No entanto, existem alguns estudos que analisam aspectos relacionados à organização e navegação informacional em *sites* e alguns produtos digitais específicos. Para plataformas de *streaming* de vídeos, representa uma boa oportunidade para explorar soluções que possam beneficiar outras plataformas.

Deste modo, a questão central que norteou este estudo foi: Como os sistemas da Arquitetura da informação em conjunto com as heurísticas de Nielsen podem colaborar para a avaliação e aprimoramento de plataformas de *streaming* de vídeos do modelo *web*?

Ao abordar esta questão, permitiu fornecer subsídios através de um *checklist*, com o intuito de servir como uma ferramenta para facilitar a análise da usabilidade e da estrutura informacional das plataformas de *streaming* de vídeos do modelo *web*, auxiliando pesquisadores e profissionais da área na avaliação de interfaces digitais voltadas ao consumo de conteúdo audiovisual. Ao final, espera-se que a pesquisa contribua para uma melhor compreensão das boas práticas e desafios na organização da informação em plataformas de *streaming*, oferecendo uma metodologia sistemática para sua avaliação.

O objetivo geral desta pesquisa foi desenvolver um *checklist* com base nos sistemas da Arquitetura da Informação em conjunto com as heurísticas de usabilidade de Nielsen para colaborar com a avaliação e aprimoramento de plataformas de *streaming* de vídeos do modelo *web*.

Os objetivos específicos tiveram como propósito abordar os seguintes aspectos:

- a) Apresentar os conceitos relacionados à Arquitetura da informação e seus sistemas.
- b) Apresentar os conceitos de usabilidade e as heurísticas de Nielsen.
- c) Apresentar e comparar as interfaces do modelo *web* das plataformas Netflix e Amazon Prime Video, com enfoque nos sistemas da arquitetura da informação.
- d) Desenvolver um *checklist* teórico baseado nos sistemas da AI, na aplicabilidade das heurísticas de Nielsen e na análise comparativa das plataformas selecionadas.

A pesquisa deste trabalho é de natureza básica estratégica, caracterizado pelo autor Gil (2022, p.26) em propor soluções para problemas sobre determinado tema, neste contexto, nos sistemas de organização, navegação, busca e rotulagem em plataformas de *streaming* de vídeos do modelo *web* por meio de um *checklist* acerca da aplicação dos sistemas da Arquitetura da Informação e as heurísticas de Nielsen.

Por meio da abordagem exploratória, caracterizada, segundo o autor Martins (2000, p. 30), pela “[...] busca de maiores informações sobre determinado assunto”, o estudo analisará os aspectos dos sistemas da Arquitetura da Informação e a usabilidade em duas plataformas específicas: Netflix e Amazon Prime Video.

A escolha das plataformas selecionadas deve-se ao fato de serem os serviços de *streaming* de vídeos com os maiores números de assinantes no mundo, de acordo com a recente matéria do Jornal da Fronteira (2025). Segundo a publicação, a Netflix lidera com aproximadamente 302 milhões de assinantes, enquanto, em segundo lugar, o Amazon Prime Video supera a marca de 200 milhões. Estas plataformas passam por modificações a fim de disponibilizar correções e promover atualizações.

Nesse cenário, as interfaces do modelo *web* foram acessadas através de seus *sites* pelo computador, utilizando o navegador *Google Chrome*, para a realização de uma análise comparativa, visando, conforme Martins (2000, p.27), investigar vários casos, descobrindo o que há em comum entre eles. Sendo assim, serão apresentadas e comparadas as abordagens adotadas nas interfaces das plataformas do modelo *web* pelos serviços de *streaming* de vídeos selecionados, considerando fatores como a clareza das rotas de navegação, a consistência da nomenclatura utilizada para categorias e filtros, e a eficiência dos sistemas de busca, de modo que os padrões em comum dos ambientes digitais sejam inseridos no *checklist* como método de validação.

A identificação da aplicabilidade das heurísticas de usabilidade de Nielsen será realizada a partir da avaliação sistemática das plataformas com base nos dez princípios estabelecidos pelo autor. Assim, foi desenvolvido um *checklist* no qual partiu do estudo de cada heurística em relação à interface da Netflix e Amazon Prime Video, facilitando a análise da Arquitetura da Informação em serviços de *streaming* de vídeos.

A fundamentação deste trabalho foi realizada através da pesquisa bibliográfica, tendo como finalidade, definida pelas autoras Marconi e Lakatos (2018), a familiarização com a bibliografia previamente escrita sobre o assunto de estudo, pela consulta de livros, revistas, jornais, teses, monografias, entre outras fontes bibliográficas.

Para o levantamento das fontes, foram utilizadas as palavras-chave, em português, como “arquitetura da informação”, “sistemas da arquitetura da informação”, “sistemas de organização”, “sistemas de rotulagem”, “sistemas de navegação”, “sistemas de busca”, “usabilidade”, “heurísticas”, “heurísticas de Nielsen”, “plataformas digitais”, “plataformas de *streaming*” e “plataforma de

*streaming* de vídeos”, e em inglês, como “*heuristics*” e “*Nielsen heuristics*”. Também, a pesquisa foi delimitada pelo período de 1991 a 2025.

Após estabelecer estes critérios para o levantamento bibliográfico, foram realizadas consultas no catálogo *online* da biblioteca da Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo (FESPSP), e nas interfaces de pesquisa SciELO e Brapci. Fontes de autores e autoras referentes a Arquitetura da Informação foram encontradas, como Camargo e Vidotti (2011), Luz (2020), Morville e Rosenfeld (2006), Wurman (1991; 2005), Nonato *et al.* (2008), Reis (2022), Coneglian *et al.* (2019), e Nielsen e Loranger (2007).

O levantamento bibliográfico favoreceu a realização dos objetivos específicos que abordaram as apresentações dos conceitos de Arquitetura da Informação e seus sistemas, e de usabilidade e heurísticas, com enfoque em Nielsen. Os conceitos apresentados foram fundamentais para a identificação dos critérios utilizados para o desenvolvimento do *checklist*.

Com base nesses elementos, a estrutura final do *checklist* foi organizada de forma hierárquica, garantindo que cada aspecto analisado esteja devidamente categorizado e relacionado aos princípios teóricos da AI. Além da listagem dos itens avaliativos, o *checklist* incluiu uma escala de Likert para classificar o grau de compatibilidade das plataformas com os critérios analisados.

A escala de Likert, idealizada por Rensis Likert (1932), é um método de escalonamento que o autor propôs para analisar a satisfação de grupos de pessoas sobre determinado assunto, com base em perguntas com alternativas atribuídas valores de um até cinco, sendo que, cada uma das duas extremidades tenham valores opostos, como por exemplo, “totalmente insatisfatório” e “totalmente satisfatório”.

Dando seguimento a pesquisa, as próximas seções pretenderam atingir os objetivos específicos deste trabalho. Na seção dois são apresentados os conceitos de Arquitetura da Informação. Na seção três são apresentados os conceitos dos sistemas da Arquitetura da Informação. Na seção quatro são apresentados os conceitos de usabilidade e as heurísticas de Nielsen. Na seção cinco é apresentado um breve histórico das plataformas de *streaming* de vídeos, com duas subseções que trouxeram o enfoque na apresentação dos sistemas da Arquitetura da Informação da Netflix e Amazon Prime Video e uma terceira subseção para a análise comparativa das plataformas. Na seção seis é apresentado como ocorreu o

desenvolvimento do *checklist*. Por último, na seção sete são apresentadas as considerações finais desta pesquisa.

## 2 ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO

Richard Saul Wurman, arquiteto e *designer*, criou o termo Arquitetura da Informação em 1976. A intenção de Wurman seria organizar a grande quantidade de informações produzidas pelo homem, as quais eram produzidas sem preocupação com a ordem em que seriam dispostas. Wurman definiu que a finalidade da AI seria de organizar o conteúdo em guias de viagem, com mapas de regiões, por categorias de lugares para visitar (Luz, 2020, p. 18).

Essa metáfora de Wurman (1991, p. 281) consiste que os mapas de regiões têm como objetivo indicar informações, não somente para representar graficamente um local, mas além disso, que possuem várias formas como guias, lista, pedidos, informes, gráficos, entre outros.

Portanto, mapas de regiões, ou mapas de informações, têm como finalidade organizar as informações de forma que os usuários acessem com facilidade, projetando ambientes digitais organizados e estruturados, assim como na arquitetura tradicional, que preza pela boa aparência, estética e funcionalidade (Camargo; Vidotti, 2011, p. 17-18).

O termo Arquitetura da Informação foi popularizado por Wurman durante uma conferência que organizou em 1976, intitulada "*National Conference of the American Institute of Architects*" com o seu tema principal "*The Information Architecture*" (Camargo; Vidotti, 2011, p. 5).

Wurman (2005, p. 23) ainda menciona que até pouco tempo seus colegas de profissão não haviam abraçado a conceituação e o termo "arquitetura da informação", mas recentemente de forma natural foram-se denominando como "arquitetos da informação".

Os livros da autoria de Wurman que auxiliaram a difundir o conceito de Arquitetura da Informação foram: "Ansiedade de informação: como transformar informação em compreensão", "*Information Architects*" e "Ansiedade de informação 2: um guia para quem comunica e dá instruções".

Com a criação da *web* na década de 1990, Peter Morville e Louis Rosenfeld, bibliotecários americanos, começaram a atuar no planejamento de ambientes digitais. O resultado deste trabalho foi, em 1998, o lançamento do livro "*Information Architecture for the World Wide Web*", o qual consolidou toda a técnica da Arquitetura da Informação (Luz, 2020, p. 27).

No livro, apelidado pelos profissionais da área como “livro do urso polar” por ter o animal ilustrando a capa, Rosenfeld e Morville (2006) definem como Arquitetura da Informação a prática de estruturar, organizar e rotular conteúdos de forma eficiente, ajudando os usuários a encontrarem informações e conduzirem a maneira como elas serão buscadas. Sendo assim, as informações de ambientes digitais podem ser encontradas com auxílio de rótulos, filtros, ícones, entre outros, fazendo parte dos sistemas da Arquitetura da Informação, que serão apresentados na seção 3 deste trabalho.

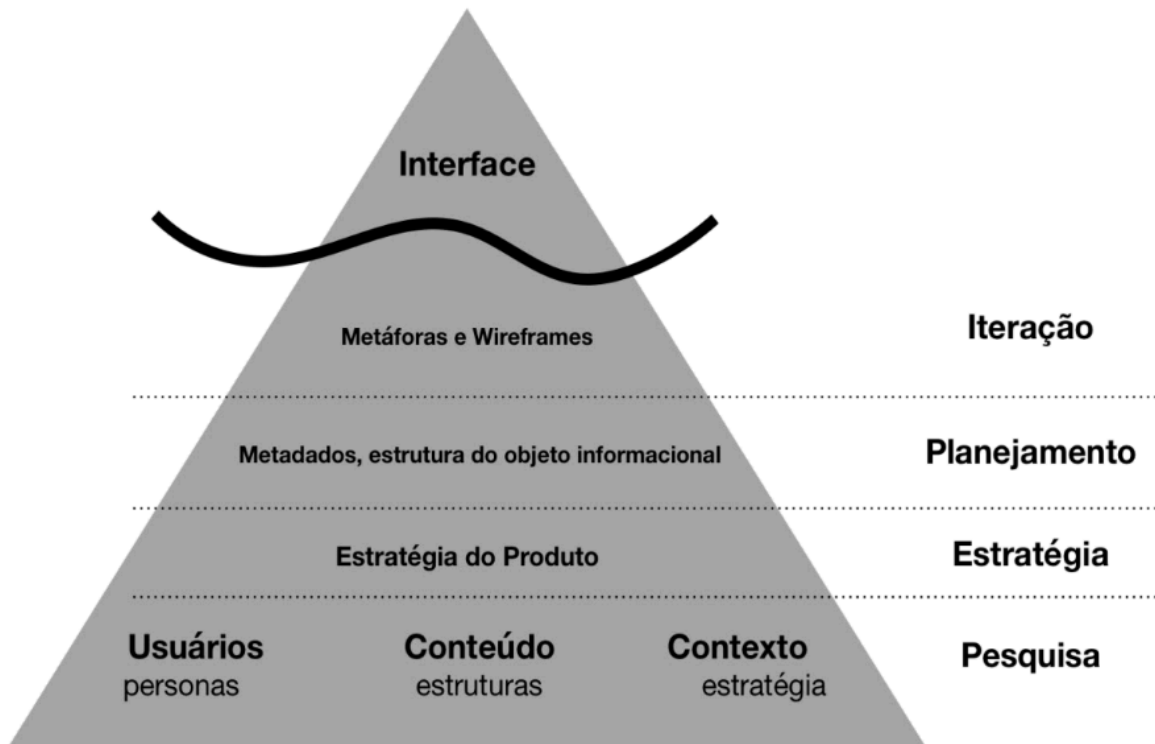
A Arquitetura da Informação é importante para a estruturação de ambientes digitais, gestão da informação e do conhecimento, como defendida por Camargo e Vidotti (2011, p. 4). Ambientes informacionais digitais, que também podem ser referidos como "sistemas, sistemas de informação, *sites*, *websites*, portais, espaços de informação, ambientes de informação, ambiente digital, *software*, aplicações etc.", são locais para reunir informações de forma que as necessidades por elas sejam reduzidas (Camargo; Vidotti, 2011, p. 43).

Três componentes essenciais incluem um projeto de Arquitetura da Informação, sendo eles o conteúdo, o contexto e o usuário, assim como Camargo e Vidotti (2011, p. 32) citam Morville e Rosenfeld (2006). Dessa forma, o Arquiteto da Informação deverá efetuar os levantamentos sobre o que será oferecido aos usuários, o conteúdo que será disponibilizado visualmente para eles e para que o produto será usado (Luz, 2020, p. 27-28).

Através deste levantamento, Luz (2020, p. 28) ressalta que será possível criar as estratégias do projeto, esquemas de classificação e modelos do projeto da Arquitetura de Informação. Portanto, "a hierarquia ou classificação da informação só é eficiente quando o Arquiteto da Informação compreender os objetivos de negócio e os assuntos relacionados a ele".

Considerando os aspectos citados acima, Morville e Rosenfeld (2006) afirmam que a Arquitetura da Informação é um trabalho invisível, sendo que os usuários apenas enxergam a interface que está acima desse trabalho como se fosse uma linha que os separam (ver Figura 1 a seguir).

Figura 1 – Metodologia de Arquitetura da Informação de Rosenfeld e Morville

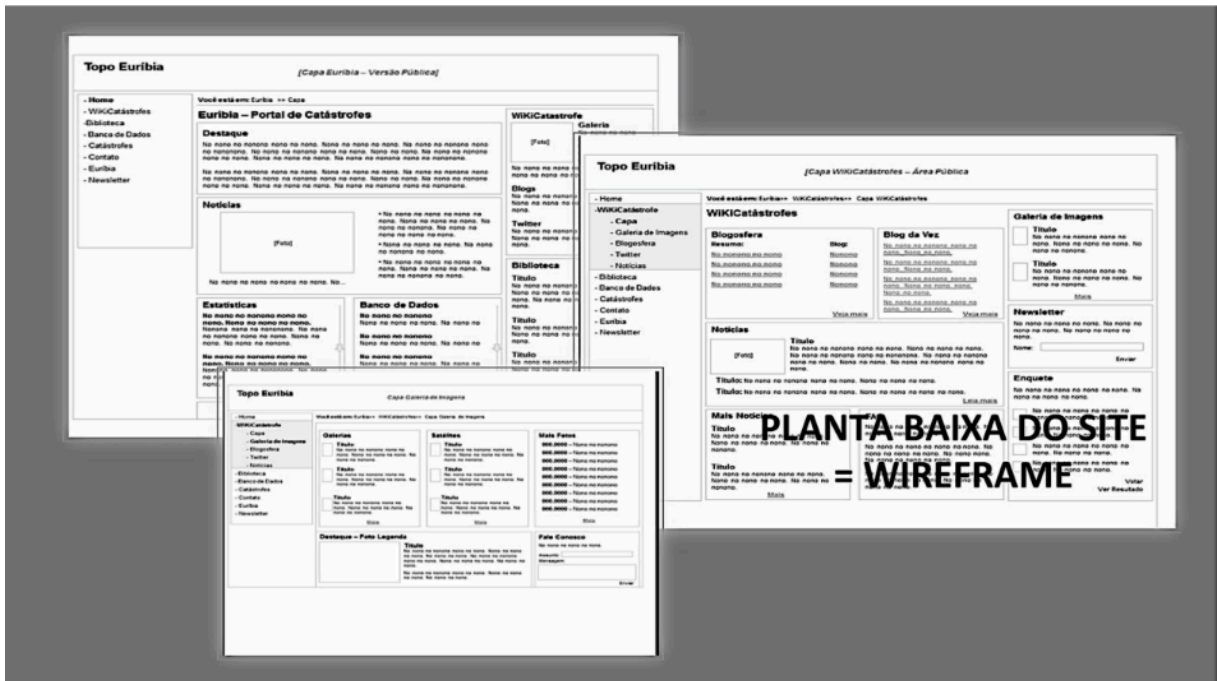


Fonte: Luz (2020, p. 28).

Uma parte da metodologia da AI são os entregáveis de um projeto, que consistem na elaboração de instrumentos de organização da AI, como por exemplo o mapa de Arquitetura da Informação, para se planejar como as páginas de um ambiente digital serão vistas pelos usuários e a disponibilidade de seu conteúdo. Assim, pode-se priorizar os assuntos pertinentes ao tema do projeto e a forma como o sistema será navegado (Luz, 2020, p. 29).

Ainda fazem parte dos entregáveis: *blueprints*, *wireframes*, esquemas de metadados e vocabulários controlados. Os entregáveis da AI são importantes, pois servem como registros da equipe que podem ser revistos para encontrar e resolver problemas de *design* de um projeto (Morville; Rosenfeld, 2006).

Figura 2 – Exemplo de *wireframe* para um projeto de *website*



Fonte: Luz (2020, p. 30).

Morville e Rosenfeld (2006, p. 8) mostram alguns exemplos de como um arquiteto da informação pode se referir a outras pessoas. Vale ressaltar o primeiro, indicando que o arquiteto da informação é o profissional que visa organizar uma grande massa de informações de ambientes digitais para que os usuários encontrem o que realmente buscam, tal como um bibliotecário da internet.

Ao final desta seção, entende-se que a Arquitetura da Informação possui ferramentas para garantir que as buscas por informações em ambientes digitais sejam efetuadas com precisão, ou seja, garante que o usuário encontrará de forma rápida e objetiva o que procura. Bem como, para desenvolvedores de interfaces digitais disponibilizarem em suas páginas recursos de busca que exponham de maneira assertiva e clara aquilo que o usuário está buscando.

A próxima seção discorrerá sobre os conceitos dos sistemas da Arquitetura da Informação, componentes fundamentais para a Arquitetura da Informação e o foco deste trabalho, abordando cada um de seus sistemas em quatro subseções, com exemplos práticos.

### 3 SISTEMAS DA ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO

Como citado anteriormente, a Arquitetura da Informação é fundamental para a organização, representação e recuperação de conteúdos em ambientes digitais de maneira eficiente e eficaz. Ao estruturar a forma que as informações de um *website* serão dispostas, representadas, navegadas e buscadas, a AI contribui para a usabilidade e experiência do usuário.

Nesse sentido, Morville e Rosenfeld (2006) afirmam que a Arquitetura da Informação é basicamente estruturada em quatro sistemas que possuem características próprias: sistema de organização, sistema de rotulagem, sistema de navegação e sistema de busca. Os sistemas da Arquitetura da Informação estabelecem padrões para as informações que estão disponíveis em ambientes digitais continuem acessíveis e visíveis aos seus usuários (Luz, 2020, p.19).

É ressaltado por Luz (2020, p.19) que Rosenfeld e Morville determinam o produto desses sistemas como uma “Estrutura de Organização”, que representa cada item de um ambiente digital. Assim os usuários podem identificar a forma como as informações estão organizadas no *site* com clareza e facilidade.

Neste contexto, as seguintes subseções apresentarão os conceitos específicos e exemplos práticos de cada um dos sistemas da Arquitetura da Informação, essenciais para maior compreensão das próximas seções deste trabalho.

#### 3.1 Sistema de organização

O sistema de organização, segundo Reis (2022), tem como objetivo a definição de regras de como os conteúdos e atributos de um produto serão organizados e classificados. A forma que as informações serão organizadas na estrutura de um ambiente digital, precisa ser visualmente compreensiva aos usuários, para que eles encontrem o que buscam.

Ao classificar os atributos de um ambiente digital, as entidades são agrupadas por suas características semelhantes, transformando cada grupo em uma categoria. Conforme Reis (2022, p. 68), “O ato de categorizar está intimamente ligado aos nossos processos cognitivos individuais, à nossa linguagem, à nossa visão de mundo e a fatores socioculturais”, o que pode acarretar em dificuldades na

hora de organizar informações em ambientes digitais. O autor destaca que as principais dificuldades são a ambiguidade, a heterogeneidade, as diferenças de perspectiva, as políticas internas e a estética.

De acordo com Morville e Rosenfeld (2006), os sistemas de organização são formados por esquemas de organização e estruturas de organização. Enquanto os esquemas de organização são responsáveis por definir as características compartilhadas dos atributos de conteúdo de um *site* e a lógica que atributos são agrupados, as estruturas de organização definem as formas que os atributos de conteúdos e grupos estarão relacionados entre si.

Os esquemas exatos se caracterizam por dividirem a informação em categorias definidas e individuais, além de serem indicados aos usuários quando sabem precisamente o que procuram. Todavia, as informações em esquemas ambíguos são divididas em categorias subjetivas, podendo ser afetadas por ambiguidades linguísticas, culturais, cognitivas e comportamentais, como por exemplo, para uma pessoa, um filme pode ser de um gênero específico, enquanto para outra pessoa, pode não ser (Reis, 2022).

Morville e Rosenfeld (2006), destacam que os esquemas exatos mais utilizados são o alfabético (ver Figura 3, p. 23), o cronológico (ver Figura 4, p. 23) e o geográfico (ver Figura 5, p. 24). Ainda, Reis (2022) acrescenta o esquema exato por sequência (ver Figura 6, p. 25).

O esquema exato alfabético (ver Figura 3 a seguir) utiliza da ordem alfabética para organizar as informações, geralmente usado em dicionários, enciclopédias e catálogos telefônicos (Reis, 2022).

Figura 3 – Exemplo de esquema exato alfabético

The screenshot shows the website of the Tribunal Regional Eleitoral do Paraná. The main navigation bar includes links for 'Acessibilidade', 'Ouvidoria', and 'Transparência e prestação de contas'. The secondary navigation bar lists 'Serviços eleitorais', 'Eleições', 'Partidos', 'Comunicação', 'Jurisprudência', 'Legislação', 'Serviços judiciais', and 'Institucional'. The breadcrumb trail indicates the user is in 'Institucional / Paraná Eleitoral / Revistas e livros / Repositório / A'. The page title is 'A - Relação de Autores por Ordem Alfabética'. A sidebar on the left contains various institutional links. The main content area features a table titled 'Relação de Autores' with columns for 'Autor', 'Artigos (formato PDF)', and 'Nº Revista'. The table lists four authors and their respective works.

Relação de Autores		
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X Y W Z		
Autor	Artigos (formato PDF)	Nº Revista
Adolfo A. Abadía	Elecciones a las gobernaciones departamentales de Colombia: la fragmentación en este subsistema de partidos	v.5 n.1
Adrielmá Silveira Fortuna dos Santos	Emergência de movimentos de direita e liberais em Sergipe e sua relação com partidos políticos	v.5 n.1
Afonso Muzzo Alves	Eleições de 1950: conjuntura política do final da década de 1940 e o retorno de Vargas	v.11n.4
Ailton Souza	A produção parlamentar da Assembleia Legislativa de Mato Grosso do Sul (1998-2018): aspectos, dimensões e resultados	v.11 n.1

Fonte: Tribunal Regional Eleitoral do Paraná (2025).

O esquema exato cronológico (ver Figura 4 a seguir) utiliza uma sequência temporal para organizar as informações, podendo ser na ordem direta dos acontecimentos ou na ordem reversa (Reis, 2022).

Figura 4 – Exemplo de esquema exato cronológico

The screenshot shows the website of Itaú Cultural. The main navigation bar includes links for 'ACESSIBILIDADE', 'AGENDA', and 'BUSCA'. The page title is 'EXPLORE O HISTÓRICO DE EXPOSIÇÕES'. Below the title, there is a navigation bar for years: '2025', '2024', '2023', and '2022'. The main content area features a list of exhibition titles, each in a separate box. The titles are: '“Encontro com professores” promove conversas sobre exposição de Rivane Neuenschwander', 'Exposição de Rivane Neuenschwander nos convida a voltar a sonhar', 'Encontro com as curadoras da exposição “Artistas do vestir”', and 'Ateliê têxtil com o coletivo Flor de'.

Fonte: Itaú Cultural (2025).

O esquema exato geográfico (ver Figura 5 a seguir), ou por localização, são organizadas as informações conforme sua posição geográfica, como bairros, cidades, países, entre outros. Normalmente, é utilizado para mostrar “endereços, informações geográficas e a previsão do tempo” (Reis, 2022).

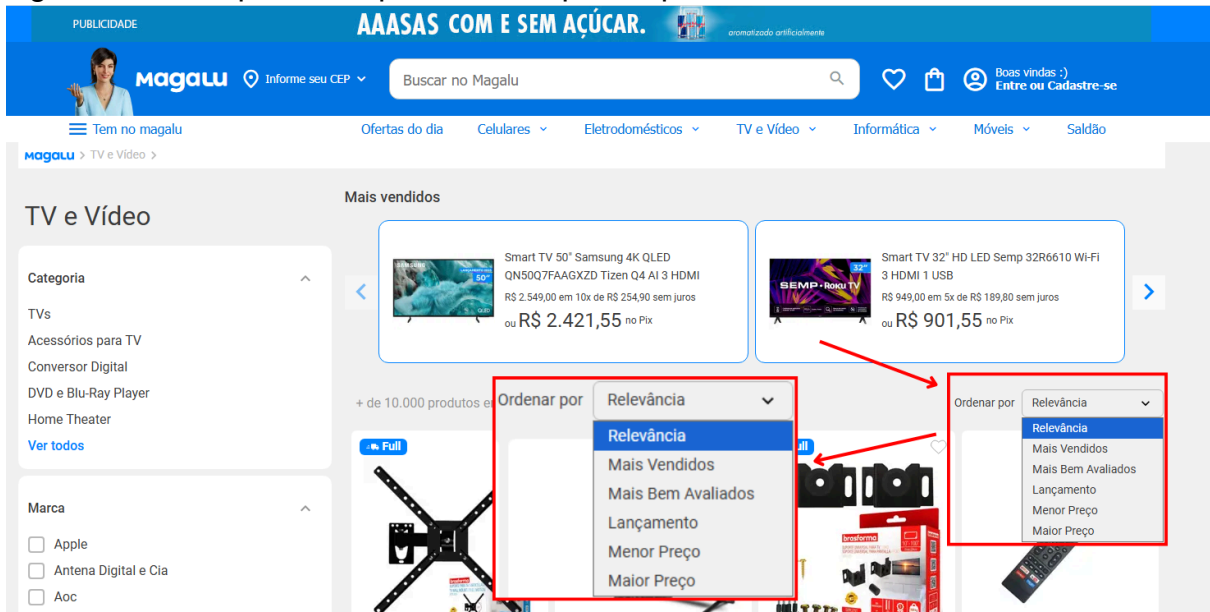
Figura 5 – Exemplo de esquema exato geográfico



Fonte: Carona Cultural (2022).

O esquema por sequência (ver Figura 6 a seguir) organiza as informações pelo seu valor quantitativo, como preço do menos para o maior ou vice-versa, produtos mais vendidos, com melhor avaliação, últimos lançamentos, entre outros. Esse esquema é utilizado geralmente para comparar valores (Reis, 2022).

Figura 6 – Exemplo de esquema exato por sequência



Fonte: Magazine Luiza (2025), adaptado pela autora.

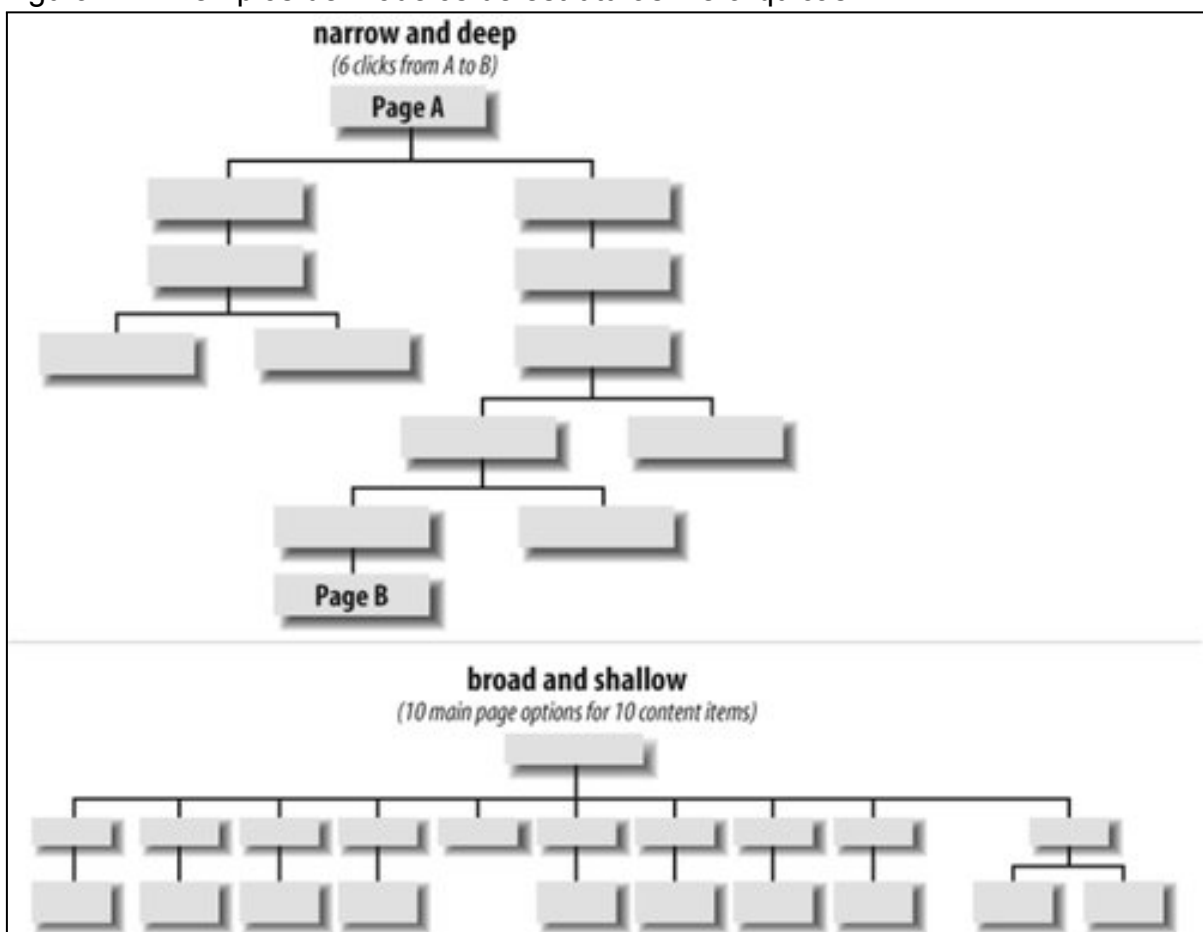
Morville e Rosenfeld (2006) destacam as estruturas de organização hierárquica, hipertextual e base relacional. Conforme Nonato *et al.* (2008), essas estruturas têm o propósito de constituir as trilhas que os usuários podem seguir quando estiverem navegando por um ambiente digital. Dependendo da situação, as principais estruturas de organização podem ser utilizadas individualmente ou em conjunto, além de possuírem pontos fortes e fracos únicos (Morville; Rosenfeld, 2006).

A estrutura hierárquica é geralmente a base de boas arquiteturas de informação, organizando as informações por hierarquia ou taxonomia. Rosenfeld e Morville (2006), comentam que a hierarquia é onipresente, pois está presente em nossas vidas, informando de modo complexo e significativo como compreendemos o mundo. Dessa forma, possibilita que o usuário entenda com facilidade e rapidez ambientes digitais que utilizam o modelo de estrutura de organização hierárquica (Morville; Rosenfeld, 2006).

Pensando num ambiente digital, essa estrutura dividirá as categorias principais em subcategorias, que poderão ser divididas continuamente conforme os conteúdos do *site* (Reis, 2022). Para Nonato *et al.* (2008), a taxonomia organizará as informações de acordo com seus temas, assuntos e hierarquia previamente estabelecidos, mostrando ao usuário o que for mais pertinente.

Para construir uma estrutura hierárquica, deve-se levar em consideração o equilíbrio entre a amplitude e a profundidade. Reis (2022, p. 92) explica que a “amplitude é a quantidade de itens no mesmo nível, e profundidade é a quantidade de níveis”. No caso de a amplitude ser grande, pode dificultar a busca do usuário de um item específico entre outros da mesma categoria, e se a profundidade for grande, a navegação do usuário pelo *site* precisará de muitos passos e cliques (ver Figura 7 a seguir).

Figura 7 – Exemplos de modelos de estruturas hierárquicas

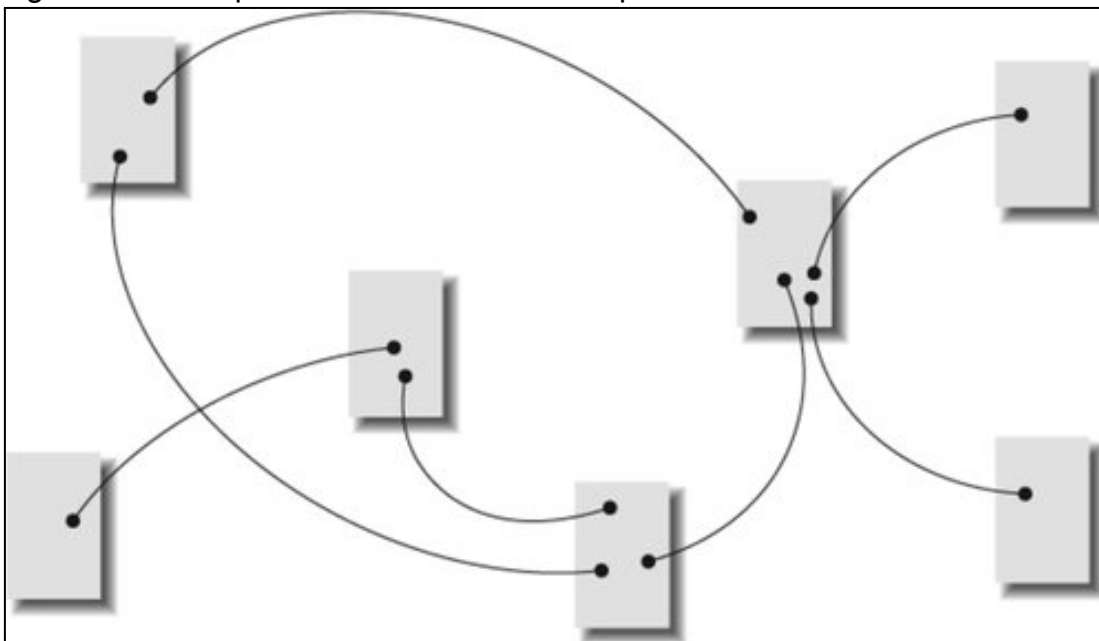


Fonte: Morville; Rosenfeld (2006, p. 71).

A Figura 7 (ver em p. 26) exemplifica dois modelos de estrutura hierárquica, no qual a parte superior mostra que o usuário precisará de seis cliques para acessar o conteúdo mais profundo, já a parte inferior mostra um menu principal com muitas opções e poucos conteúdos entre os itens, o que pode ser visualmente desagradável aos usuários por conta da amplitude da tela e a falta de conteúdos.

A estrutura hipertextual, conforme Morville e Rosenfeld (2006), é formada por itens com *links* (ou blocos hipertextuais) que são conectados por uma hierarquia, ou não, ou ambos, como é possível ver na Figura 8 (ver a seguir). Os itens ou blocos podem ser de texto, imagens, áudio, vídeos ou dados, sendo conectados por sistemas de hipermídia (Morville; Rosenfeld, 2006).

Figura 8 – Exemplo de rede de conexões hipertextuais



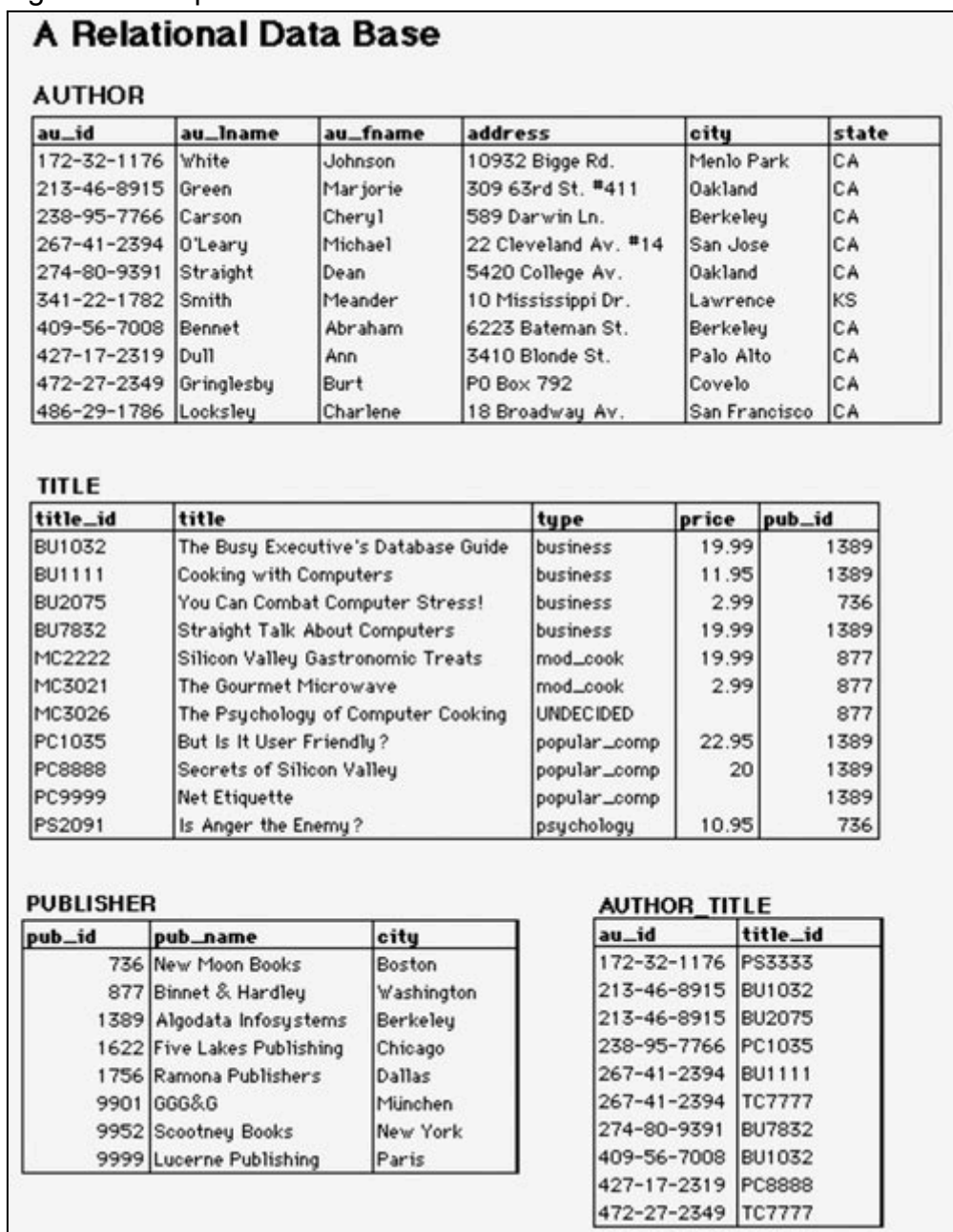
Fonte: Morville; Rosenfeld (2006, p. 77).

Ao usar estrutura hipertextual, Nonato *et al.* (2008) comentam que deve-se ter cuidado, buscando estabelecer as conexões entre os itens e de modo que os usuários compreendam os conceitos presentes no consciente humano.

As relações entre os itens e níveis de hierarquia das estruturas hipertextuais permitem a possibilidade de serem úteis e criativas. Para isso, Morville e Rosenfeld (2006) argumentam que normalmente o primeiro passo é projetar a hierarquia de informações, para após nomear as formas que o hipertexto poderá integrá-la como um complemento.

A estrutura de base de dados relacional utiliza de dados armazenados em tabelas ou conjunto de relações para organizar as informações. Nesse sentido, Morville e Rosenfeld (2006) explicam que as colunas da tabela representam os campos que serão preenchidos com os dados, ou seja, os metadados da tabela, e as linhas representam os dados registrados, sendo que os dados em diferentes tabelas podem se relacionar através de uma série de chaves (ver Figura 9 a seguir).

Figura 9 – Esquema de base de dados relacional



Fonte: Morville; Rosenfeld (2006, p. 75).

Além das estruturas de organização mencionadas, Reis (2022) apresenta mais três, comumente utilizadas em ambientes digitais, sendo elas a estrutura linear, a estrutura matricial e a estrutura multidimensional. A estrutura linear organiza os conteúdos em sequência, com um carrossel de destaque, muito utilizados nas plataformas de *streaming* de vídeos. A estrutura matricial “[...] distribui o conteúdo em um plano bidimensional semelhante a uma tabela”, geralmente utilizado em guias de canais de televisão. A estrutura multidimensional apresenta várias formas

de buscar por informações, sendo formado por três ou mais esquemas para organizar os conteúdos do mesmo ambiente digital, o que forma uma classificação facetada (Reis, 2022).

Apesar disso, Luz (2020) concorda com Wurman (1996) ao dizer que os sistemas de organização podem organizar as informações em ambientes digitais utilizando apenas os métodos de organização por local, alfabeto, hora, categoria e hierarquia, formando a sigla LATCH. Esses métodos de organização são visualmente parecidos com os esquemas e estruturas de organização propostos por Morville e Rosenfeld (2006) de uma forma condensada.

Diante disso, o sistema de organização possui diversas formas de organizar as informações e conteúdos de ambientes digitais, podendo-se combinar dois ou mais desses sistemas, sempre tendo em vista a perspectiva do usuário ao fazer as escolhas, para que o produto do *website* seja o mais compreensível possível.

### **3.2 Sistema de rotulagem**

O sistema de rotulagem, conforme Reis (2022), é responsável por representar as informações por meio de palavras, ícones ou outros signos. Essas representações são chamadas de rótulos. Ao construir um sistema de rotulagem, deve-se levar em consideração as ambiguidades das línguas humanas, sendo uma das tarefas mais difíceis no desenvolvimento de ambientes digitais (Reis, 2022).

De acordo com Luz (2020, p. 23), “os rótulos são geralmente encontrados nos menus, barras de navegação, botões e textos de instrução que precisam ser clicados”. Os rótulos são símbolos linguísticos que representam um conceito, podendo ser textuais ou verbais, formados por uma ou mais palavras, ou não textuais, utilizando imagens, ícones, sons ou gestos (Reis, 2022).

Outra grande dificuldade apontada por Reis (2022) na criação de um sistema de rotulagem é falar na língua do usuário. É importante que se utilize termos e expressões comuns que os usuários usam diariamente, pensando no contexto da criação do ambiente digital e nos conteúdos oferecidos para esses usuários.

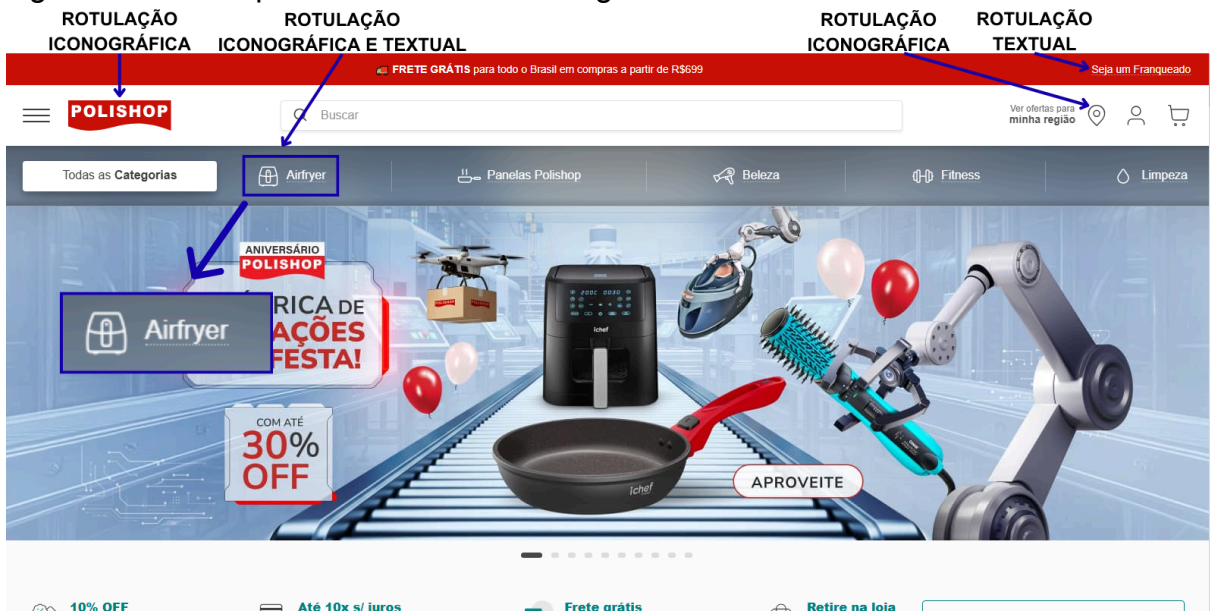
Neste contexto, Morville e Rosenfeld (2006) recomendam o uso de vocabulários controlados e tesouros específicos como fontes para projetar os rótulos do sistema de rotulagem. Geralmente desenvolvidos por profissionais da biblioteconomia ou outras áreas específicas, esses recursos são listas de termos

utilizados para a indexação e classificação de documentos, podendo ser de um tema específico. Dessa forma, ao utilizar vocabulários controlados e tesouros específicos de temas relacionados com o público-alvo de um ambiente digital, ajudam os usuários a identificar com facilidade o acesso às informações e conteúdos do *website*.

Nonato *et al.* (2008) afirmam que o sistema de rotulagem tem influência direta com os outros três sistemas da AI, sendo no sistema de organização a forma que as informações organizadas são representadas, no sistema de navegação os rótulos presentes nas ferramentas de navegação através de *hiperlinks*, e no sistema de busca auxiliando no acessos às informações, como por exemplo os filtros de busca.

Dito isto, compreendemos que o sistema de rotulagem precisa ser construído com rótulos que conversem com a linguagem do público que o *website* deseja atingir, de modo que os usuários entendam de forma fácil e coesa todos os componentes da interface ao navegar pelo ambiente digital. Logo, o uso de vocabulários controlados e tesouros adequados para um público específico pode ser apropriado para que se tenha padronização dos termos nos ambientes digitais.

Figura 10 – Exemplo de sistema de rotulagem



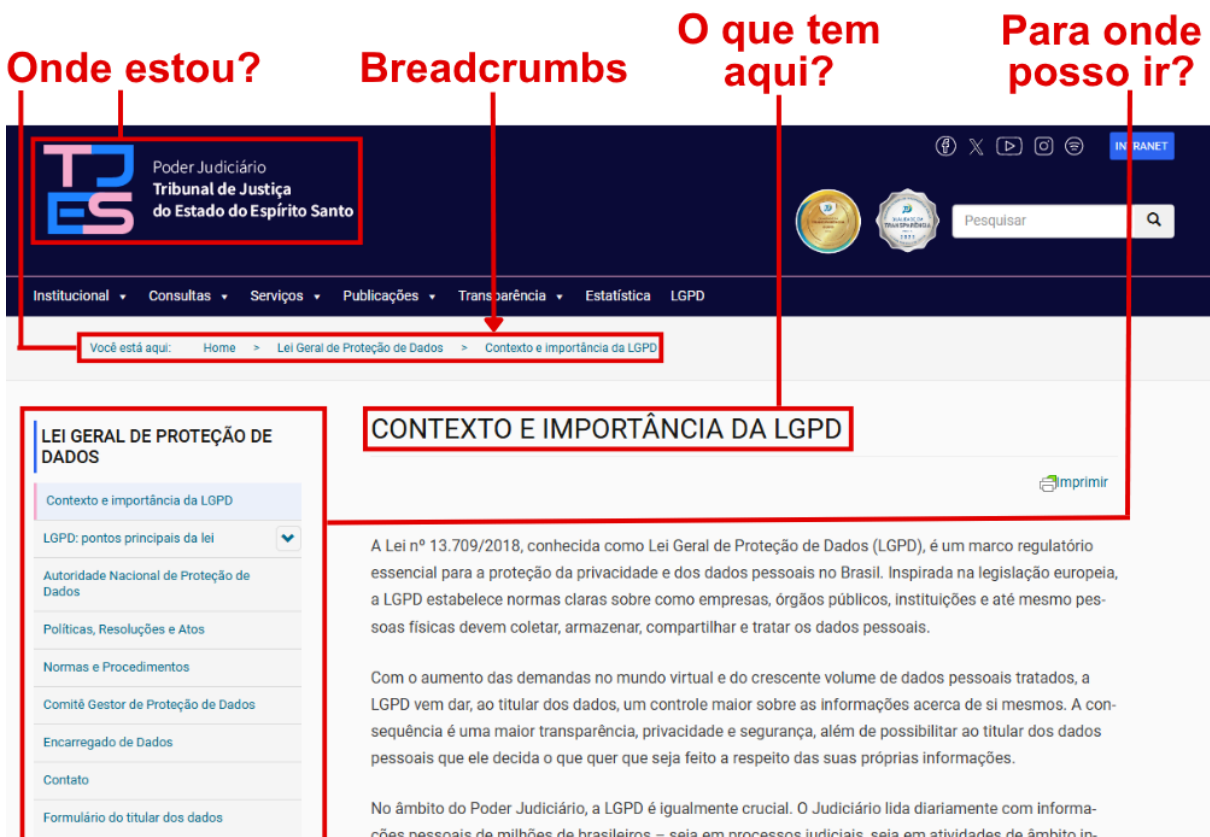
Fonte: Polishop (2025), adaptado pela autora.

### 3.3 Sistema de navegação

O sistema de navegação, de acordo com Reis (2022), é uma parte do produto responsável por determinar as formas de se navegar pelo ambiente digital, mostrando ao usuário onde ele está na interface e os caminhos certos para recuperar as informações que busca. Coneglian *et al.* (2019) complementam ao dizerem que os diferentes caminhos facilitam a interação do usuário no ambiente digital pelas formas de acesso aos conteúdos e a busca por informações na interface.

Morville e Rosenfeld (2006, tradução nossa) afirmam que as perguntas mais comuns dos usuários ao acessarem um *site* são: “Onde estou?”, “O que tem aqui?” e “Para onde posso ir a partir daqui?”. À vista disto, para Reis (2022), as respostas para estas perguntas devem estar em um bom sistema de navegação (ver Figura 11 a seguir).

Figura 11 – Exemplo de sistema de navegação



Fonte: Tribunal de Justiça Do Estado De Espírito Santo (2025), adaptado pela autora.

Segundo Reis (2022), o usuário pode desistir de navegar por um ambiente digital se ficar muitos segundos em uma página sem compreender como ela funciona. O *design* inadequado de um *site* pode diminuir sua velocidade de navegação, podendo desencorajar os usuários a acessá-lo novamente (Nielsen; Loranger, 2007).

Um bom sistema de navegação proporciona que a exploração em ambientes digitais sejam confortáveis para os usuários, fazendo com que eles se sintam seguros em retornar a páginas anteriores do *site*. Para isto, Nielsen e Loranger (2007, p. 178) dizem que “uma boa navegação tem sentido e ordem, e há pouca ou nenhuma ambigüidade sobre onde os itens estão”, sendo possível perceber que o sistema de navegação se relaciona com os outros sistemas da AI, principalmente de organização e rotulagem.

Conforme Morville e Rosenfeld (2006), os sistemas de navegação possuem diferentes tipos, sendo divididos entre incorporados e suplementares.

Os sistemas de navegação incorporados estão relacionados com a interligação do *site* ao seus conteúdos, sendo eles (Morville; Rosenfeld, 2006):

- a) sistema de navegação global: presente em todas as páginas do ambiente digital, geralmente na forma de barra de navegação, com um *link* para a página inicial e as demais páginas de conteúdo do *site*. Outra forma que pode aparecer são as *breadcrumbs*, indicadores de trilha de navegação que mostram o caminho das páginas até onde o usuário está.
- b) sistema de navegação local: expansão da barra de navegação do sistema de navegação global, mostrando as opções referentes a cada categoria de conteúdo do *site*.
- c) sistema de navegação contextual: *links* de hipertexto presentes nos textos de conteúdos do ambiente digital, como “veja também” ou “ver mais”, permitindo que os usuários obtenham mais informações relacionadas àquele conteúdo.

Os sistemas de navegação suplementares estão externos as páginas de conteúdo do ambiente digital, como complementos de localização do *site*, garantindo uma melhor usabilidade e facilidade para os usuários ao buscarem por informações. Estes sistemas incluem (Morville; Rosenfeld, 2006):

- a) mapa do *site*: estrutura organizacional que apresenta os níveis de hierarquia dos conteúdos do ambiente digital, geralmente no rodapé do *site*, favorecendo uma melhor visualização de todos os conteúdos do *site*.

- b) índice do *site*: lista em ordem alfabética de palavras-chave ou frases que facilitam a busca do usuário por um item específico do *site*.
- c) guias: ferramentas que apresentam aos novos usuários os conteúdos e funcionalidades do ambiente digital, ou seja, um tutorial ou introdução ao *site*.
- d) busca: ferramenta que permite o usuário a pesquisar por informações do *site* utilizando suas próprias palavras-chaves, integrado ao sistema de busca (ver subseção 3.4).

Nonato *et al.* (2008) ressaltam que o objetivo dos sistemas de navegação é impedir que o usuário fique desorientado diante a variedade de opções que um ambiente digital pode possuir, sendo como um suporte ao usuário dos conteúdos apresentados no *site*.

Por essa razão, para uma boa Arquitetura da informação de ambientes digitais, os sistemas de navegação são componentes indispensáveis, podendo incorporar seus diferentes tipos no *site* para auxiliar a navegação dos usuários da melhor maneira possível. Com esse fim, deve-se levar em consideração a forma que os conteúdos serão disponibilizados no ambiente digital, para que se faça as escolhas adequadas dos sistemas.

### **3.4 Sistema de busca**

O sistema de busca, para Reis (2022), é responsável por determinar as possíveis perguntas dos usuários e o total de respostas para elas disponíveis no ambiente digital. Além disso, Luz (2020) complementa ao dizer que o sistema de busca proporciona localizar e acessar as informações de forma direta, não precisando utilizar necessariamente os *links* de navegação.

Luz (2020) ainda ressalta a importância de verificar a forma com que o público-alvo de um ambiente digital busca pelas informações, de modo direto ou avançado, e quais as necessidades pelas informações desses usuários, com o objetivo de promover soluções que satisfaçam essas demandas.

Para isto, Morville e Rosenfeld (2006) enfatizam que a base dos sistemas de busca são os mecanismos de busca integrados à navegação do ambiente digital, indexando os textos das páginas de conteúdo para que as informações sejam recuperadas. Vale-se ressaltar que para uma boa recuperação das informações, é preciso que os conteúdos sejam indexados de maneira adequada (Luz, 2020).

Conforme Reis (2022), o sistema de busca é composto geralmente por uma interface de busca, página de resultados, página sem resultados e ferramenta ou página de ajuda. Dessa forma, o autor explica que esses componentes permitem que a interação do usuário seja espontânea e rápida com a busca pelo ambiente digital.

Nonato *et al.* (2008) comentam que os operadores booleanos, linguagem natural, itens específicos e operadores de proximidade são recursos que podem auxiliar na realização da busca no *site*. Já para a apresentação das informações na página de resultados, os autores afirmam que podem ser por listas, relevância e filtros de refinamento de busca. Logo, o sistema de busca está diretamente ligado ao sistema de organização, pelo modo que as informações recuperadas serão dispostas aos usuários.

Outro recurso para sistemas de busca, como sugestões automáticas enquanto o usuário escreve na barra de busca, pode facilitar na digitação das palavras-chave, principalmente quando há dificuldade em digitar em outros dispositivos, como pelas setas do controle remoto de *smarts tvs* (Reis, 2022).

O sistema de busca ainda tem a possibilidade de ser integrado ao conceito de encontrabilidade, definida pelos autores Sanchez, Vidotti, Vechiato e Roa-Martinez (2022) por fornecer que as informações sejam encontradas pelos usuários no ambiente digital, objetivando que as necessidades informacionais do usuário sejam atendidas totalmente ou parcialmente.

Nesse contexto, percebemos que o sistema de busca é imprescindível para a recuperação das informações nos ambientes digitais, sendo necessário elaborar a indexação de modo satisfatório dos conteúdos do *site* para que os usuários encontrem o que estão procurando.

## 4 USABILIDADE E HEURÍSTICAS

A experiência do usuário é um dos elementos centrais para a avaliação da qualidade de produtos, serviços e ambientes digitais, pois está relacionado com a forma que as pessoas interagem, compreendem e avaliam seus usos. Nesse sentido, a usabilidade surge como um dos principais critérios de análise, permitindo verificar a eficiência, eficácia e satisfação do usuário durante a realização de tarefas.

De acordo com Reis (2022, p. 54), a experiência do usuário é um fenômeno observável, segundo ele, conseguimos ver o usuário interagindo com o produto e como qualquer outro fenômeno da Natureza que queiramos analisar, estudar e otimizar, precisa ser medido de alguma forma.

Para isso, devido sua amplitude, para medir e avaliar uma experiência do usuário, devemos analisar vários critérios e a usabilidade é um deles. Com ela é possível avaliar o quanto um produto é utilizável, ela é a medida pela qual um sistema, produto ou serviço pode ser utilizado por usuários específicos, visando alcançar seus objetivos específicos com eficiência, eficácia e satisfação, em relação às suas necessidades.

Conforme Nielsen e Loranger (2007), usabilidade é um atributo de qualidade relacionado à facilidade de uso de algo. Diz respeito a rapidez que os usuários conseguem aprender a usar alguma coisa, a eficiência de usá-la, o quanto conseguem lembrar, a quantidade de erros que podem cometer e qual a satisfação que eles têm ao utilizá-la.

Reis (2022, p. 54) cita a norma ISO 9241-11 (2018), “usabilidade é a medida na qual um sistema, produto ou serviço, pode ser usado por usuários específicos, para alcançar objetivos específicos com eficácia, eficiência e satisfação, em um contexto específico de uso”, destacando três pontos importantes:

- a) Usabilidade é uma medida de uso do produto: com objetivo avaliar o desempenho do usuário ao interagir com um produto. Essa avaliação é constituída por fatores objetivos (tempo de execução das tarefas e a quantidade de erros cometidos) e fatores subjetivos (satisfação do usuário com o produto). Para estas avaliações, a usabilidade utiliza medidas quantitativas e qualitativas.

- b) Usabilidade mede eficácia, eficiência e satisfação: com objetivo de avaliar se o usuário consegue realizar suas tarefas no produto (eficaz), com rapidez e sem erros (eficiente) e de forma agradável (satisfatório).
- c) Usabilidade é específica: cada usuário tem necessidades específicas, sendo assim, não existe um produto que seja capaz de atender com a mesma eficácia, eficiência e satisfação a todos usuários em todos os seus contextos e objetivos imaginados por ele, ou seja, uma ferramenta por mais que seja considerada universal, não conseguirá atender a todos os usuários possíveis e imagináveis da mesma forma.

Informalmente, o termo usabilidade é utilizado como sinônimo de “fácil de usar”. Isso está certo, mas é uma visão estreita. Usabilidade é um conceito mais amplo. Jakob Nielsen (1994) *apud* Reis (2022) propõe cinco atributos associados à usabilidade que mostram a sua abrangência. São eles:

- a) Facilidade de aprendizagem (*easy to learn*): a facilidade que o usuário tem para aprender a utilizar o produto na primeira vez que o utiliza, é uma qualidade extremamente importante para um produto com vários usuários. Por exemplo, um portal na *web* com milhares de usuários, quanto mais fácil ele for de ser entendido e utilizado, menos custos o produto terá em treinamento com os usuários.
- b) Baixa taxa de erros (*few errors*): reduzir a quantidade de erros cometidos pelo usuário ao executar suas tarefas, como em sistemas críticos que envolvam bancos (transações com dinheiro) ou os que envolvem vidas humanas, é de suma importância para prevenir erros e aumentar a segurança do usuário. Uma interface com baixo índice de erros, deve validar todos os campos de um formulário, gerar uma tela para que o usuário possa confirmar se todos os dados estão corretos e, se for o caso, gerar a opção do usuário cancelar a transação antes de efetivá-la.
- c) Eficiência de uso (*efficient to use*): em produtos utilizados com muita frequência ou que envolvam uma grande quantidade de tarefas repetidas, a interface deve apresentar mecanismos que aumentem a produtividade do usuário. Por exemplo, gerar processos em lotes e ler código de barras.
- d) Facilidade de memorização (*easy to remember*): em um produto utilizado ocasionalmente, deve-se priorizar a facilidade de memorização, ou seja, mesmo que o usuário fique um longo tempo sem utilizá-lo, ao acessá-lo

novamente, terá facilidade de lembrar e poderá usá-lo sem a necessidade de aprender tudo de novo. Por exemplo, o sistema da declaração do imposto de renda é utilizado anualmente por grande parte dos brasileiros, o *software* disponibilizado pela Receita Federal sofre apenas pequenas mudanças a cada ano, para evitar que os usuários tenham que reaprender a usá-lo.

- e) Satisfação subjetiva (*subjectively pleasing*): em produtos voltados a fazer o usuário se sentir feliz e satisfeito em usá-lo, o principal objetivo é desafiá-lo. Alguns dos sistemas de jogos, contrariam vários dos atributos de usabilidade citados anteriormente. Eles começam fáceis, ficam cada vez mais difíceis, têm pouca ajuda on-line e muitas vezes ensinam somente o básico para os usuários. Esta estratégia é empregada intencionalmente para desafiar os jogadores visando aumentar sua satisfação.

Nielsen e Loranger (2007), comparam a usabilidade na *web* antes e agora, mencionam que o livro de Nielsen “Projetando *Websites*”, foi considerado o “marco”, pois tinha grande influência nas atitudes dos profissionais da Internet no que diz respeito a *web design*. Antes do mencionado livro, a maioria das empresas queriam *sites* legais (interfaces complexas), depois que o livro foi publicado, vários gerentes de internet perceberam que seus *sites* prejudicavam os negócios, pois os clientes não conseguiam usá-lo. Eles perceberam que a melhor maneira de atrair os clientes e fazer negócios, era criar *sites* que atendessem os propósitos específicos dos clientes.

A *web*, para Nielsen e Loranger (2007), está bem melhor agora. Os autores ressaltam que é possível incluir diversas capturas de telas de *designs* que funcionam, a usabilidade medida aumentou a rapidez e a maneira como os usuários conseguem utilizar os ambientes digitais. A taxa de sucesso aumentou e os erros diminuíram consideravelmente. Portanto, podemos afirmar que a utilização da usabilidade foi a grande responsável para aprimorar a experiência do usuário.

De acordo com Reis (2022, p. 203), “as heurísticas são princípios, regras, diretrizes e boas práticas de *design*”. Elas são consideradas pela maioria dos desenvolvedores como ponto de partida para um bom projeto, ao fazer uso delas é possível ter uma ideia da qualidade da experiência oferecida, detectar possíveis falhas durante o desenvolvimento, e antecipar a eficácia das soluções sugeridas.

Ao realizar uma avaliação heurística, Nielsen (1993) afirma que é preciso observar o ambiente digital, procurando desenvolver um julgamento sobre os

aspectos bons e ruins do produto oferecido. O autor ainda enfatiza que em alguns casos, as diretrizes de usabilidade possuem muitas regras, o que pode intimidar os desenvolvedores, fazendo com que utilizem a própria intuição e bom senso para efetuar uma avaliação heurística do *site*.

Entendemos que para desenvolver um programa é necessário pensar em várias variáveis que um contexto de uso pode necessitar, como por exemplo, como organizar as informações, antecipar os possíveis conteúdos imaginados pelo usuário, desenvolver uma página atrativa com rótulos, ícones, cores, botões e animações para chamar a atenção do usuário e outras possibilidades que poderão ser necessárias para transformar o programa em uma ferramenta cada vez melhor. Para chegar nestes entendimentos, o desenvolvedor recorre às experiências que deram certo no passado e busca soluções semelhantes para resolver alguns problemas, estas soluções são conhecidas como “regras de ouro”, as quais receberam o nome de heurísticas.

Reis (2022) cita algumas heurísticas genéricas e específicas. Dentre as genéricas, o autor menciona: “As 10 heurísticas de Nielsen” de Jakob Nielsen, “As oito regras de ouro de Shneiderman” de Ben Shneiderman e “Heurísticas de Arquitetura de Informação de Covert” de Abby Covert. Já as específicas, o autor indica: “*Baymard Institute Guidelines*” de Baymard, “*E-commerce User Experience*” do Nielsen Norman Group, “Heurísticas para avaliação de conteúdo UX” de Torrey Podmajersky, “*Content Analysis Heuristics*” de Fred Leise, “Diretrizes de Stanford para credibilidade na *web*” de Brian Jeffrey Fogg, “*Design Social Interfaces*” de Christian Crumlish e Erin Malone, “Heurísticas de Jogabilidade para jogos de computador” de Ana Regina Mizrahy Cuperschmid e “Heurísticas para avaliação de sistemas interativos *cross-channel*” de Adriano Renzi.

Contudo, como o foco deste trabalho são as heurísticas de Nielsen. Na subseção a seguir são apresentadas e detalhadas cada uma das dez heurísticas, com exemplos práticos para melhor entendimento.

#### **4.1 Heurísticas de Nielsen**

Jakob Nielsen, especialista em usabilidade, cofundador do Nielsen Norman Group com o Dr. Don Norman, é atualmente diretor aposentado do grupo (Nielsen Norman Group, 2025). O autor publicou os livros: “*Coordinating User Interfaces for*

*Consistency*”, “*Designing User Interfaces for International Use*”, “*Hypertext and Hypermedia*”, “*Usability Engineering*”, “*Usability Inspection Methods*”, “*Advances in Human-Computer Interaction*” volume 5, “*Multimedia and Hypertext: The Internet and Beyond*”, “*International User Interfaces*”, “*Designing Web Usability: The Practice of Simplicity*”, “*Homepage Usability: 50 Websites Deconstructed*”, “*Prioritizing Web Usability*”, “*Eyetracking Web Usability*” e “*Mobile Usability*”.

Nielsen desenvolveu em conjunto de Rolf Molich, em 1990, dez princípios de usabilidade para *designer* de interface de usuário seguirem precisamente (Nielsen, 1993). Essas diretrizes foram refinadas em 1994 e ficaram popularmente conhecidas como “Heurísticas de Nielsen”, sendo amplamente utilizadas por desenvolvedores como método de avaliação para verificar a usabilidade em ambientes digitais. Os itens a seguir apresentam as dez heurísticas de Nielsen, com explicações para a compreensão de seus significados e exemplos práticos.

#### 4.1.1 Visibilidade do *status* do sistema

“O *design* deve sempre manter os usuários informados sobre o que está acontecendo, por meio de *feedback* apropriado dentro de um período de tempo razoável” (Nielsen, 2024, tradução nossa).

Santana *et al.* (2016), afirmam que o sistema tem que “conversar” com o usuário através de *feedback* (mensagens na tela), com explicação do que deve ser inserido no campo, logo após detectar que a informação foi digitada está incorreta.

Reis (2022), menciona que o sistema de navegação e busca é uma conversa entre o usuário e a máquina, onde a mesma somente poderá fluir se o sistema orientar o usuário de forma simples, rápida e adequada, com um *feedback* objetivo de como agir.

Por exemplo, quando precisamos utilizar um sistema de banco e aparece um erro na tela, mas não informa qual é, ficamos sem saber o que está acontecendo e muitas vezes desistimos de utilizá-lo. Um bom ambiente digital tem que ser claro e objetivo, informar ao usuário de forma clara e coesa o que precisa ser digitado em cada campo.

#### 4.1.2 Correspondência entre o sistema e o mundo real

“O *design* deve falar a língua do usuário. Use palavras, frases e conceitos familiares ao usuário, em vez de jargões internos. Siga as convenções do mundo real, fazendo com que as informações apareçam em uma ordem natural e lógica” (Nielsen, 2024, tradução nossa).

Santana *et al.* (2016), relatam que o sistema tem que ter um vocabulário que o usuário entenda com facilidade, usar palavras do dia a dia e colocar as informações de modo que sigam a linha de raciocínio do usuário.

Para Reis (2022), o sistema deve utilizar a linguagem cotidiana do usuário, pois assim facilita a usabilidade do mesmo ao executar suas tarefas, sem ter que aprender uma nova forma de executá-las.

Quando o sistema não utiliza uma linguagem que faz parte do cotidiano do usuário, fica difícil de ser operado, pois o usuário precisa pesquisar/aprender ou saber o que o sistema está solicitando, ou seja, não atinge um grande número de usuários, ficando restrito a um grupo específico de usuários.

#### 4.1.3 Controle e liberdade do usuário

“Os usuários frequentemente realizam ações por engano. Eles precisam de uma ‘saída de emergência’ claramente sinalizada para sair da ação indesejada sem ter que passar por um processo longo” (Nielsen, 2024, tradução nossa).

Segundo Santana *et al.* (2016), o usuário deve ter o controle de suas ações, tendo a opção de fazer ou desfazer suas operações. Da mesma forma, Reis (2022), expõe que o usuário deve ter rapidamente a opção de cancelar ou desfazer uma operação, voltando ao ponto de partida sem ter que passar por um longo processo.

Um sistema de uma loja virtual, por exemplo, que força o usuário a fazer um cadastro antes de poder acessar o conteúdo desejado, muitas vezes perde o cliente, pois o usuário (na maioria das vezes) desiste de continuar na página, buscando outra com mais facilidade de acesso.

#### 4.1.4 Consistência e padrões

“Os usuários não devem se perguntar se diferentes palavras, situações ou ações significam a mesma coisa. Siga as convenções da plataforma e do setor” (Nielsen, 2024, tradução nossa).

O sistema deve sempre apresentar os processo de forma similar para os usuários, com isso a operação se torna mais fácil e rápida de ser executada, pois o usuário utiliza o aprendizado anterior. Quando um sistema muda um processo que já é conhecido pelo usuário, gera dúvidas e dificulta o reconhecimento.

Para Reis (2022), o sistema deve manter a consistência, ou seja, devem apresentar os mesmos padrões dos outros sistemas, por exemplo, o ícone do carrinho de compras. Isso facilita o usuário a reconhecer um processo.

Santana *et al.* (2016), mencionam que os contextos e as situações similares devem manter os mesmos padrões. Um processo deve ser representado pelo mesmo ícone em todo programa.

#### 4.1.5 Prevenção de erros

Boas mensagens de erro são importantes, mas os melhores *designs* previnem cuidadosamente a ocorrência de problemas. Elimine as condições propensas a erros ou verifique-as e apresente aos usuários uma opção de confirmação antes que eles tomem a ação (Nielsen, 2024, tradução nossa).

Reis (2022), acredita que um sistema que previne erros aumenta a confiança do usuário, garantindo que os procedimentos executados sejam os realmente desejados. Os sistemas de bancos e outros similares, são exemplos de sistemas repletos de recursos voltados para prevenir erros (validação e confirmação de campos, limites de valores, opção de cancelar a operação). Santana *et al.* (2016), reforçam que o sistema deve prevenir e corrigir os possíveis erros.

Os sistemas devem buscar ao máximo disponibilizar mecanismos de prevenção de erros, evitando que o usuário execute uma ação indesejada, com isso os usuários terão mais segurança e confiança em utilizá-lo.

#### 4.1.6 Reconhecimento em vez de recordação

Minimize a carga de memória do usuário tornando elementos, ações e opções visíveis. O usuário não deve precisar se lembrar de informações de uma parte da interface para outra. As informações necessárias para usar o *design* (por exemplo, rótulos de campos ou itens de menu) devem estar visíveis ou facilmente recuperáveis quando necessário (Nielsen, 2024, tradução nossa).

Reis (2022), expõem que o sistema deve reduzir ao máximo a necessidade do usuário utilizar sua capacidade mental, evitando que o mesmo tenha que raciocinar, lembrar de algo, resolver problemas, entre outros. Santana *et al.* (2016), também expõem que o sistema deve oferecer assistência ao usuário, sendo capaz de conduzi-lo a ação necessária.

Os sistemas devem evitar etapas complexas, que exijam um esforço cognitivo do usuário, facilitando os processos para que o usuário atinja sem dificuldade o objetivo almejado.

#### 4.1.7 Flexibilidade e eficiência de uso

“Atalhos - ocultos para usuários novatos - podem acelerar a interação do usuário experiente, permitindo que o *design* atenda tanto usuários experientes quanto inexperientes. Permita que os usuários personalizem ações frequentes” (Nielsen, 2024, tradução nossa).

Reis (2022) comenta que atalhos na barra de navegação, combinações de teclas e a opção de “voltar” indicado na tela do ambiente digital, podem ajudar os usuários na recuperação das informações presentes em níveis mais profundos da estrutura hierárquica do *site*. Sendo assim, pode se dizer que os atalhos auxiliam na rapidez das ações executadas pelos usuários enquanto navegam pelo ambiente digital.

Santana *et al.* (2016) complementam ao afirmarem que é importante que a interface se adapte pensando no contexto do produto e que seu tempo de utilização seja eficiente. Desse modo, é necessário que o sistema seja fácil de utilizar para novos usuários e promover que usuários antigos customizem ações de uso frequente no *site*.

Um bom exemplo são os atalhos do *Google Docs*, como as pastas e documentos sugeridos do usuário apresentados logo na página inicial, as formas que o usuário pode ordenar os documentos na página “Meu Drive”, seja por ordem alfabética do nome do documento, ou ordem cronológica de data de abertura ou modificação do documento, ou por tipo de documento, entre outras maneiras.

#### 4.1.8 *Design* estético e minimalista

“As interfaces não devem conter informações irrelevantes ou raramente necessárias. Cada unidade de informação extra em uma interface compete com as unidades de informação relevantes e diminui sua visibilidade relativa” (Nielsen, 2024, tradução nossa).

Segundo Reis (2022) as interfaces não devem ter elementos irrelevantes, pois competem pela atenção do usuário. Elas devem apresentar somente informações necessárias naquele momento. Santana *et al.* (2016) consolidam que as interfaces devem ser o mais fáceis possíveis e as informações devem ser apresentadas de acordo com a necessidade do usuário.

Desta forma, entendemos que as interfaces devem ser apresentadas de forma simples e objetivas, sem informações que provoquem distrações ou dificuldade do usuário chegar ao seu objetivo. Por exemplo, uma interface de um hospital deve conter somente informações relevantes do paciente, evitando que os médicos ou enfermeiros deixem de observar informações críticas sobre o paciente.

#### 4.1.9 Ajude os usuários a reconhecer, diagnosticar e se recuperar de erros

“As mensagens de erro devem ser expressas em linguagem simples (sem códigos de erro), indicar precisamente o problema e sugerir uma solução de forma construtiva” (Nielsen, 2024, tradução nossa).

Reis (2022) entende que as mensagens de erro não devem assustar, culpar ou intimidar o usuário, pelo contrário, eles devem ajudar o usuário a entender e resolver o problema de forma precisa. Uma boa mensagem de erro deve informar exatamente o que está faltando, por exemplo, em um aplicativo de compras de roupas, caso o usuário esquecer de colocar o tamanho desejado, a mensagem de erro deve conter exatamente esta informação, não apenas apresentar uma mensagem que o cliente não preencheu todos os campos do pedido, fazendo que o usuário tenha que verificar todos os campos para encontrar qual está faltando.

Santana *et al.* (2016) reiteram que o sistema deve apresentar mensagens claras do problema, informar com exatidão o erro e apontar a solução para o problema.

#### 4.1.10 Ajuda e documentação

“É melhor que o sistema não exija nenhuma explicação adicional. No entanto, pode ser necessário fornecer documentação para ajudar os usuários a entender como concluir suas tarefas” (Nielsen, 2024, tradução nossa).

Reis (2022) conclui que um sistema deve ser intuitivo e não precisar de ajuda ou documentação para conseguir operá-lo. Nos casos em que o sistema precise de uma atualização para uma nova versão, as orientações das alterações devem estar próximas do local alterado, conduzindo o usuário a preencher o documento sem a necessidade de ler um manual. Santana *et al.* (2016) complementam que o documento para ajudar o usuário deve ser fácil de usar e estar a disposição, caso seja necessário.

## 5 APRESENTAÇÃO DAS PLATAFORMAS DE *STREAMING* DE VÍDEOS

O avanço das tecnologias digitais e da conectividade à internet, ano após ano, tem transformado as formas de produção, distribuição e consumo de conteúdos audiovisuais. Neste contexto, os serviços de *streaming* se consolidaram como um modelo predominante de entretenimento e acesso à informação, permitindo que usuários consumam conteúdos de maneira fácil e rápida a todo momento.

A expressão de origem inglesa “*streaming*”, de acordo com os autores Oliveira, Pinheiro e Dutra (2023), significa a transmissão de conteúdos digitais em tempo real, o que modifica a forma de acessar vídeos ou músicas de quando a tecnologia para acessar à internet era por meio das linhas telefônicas. Sendo assim, os autores afirmam que para assistir ou escutar um conteúdo, era preciso que o mesmo fosse baixado completamente para o dispositivo, mas com a aparição dos serviços de *streaming*, esta ação não é mais necessária.

Com a transmissão de forma imediata de conteúdos audiovisuais, as plataformas de *streaming* de vídeos possibilitam que os usuários assistam filmes, séries, documentários, esportes, entre outros formatos de vídeos, sendo apenas necessário que se tenha conexão à internet para acessar (Firmino; Faria, 2023). Dessa forma, os vídeos são reproduzidos em tempo real no dispositivo que o usuário estiver acessando a plataforma através dos dados enviados pelos servidores *online* dos serviços de *streaming* (Firmino; Faria, 2023).

A tecnologia de *streaming* teve como suas primeiras plataformas o “*Realplayer*” e o “*Windows Media Player*”, as quais reproduziam as multimédias de imediato pela internet, facilitando assim o desenvolvimento de novos serviços inovadores (Pastor, 2025, p. 4).

Podemos citar dois tipos de *streaming*, o “*On demand*” e o “*Live*”. O *On demand* pode ser acessado pela internet em qualquer dia ou horário e disponibiliza o acesso a séries, filmes, programas de entretenimento, entre outros, de conteúdos já gravados. Já o *Live* é usado para transmissões ao vivo, comumente utilizado em redes sociais, ensino a distância, reuniões, etc. (Oliveira; Pinheiro; Dutra, 2023, p. 3).

Para Pastor (2025), o *streaming On demand* possibilita a individualidade do usuário, dando autonomia e flexibilidade de escolha ao entretenimento desejado a

qualquer momento e ainda fornece sugestões de conteúdos, com base nas pesquisas efetuadas, as quais podem influenciar nas futuras escolhas.

No Brasil, o *streaming On demand* faz grande sucesso, devido a evolução ao acesso a internet e ao avanço tecnológico dos *smartphones*, os consumidores podem ter acesso a filmes e séries a qualquer momento. Principalmente no período da “Pandemia Covid-19”, este tipo de *streaming* teve considerável aumento no seu consumo (Oliveira; Pinheiro; Dutra, 2023, p. 11).

Diante do exposto, as próximas duas subseções relatam um breve histórico dos serviços de *streaming* Netflix e Amazon Prime Video, seguidas da apresentação da interface das plataformas em seu modelo *web*. A terceira subseção mostra a análise comparativa das plataformas de *streaming* de vídeo apresentadas.

## 5.1 Netflix

A Netflix foi fundada por Reed Hastings e Marc Randolph em 1997 como uma empresa de aluguel de DVDs pelo correio (Netflix, 2025a). A ideia surgiu quando pensaram em alugar DVDs pelo correio e testaram o conceito enviando um DVD para eles mesmos (Netflix, 2025a). Pouco depois, em 1998, lançaram o *site* “Netflix.com”, o primeiro ambiente digital de venda e aluguel de DVDs (Netflix, 2025a).

Logo após, em 1999, a Netflix iniciou o serviço de assinatura, possibilitando aos assinantes alugar DVDs diversos, sem data limite de devolução, multas por atrasos ou limite mensal (Netflix, 2025a). Com base nas avaliações dos clientes, em 2000, o sistema passou a dar recomendações de títulos que eles poderiam vir a gostar (Netflix, 2025a).

Mais adiante, no ano de 2005, foi lançado o recurso de perfis na Netflix, onde cada usuário pode ter acesso aos seus conteúdos sem interferir nos outros (Netflix, 2025a). Em 2007 foi inserido o *streaming*, o que permitiu que os assinantes conseguissem ver filmes e séries em sequência (Netflix, 2025a). Em 2009 a equipe *BellKor's Pragmatic Chaos*, ganha um milhão de dólares com o “Prêmio Netflix”, por terem aumentado a precisão nas recomendações em 10% (Netflix, 2025a). Com a conexão à internet, as parcerias de *streaming* passam para as TVs, com isso, as assinaturas superam 10 milhões (Netflix, 2025a).

Posteriormente, em 2021 a Netflix ultrapassa 200 milhões de assinantes e informa que pretende, até o final de 2022, zerar as emissões líquidas de gases do efeito estufa (Netflix, 2025a). Ainda no mesmo ano, lança jogos para celulares e um *site* dedicado aos fãs, intitulado “Tudum” (Netflix, 2025a).

No ano de 2023, a Netflix começa a transmitir ao vivo *stand-up*, produz o seriado "*Stranger Things: The First Shadow*" e inclui um espaço chamado “Minha Netflix”, dedicado a mostrar aos assinantes os filmes e séries assistidos recentemente, os títulos baixados, trailers, títulos curtidos, entre outros (Netflix, 2025a).

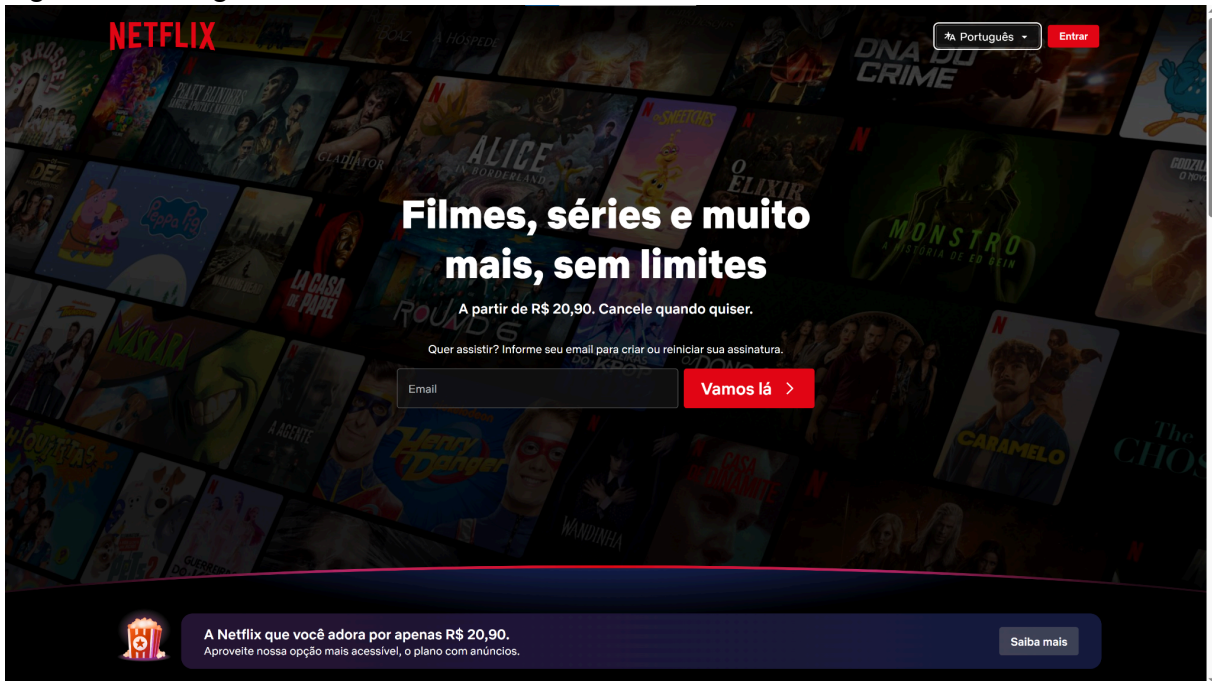
Em 2025, segundo a matéria da Agence France-Presse (AFP) (2025), a Netflix divulgou que está fazendo pesquisas para incorporação de uma nova função de chatbot, a fim de que seus usuários realizem pesquisas aprimoradas com inteligência artificial de conteúdos disponíveis na plataforma.

Atualmente, a Netflix conta com aproximadamente 302 milhões de assinantes, buscando sempre atualizar seu algoritmo de recomendação, para que os seus usuários possuam uma experiência personalizada (Jornal da Fronteira, 2025).

Dito um pouco do histórico da Netflix, percebemos o quanto a empresa é pioneira no setor do *streaming* de vídeos e como as suas constantes atualizações, que proporcionam novos recursos e melhorias aos usuários, a colocam em primeiro lugar em comparação a outras plataformas de *streaming* de vídeos.

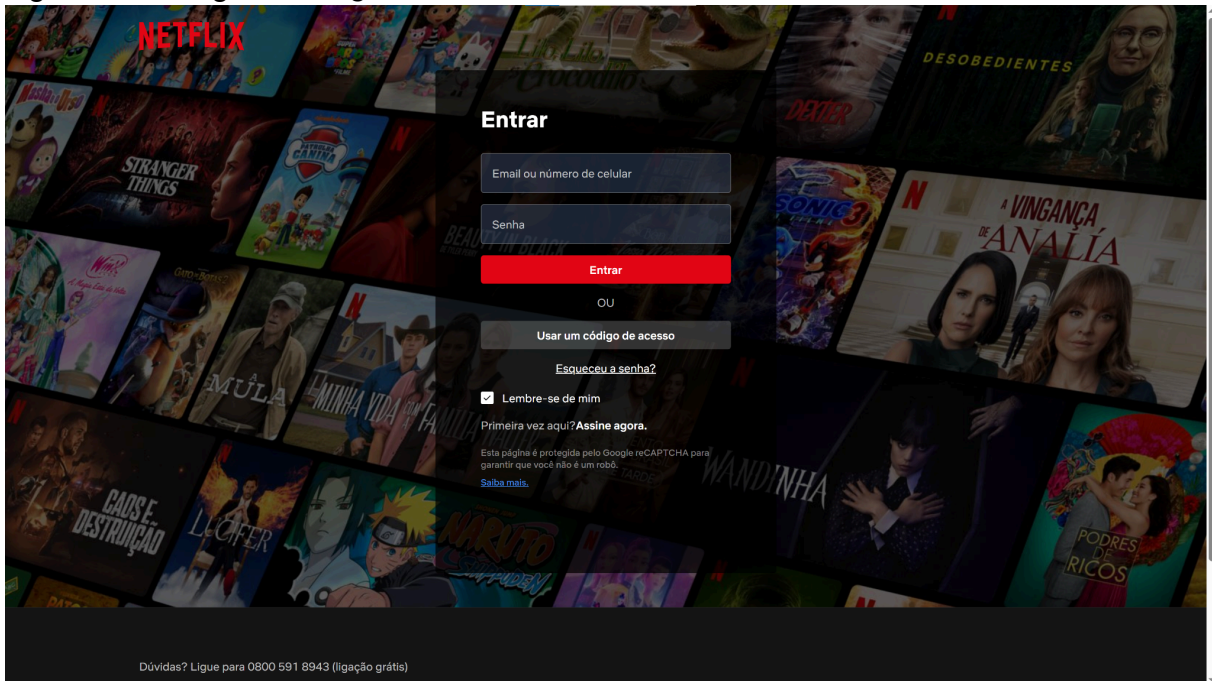
Começando a apresentação da plataforma de *streaming* da Netflix, em sua página inicial, o sistema de rotulagem utiliza termos de fácil entendimento, como o botão com a palavra “entrar” para usuários já assinantes fazerem o *login* na plataforma e o botão “Vamos lá” para usuários em potencial realizarem o cadastro de assinatura do serviço (ver Figura 12 a seguir).

Figura 12 – Página inicial da Netflix



Fonte: Netflix (2025d).

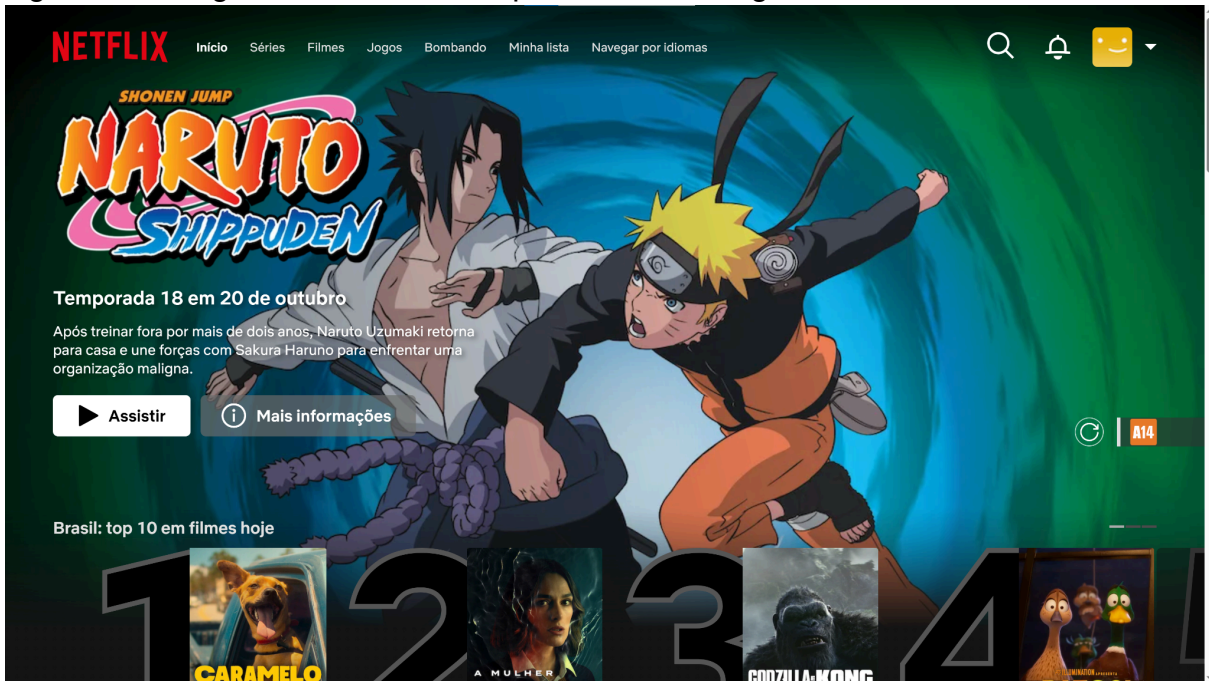
Ao entrar na página de *login* (ver Figura 13 a seguir) da Netflix, é possível perceber que os rótulos também são de fácil entendimento, podendo-se fazer o *login* tanto por email ou número de celular mais a senha ou usando um código de acesso. Ainda, ao selecionar a caixa de seleção “Lembre-se de mim”, permite que o usuário se mantenha logado no navegador que estiver utilizando. Para quem não for assinante, há o hiperlink “Assine agora”, direcionando para o cadastro de assinatura.

Figura 13 – Página de *login* da Netflix

Fonte: Netflix (2025b).

Após fazer o *login*, é apresentada a página inicial da plataforma para o usuário logado (ver Figura 14 a seguir). Nesta página, vale-se destacar a visualização da barra de navegação, que utiliza o sistema de navegação global, os sistemas de rotulagem, que apresentam rótulos textuais e não textuais reconhecidos com facilidade, e a estrutura de organização linear, que apresenta um carrossel de destaque de filmes e séries sugeridas para todos os usuários da Netflix.

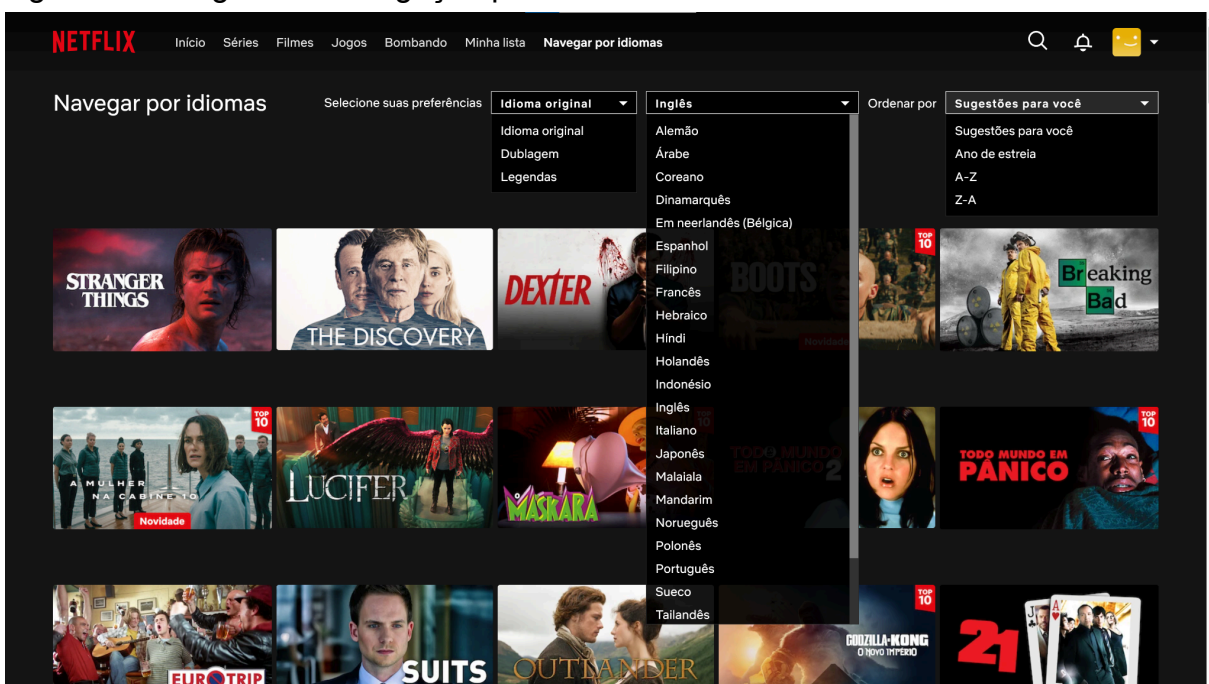
Figura 14 – Página inicial da Netflix para o usuário logado



Fonte: Netflix (2025c).

Na página “Navegar por idiomas”, nota-se que há filtros de busca para selecionar o estilo de idioma (original, dublado ou legendado) e qual o idioma, além da forma de organização por sugestões para o usuário e esquemas de organização por sequência (ver Figura 15 a seguir).

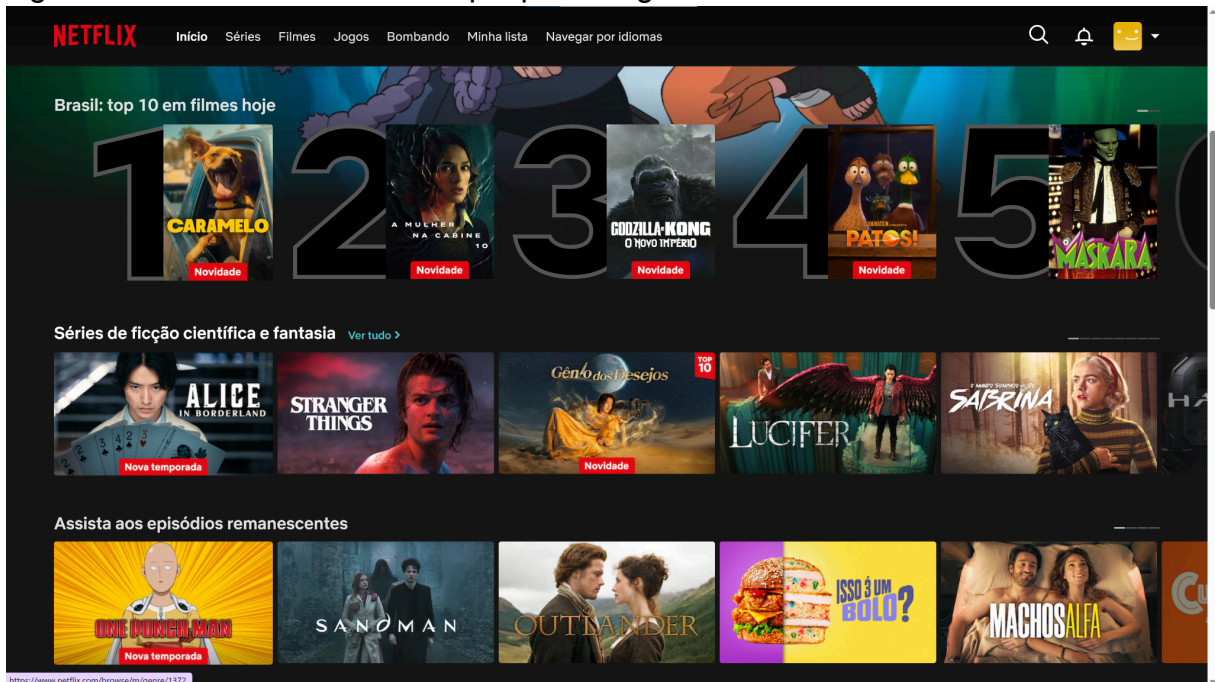
Figura 15 – Página de navegação por idiomas da Netflix



Fonte: Netflix (2025c).

Na Figura 16 (ver a seguir), os conteúdos da Netflix são apresentados por diferentes categorias em estruturas de organização linear de carrosséis de destaque. Vale-se salientar que existem categorias que possuem *hiperlinks* com o rótulo “ver tudo”.

Figura 16 – Carrosséis de destaque por categorias da Netflix



Fonte: Netflix (2025c).

Ao selecionar o *hiperlink* “ver tudo”, é aberta uma janela com mais conteúdos e outras categorias referentes a categoria selecionada (ver Figura 17 a seguir). Também há ícones para fechar a janela ou voltar a anterior.

Figura 17 – Janela “ver tudo” da Netflix



Fonte: Netflix (2025c).

Além disso, também é possível organizar a visualização dos conteúdos por sugestões para o usuário e esquemas de organização por sequência (ver Figura 18 a seguir).

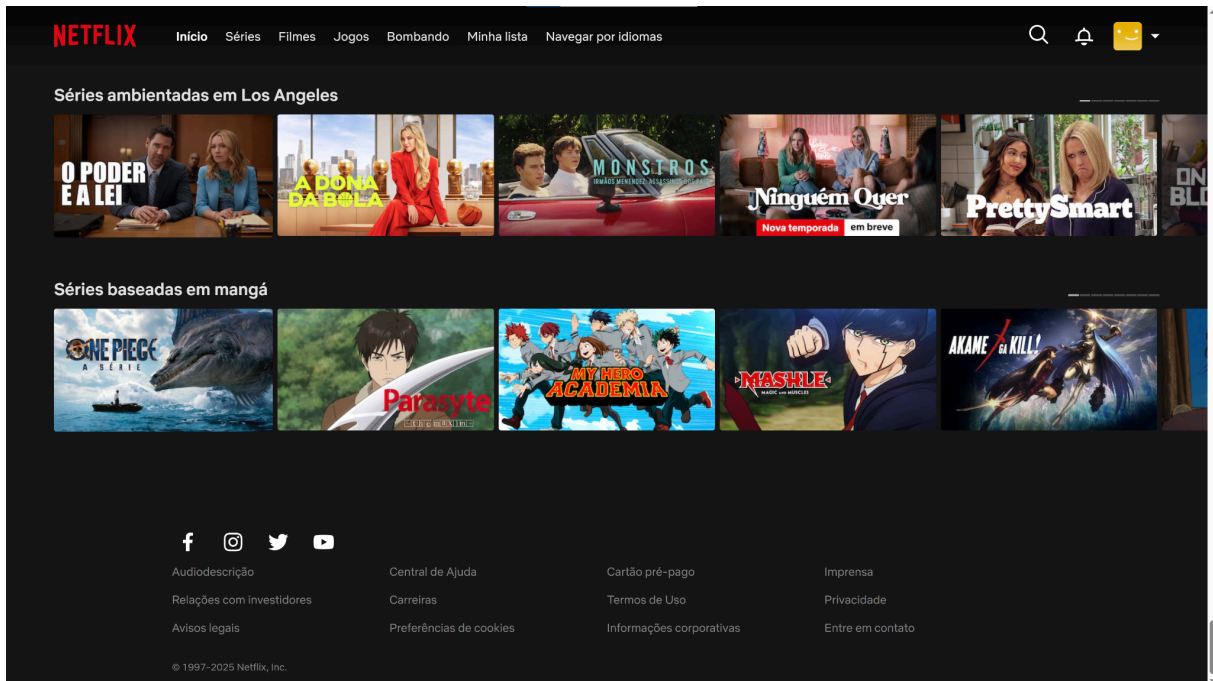
Figura 18 – Esquemas de organização por sequência da janela “ver tudo”



Fonte: Netflix (2025c).

No rodapé do *site* da Netflix, podemos ver que há *hiperlinks* com rótulos textuais e não textuais (ícones) de fácil entendimento, sendo que os textuais direcionam para outros conteúdos e os ícones direcionam para as redes sociais da Netflix (ver Figura 19 a seguir).

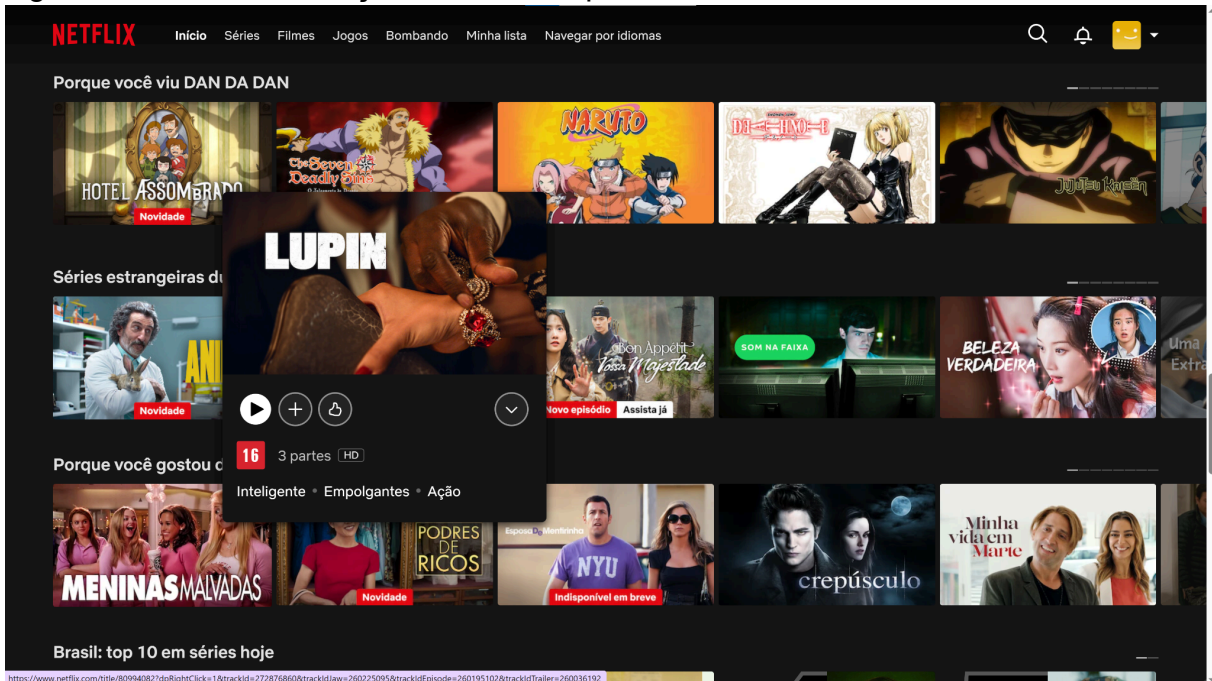
Figura 19 – Rodapé da Netflix



Fonte: Netflix (2025c).

Ao passar o ponteiro do *mouse* por um série ou filme da Netflix, é mostrada uma pré-visualização do conteúdo (ver Figura 20 a seguir), com um *trailer* ou trecho do mesmo. Além disso, apresenta alguns ícones, o primeiro para assistir ao conteúdo, o segundo para adicioná-lo a lista do usuário, o terceiro para avaliá-lo, o quarto para mais informações sobre o conteúdo e o quinto, abaixo do primeiro, apresenta a classificação etária do conteúdo. Ainda, também é apresentado rótulos que se referem aos gêneros do conteúdo.

Figura 20 – Pré-visualização da série “Lupin” na Netflix



Fonte: Netflix (2025c).

Quando selecionado o ícone de “mais informações” sobre o conteúdo, abre-se uma janela que apresenta um *trailer* ou trecho do mesmo, ícones para assistir, adicionar e avaliar o conteúdo, ícones para fechar a janela, mutar o *trailer* ou trecho do conteúdo que está mostrando e a classificação etária do conteúdo (ver Figura 21 a seguir). Ademais, também são apresentados os rótulos textuais “Elenco”, “Gêneros” e “Esta série é” com *hiperlinks* que direcionam o usuário para uma lista com filmes ou séries relacionados ou aos atores e categorias do conteúdo.

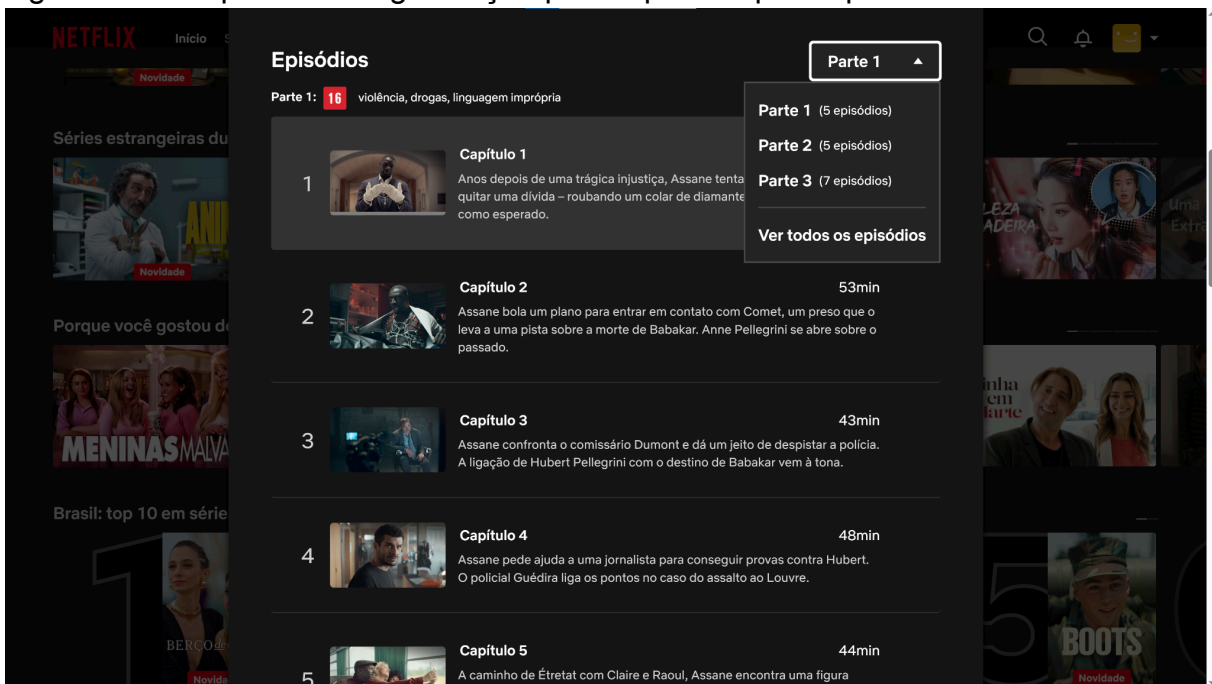
Figura 21 – Janela de “mais informações” da série “Lupin” na Netflix



Fonte: Netflix (2025c).

A Figura 22 (ver a seguir) apresenta como os usuários podem organizar a visualização dos episódios de uma série, tanto pelas temporadas (ou partes) quanto ver a lista de todos os episódios em sequência.

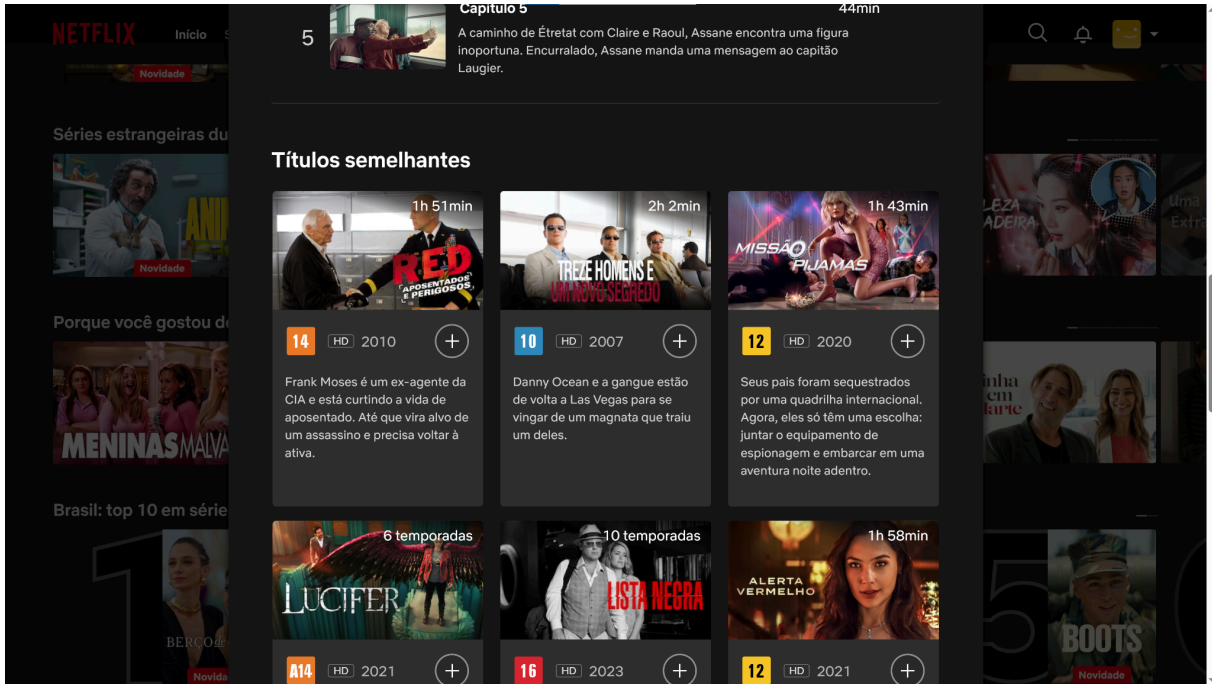
Figura 22 – Esquema de organização por sequência para episódios na Netflix



Fonte: Netflix (2025c).

A Figura 23 (ver a seguir), são mostrados títulos semelhantes ao conteúdo selecionado, podemos selecionar um dos conteúdos que será imediatamente direcionado para assisti-lo ou selecionar o ícone de “mais” para adicionar o conteúdo na lista do usuário.

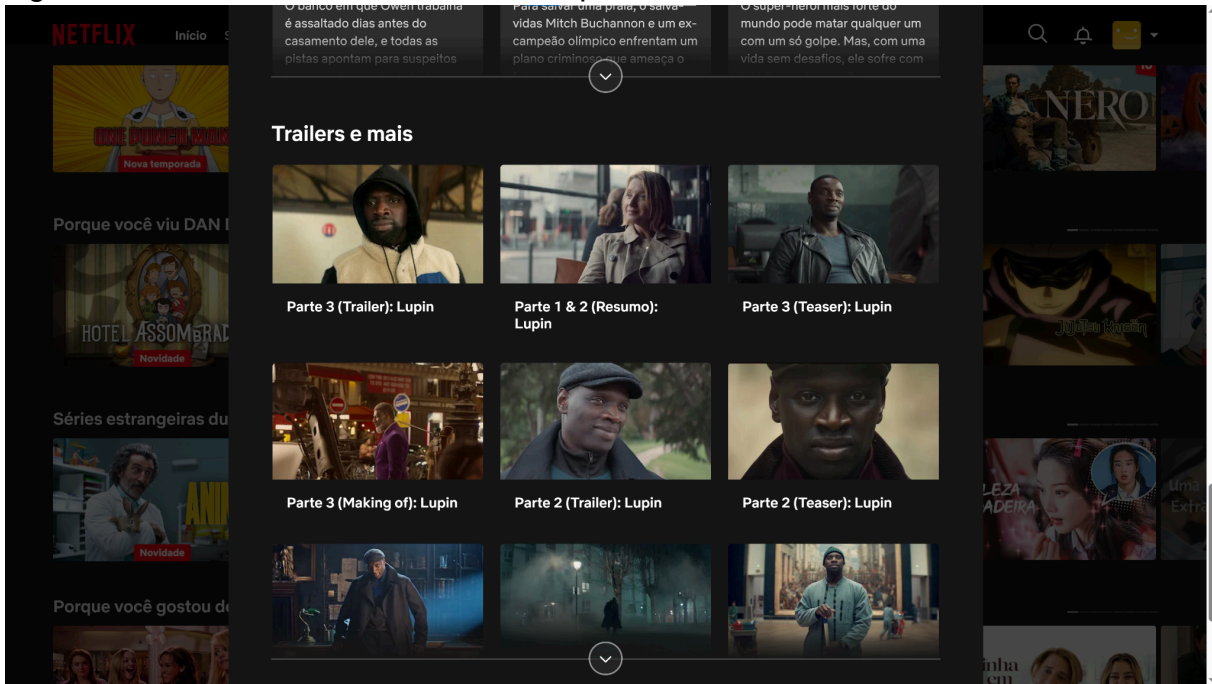
Figura 23 – Títulos semelhantes de série/filme na Netflix



Fonte: Netflix (2025c).

Mais adiante, a Figura 24 (ver a seguir) apresenta *trailers* e mais vídeos, como trechos, repactuações, depoimentos, bastidores, erros de gravação, versões alternativas, entre outros vídeos relacionados ao conteúdo.

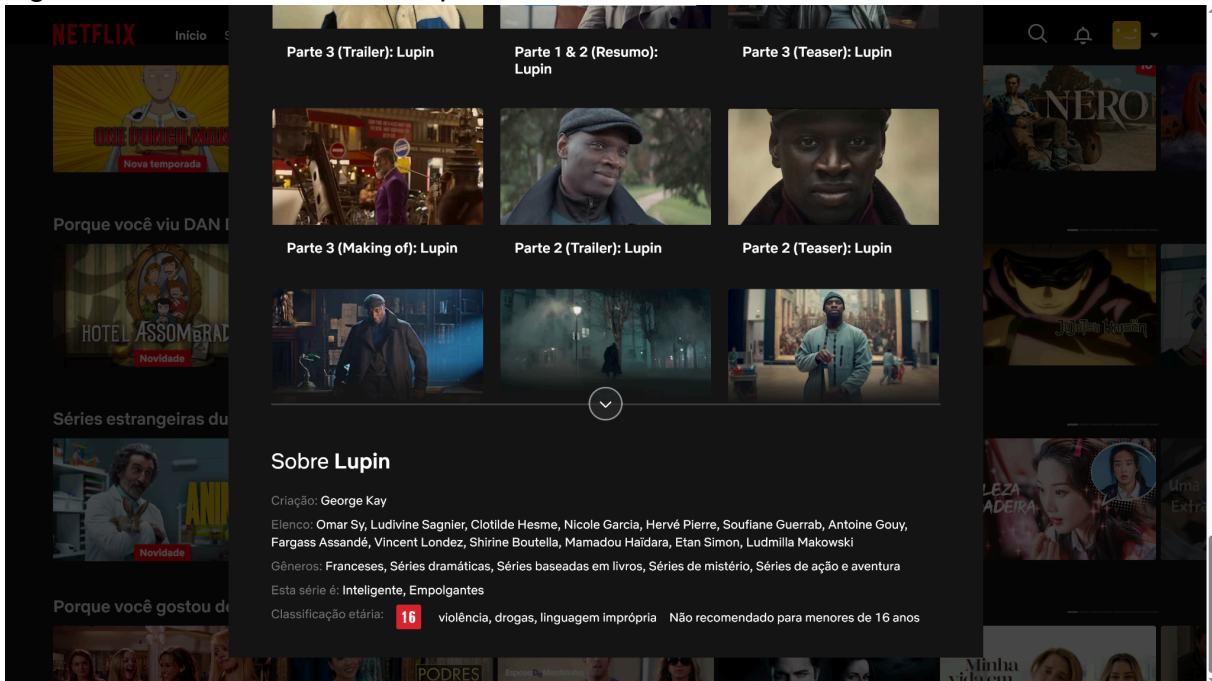
Figura 24 – “Trailers e mais” da série “Lupin” na Netflix



Fonte: Netflix (2025c).

Ao final da janela de “mais informações” do conteúdo (ver Figura 25 a seguir), é apresentada a seção “Sobre”, com os rótulos textuais “Elenco”, “Gêneros” e “Esta série é”, bem como na Figura 21 (ver p. 53), porém com mais *hiperlinks* de atores que participaram do elenco. Além disso, acrescenta os rótulos “Criação”, com o *hiperlink* para mais filmes e séries do mesmo criador do conteúdo, e “Classificação etária”, com o ícone com o número da idade da classificação etária do conteúdo.

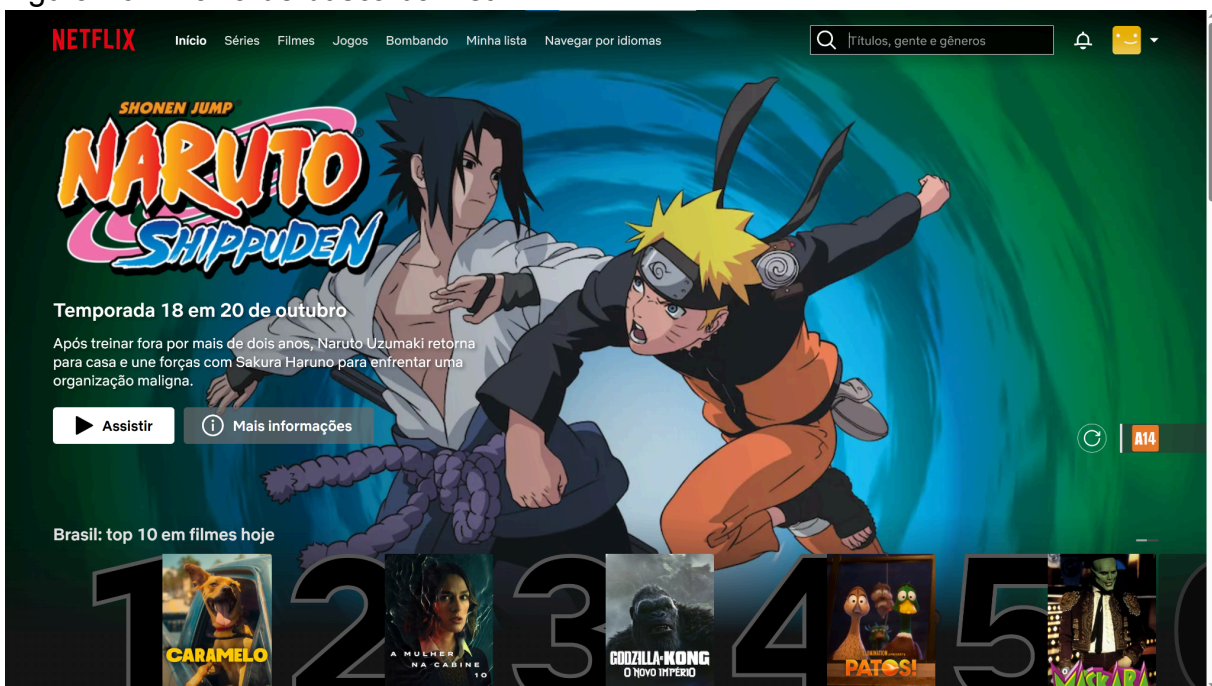
Figura 25 – “Sobre” a série “Lupin” na Netflix



Fonte: Netflix (2025c).

Ao selecionar o ícone de “lupa” presente na barra de navegação, é aberta a barra de busca da Netflix, onde o usuário pode pesquisar os termos que quiser para sua busca por conteúdos (ver Figura 26 a seguir).

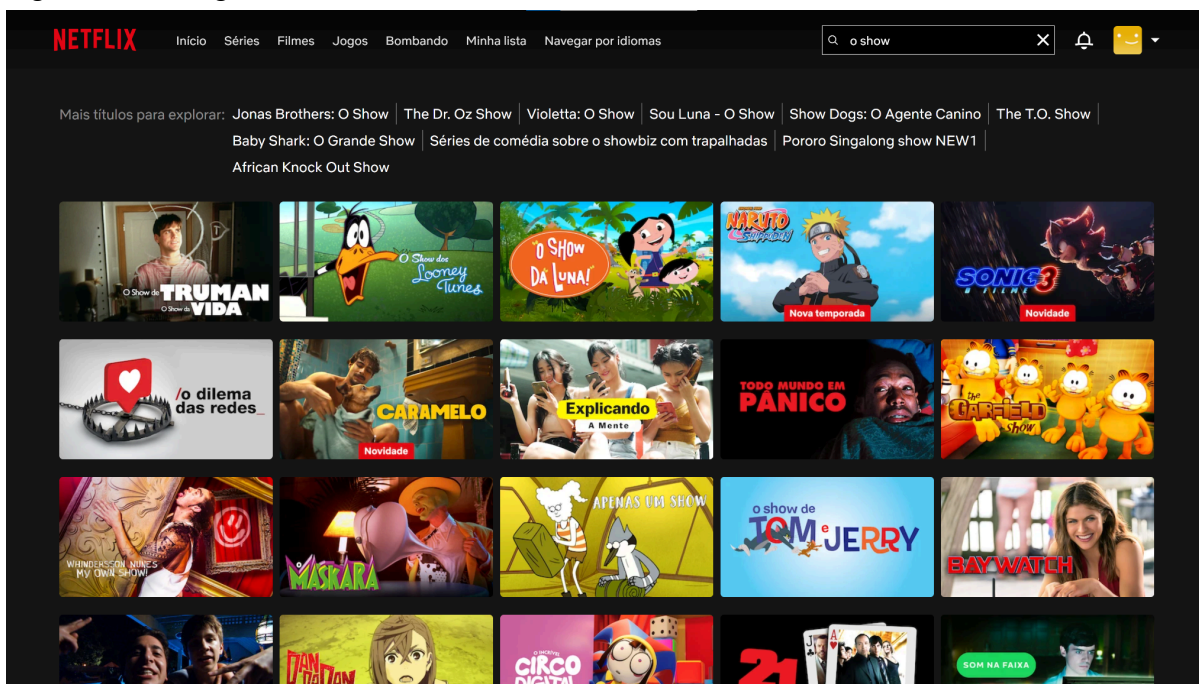
Figura 26 – Barra de busca da Netflix



Fonte: Netflix (2025c).

A Figura 27 (ver a seguir) apresenta a página de resultados de busca pelo termo “o show”, onde percebemos que alguns resultados são conteúdos cujo título possuem o termo pesquisado. Além disso, são sugeridos mais conteúdos para o usuário explorar que também possuem o termo “o show” ou apenas a palavra “show” no título.

Figura 27 – Página de resultados de busca da Netflix



Fonte: Netflix (2025c).

## 5.2 Amazon Prime Video

A Amazon.com foi fundada em 1994 por Jeffrey Bezos, em Seattle nos Estados Unidos da América, com o conceito de ser a primeira livraria *online* aberta todos os dias e em qualquer horário. Ela mostrou que não era necessário ter um local físico para ter uma empresa virtual (Tortorelli, 2018). Começou na garagem de Bezos e com o apoio de sua esposa investiram na ideia de vender livros *online*, devido ao seu preço baixo e ao vasto catálogo de obras, poderiam atingir todo tipo de cliente (Kleina, 2017).

Em virtude do desenvolvimento do *site* e por razões jurídicas, somente em 1995 ocorreu a primeira venda. Em pouco tempo os pedidos foram crescendo e atingindo cada vez mais um grande número de vendas (Tortorelli, 2018). Já no

primeiro mês a Amazon recebeu pedidos de todos os estados dos EUA e vários países pelo mundo (Kleina, 2017).

De um pequeno estoque de livros, em poucos meses os títulos chegaram a milhões. Com este sucesso a “Amazon.com” partiu para a introdução de novos produtos para venda, sendo de marcas renomadas e próprias (Tortorelli, 2018). Entre 1995 e 1999, com a expansão da *internet*, a empresa atingiu um número excepcional de vendas e cresceu incrivelmente (Tortorelli, 2018). Em 1998, iniciou a venda de CDs e DVDs e em 1999, começou a venda de brinquedos e diversos eletrônicos. No ano 2000, ocorreu a grande revolução com o lançamento do *Marketplace*, venda de produtos de outras lojas, mediante pagamento de uma taxa (Kleina, 2017). No entanto, em 2001 a empresa sofreu seu primeiro prejuízo, por conta de taxas fiscais acumulou bilhões de dólares de dívidas, com isso, suas ações começaram a cair. Sem desanimar, seu fundador Jeffrey Bezos, cortou gastos e reestruturou a empresa, colocando ela novamente ao nível de grande varejista *online* (Tortorelli, 2018).

Em 2005, a Amazon disponibilizou o serviço de assinatura premium Amazon Prime, visando diminuir o tempo de entrega dos produtos e oferecer ofertas exclusivas aos assinantes (Kleina, 2017). Logo depois, em 2006, anunciou o serviço Amazon Unbox, para venda e aluguel de filmes e programas de TV diversos, sendo estes necessários baixar para ter acesso (Bicudo, 2019).

Após dez anos, em 2016, liberou o acesso mundial da Amazon Prime Video, plataforma *streaming* de filmes e séries (Kleina, 2017). Os assinantes tiveram acesso a milhares de filmes e séries, os quais poderiam ser acessados em qualquer hora ou lugar e em diversos dispositivos, seja pelo computador, TV, celular ou *tablet* (Bicudo, 2019).

Conhecendo um pouco da história da Amazon, podemos perceber o quanto seu fundador foi visionário e aproveitou a oportunidade de lançar um produto que mudou totalmente o conceito de vendas. Observou os avanços tecnológicos e como aprimorou cada vez mais seus serviços, agregando aos seus usuários a oportunidade de ter acesso ao Prime Vídeo, *streaming* de filmes, séries e demais entretenimento, tornando seu produto cada vez mais atraente ao público e competitivo no mercado tecnológico.

Iniciando a apresentação da plataforma de *streaming* da Amazon Prime Video, observamos que em sua página inicial, o sistema de rotulagem utiliza

palavras de fácil entendimento, como o botão “Faça Login”, para os assinantes fazerem o *login* na plataforma, o botão “Experimente 30 dias grátis” e “Assine o Prime”, para usuários em potencial realizarem o cadastro de assinatura do serviço (ver Figura 28 a seguir). Ainda nesta página, é possível ver a barra de navegação da plataforma, que utiliza o sistema de navegação global, permitindo que usuários assinantes e não assinantes possam navegar pela plataforma sem ter feito o *login*.

Figura 28 – Página inicial da Prime Video



Fonte: Amazon (2025b).

A Figura 29 (ver a seguir), apresenta a página de *login* da Prime Vídeo, onde percebemos que os rótulos também são de fácil entendimento, possibilitando fazer o *login* tanto por email ou número de celular. Após preencher e selecionar “continuar”, o usuário é direcionado para digitar a senha. Caso o usuário não for assinante, há o *hiperlink* “Criar sua conta da Amazon”, direcionando para o cadastro de assinatura.

Figura 29 – Página de *login* da Prime Video


prime video

Fazer login

Insira um número de celular ou um endereço de e-mail

Continuar

Ao continuar, você concorda com as [Condições de uso](#) e [Notificação de atualizações](#) da Amazon.

Precisa de ajuda? 

Esqueci a senha

Novo na Amazon?

Criar sua conta da Amazon

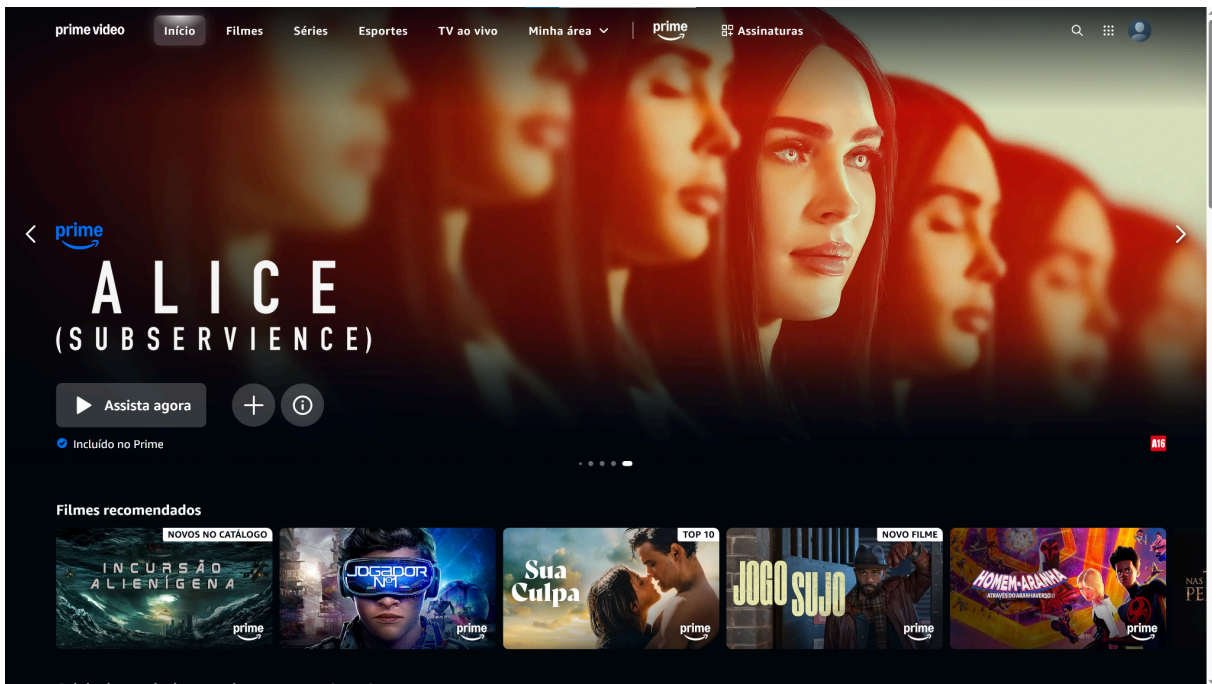
[Termos e aviso de privacidade](#) [Enviar feedback](#) [Ajuda](#)

© 2021-2025 Amazon.com, Inc. ou suas afiliadas

Fonte: Amazon (2025f).

Após a realização do *login*, é apresentada a página inicial da plataforma para o usuário logado (ver Figura 30 a seguir). Destacamos novamente a barra de navegação, que utiliza o sistema de navegação global. Além disso, os sistemas de rotulagem, que apresentam rótulos textuais e não textuais fáceis de compreender, e a estrutura de organização linear, que apresenta um carrossel de destaque de filmes e séries sugeridas para todos os usuários da Prime Video. Ao selecionar o ícone “Prime”, são apresentados somente os conteúdos incluídos na Prime Video, já o ícone “Assinaturas” são apresentados apenas os conteúdos de outras assinaturas que o usuário pode realizar.

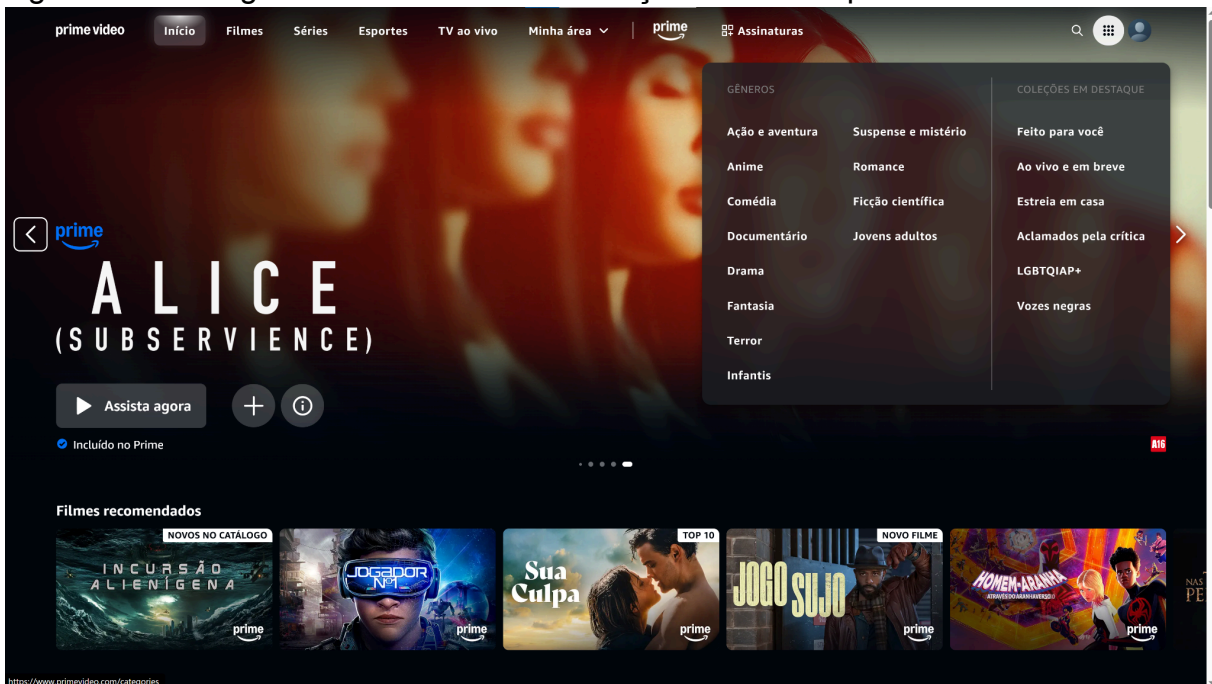
Figura 30 – Página inicial da Prime Video para usuário logado



Fonte: Amazon (2025e).

Ao passar o ponteiro no ícone de “nove pontos”, ao lado do ícone do usuário, abre-se uma expansão mostrando as categorias de “Gêneros” e “Coleções em destaque” pelo sistema de navegação local (ver figura 31 a seguir).

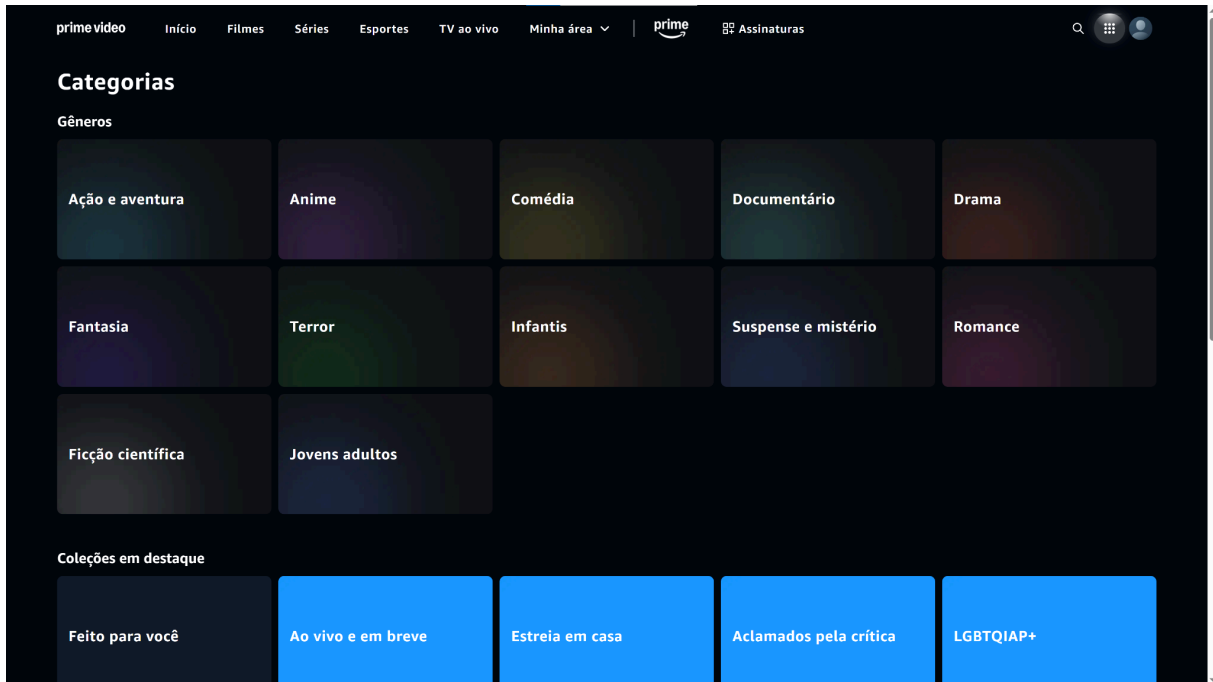
Figura 31 – Categorias de “Gêneros” e “Coleções de destaque” da Prime Video



Fonte: Amazon (2025e).

Quando selecionado o ícone de “nove pontos”, o usuário é direcionado para uma página com as mesmas categorias, porém com a visualização maior (ver Figura 32 a seguir).

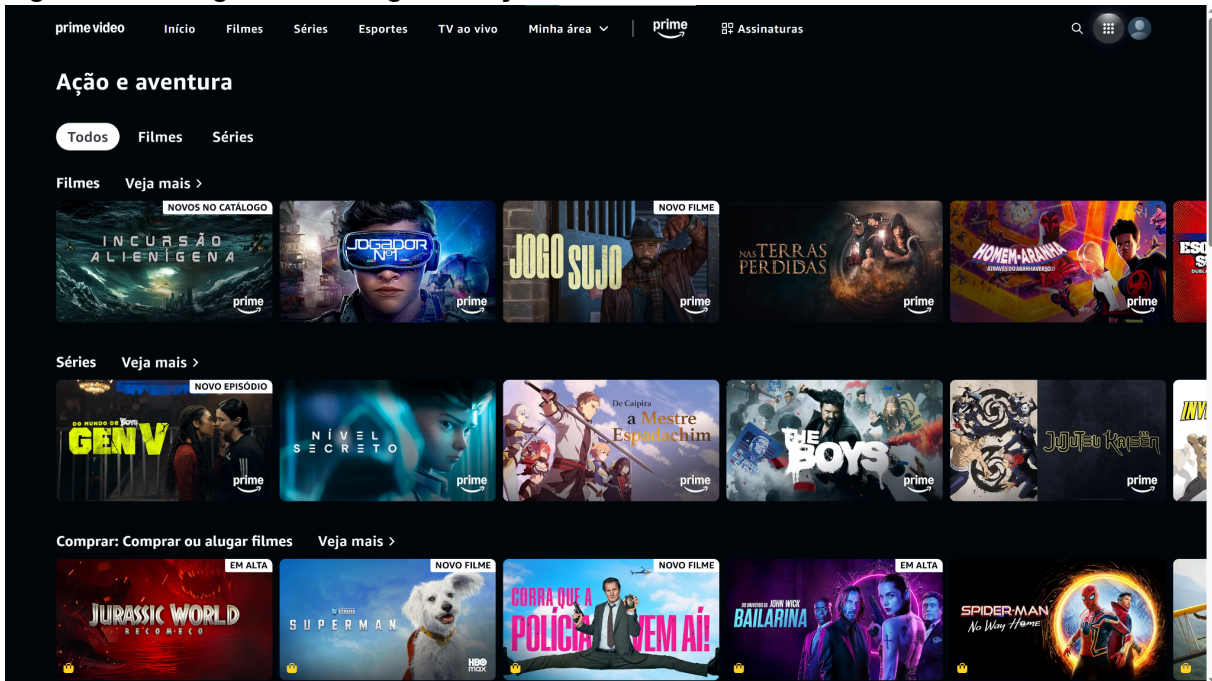
Figura 32 – Página de categorias da Prime Video



Fonte: Amazon (2025c).

A Figura 33 (ver a seguir), apresenta a categoria “Ação e aventura” da Prime Video. Nota-se que além de estar apresentando todos os conteúdos, o usuário também pode visualizar apenas os filmes ou séries dessa categoria, utilizando os filtros de busca.

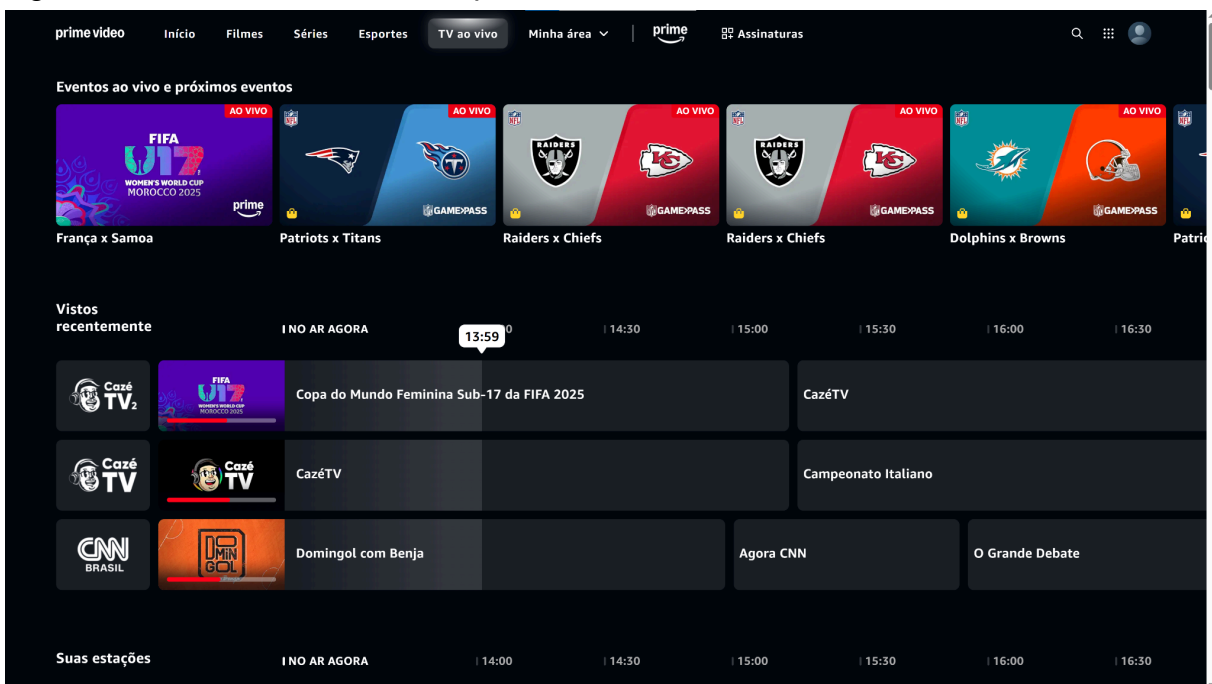
Figura 33 – Página da categoria “Ação e aventura” da Prime Video



Fonte: Amazon (2025a).

Na página “TV ao vivo”, percebemos que além do carrossel de destaque para “Eventos ao vivo e próximos eventos”, também há uma estrutura de organização matricial com o guia de canais incluídos na Prime Video (ver Figura 34 a seguir).

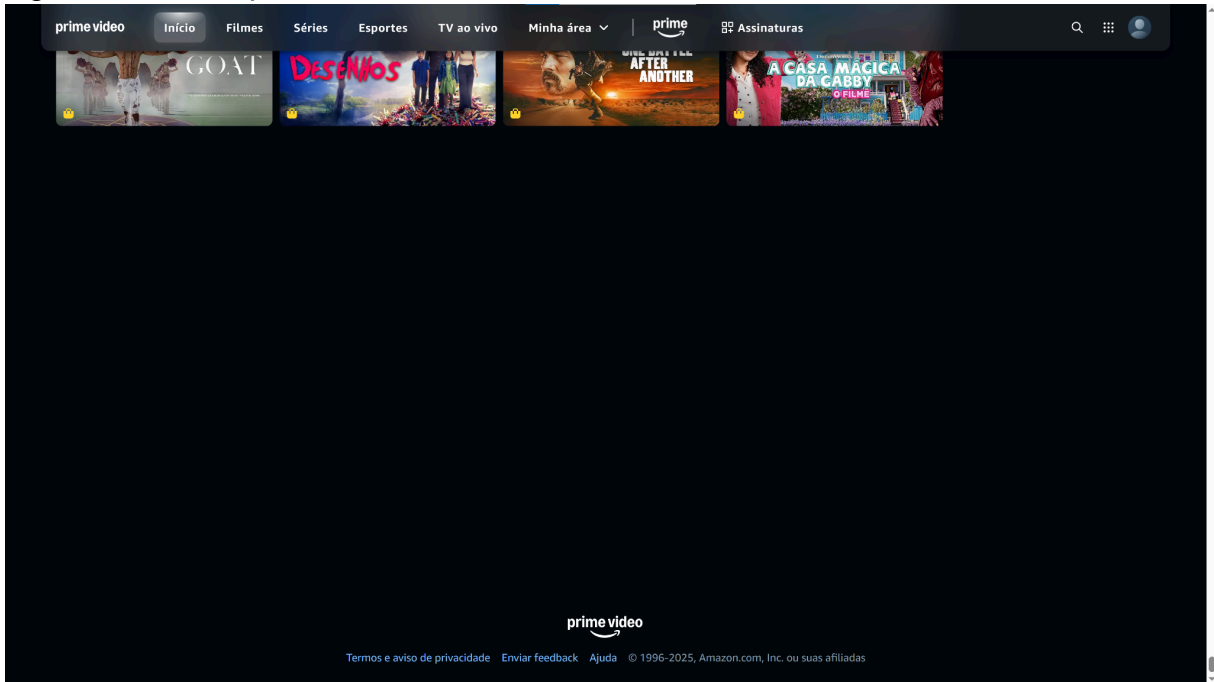
Figura 34 – Guia de canais de esportes da Prime Video



Fonte: Amazon (2025g).

No rodapé do *site* da Prime Video, são apresentados *hiperlinks* com rótulos textuais de fácil entendimento, que direcionam para outros conteúdos da plataforma (ver Figura 35 a seguir).

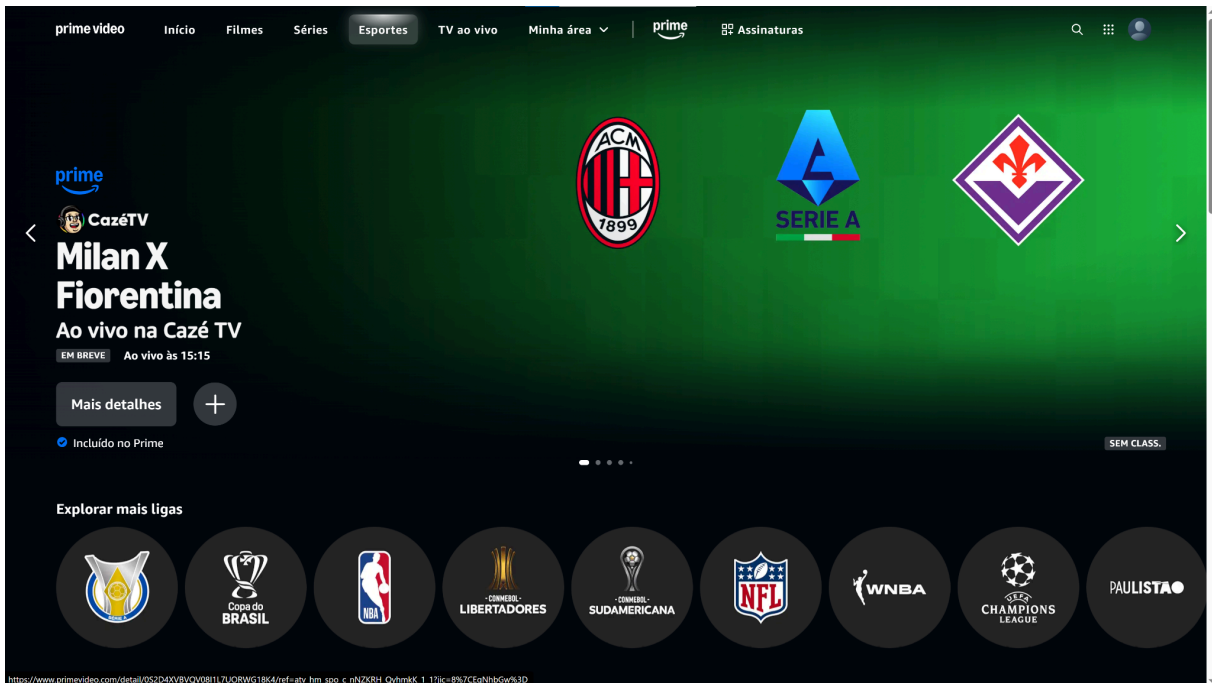
Figura 35 – Rodapé da Prime Video



Fonte: Amazon (2025e).

Na página “Esportes” da Prime Video, podemos ver que os usuários podem navegar pelas ligas esportivas através de seus ícones, que também possui a estrutura de organização linear de carrossel de destaque (ver Figura 36 a seguir).

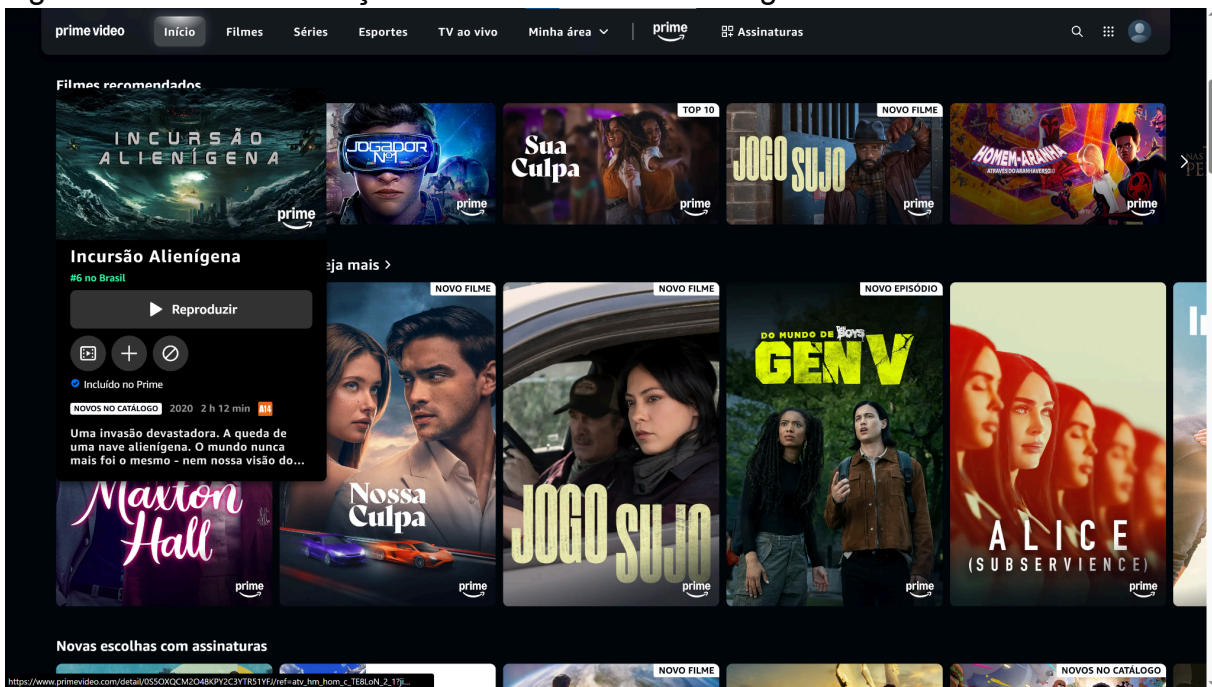
Figura 36 – Página “Esportes” da Prime Video



Fonte: Amazon (2025d).

Quando passado o ponteiro do *mouse* por uma série ou filme da Prime Video, é mostrada uma pré-visualização do conteúdo (ver Figura 37 a seguir) com um *trailer* ou trecho do mesmo. Ainda, além do rótulo iconográfico e textual “reproduzir” para assistir ao conteúdo, também são apresentados ícones para assistir ao *trailer*, adicionar à lista e ocultar o conteúdo.

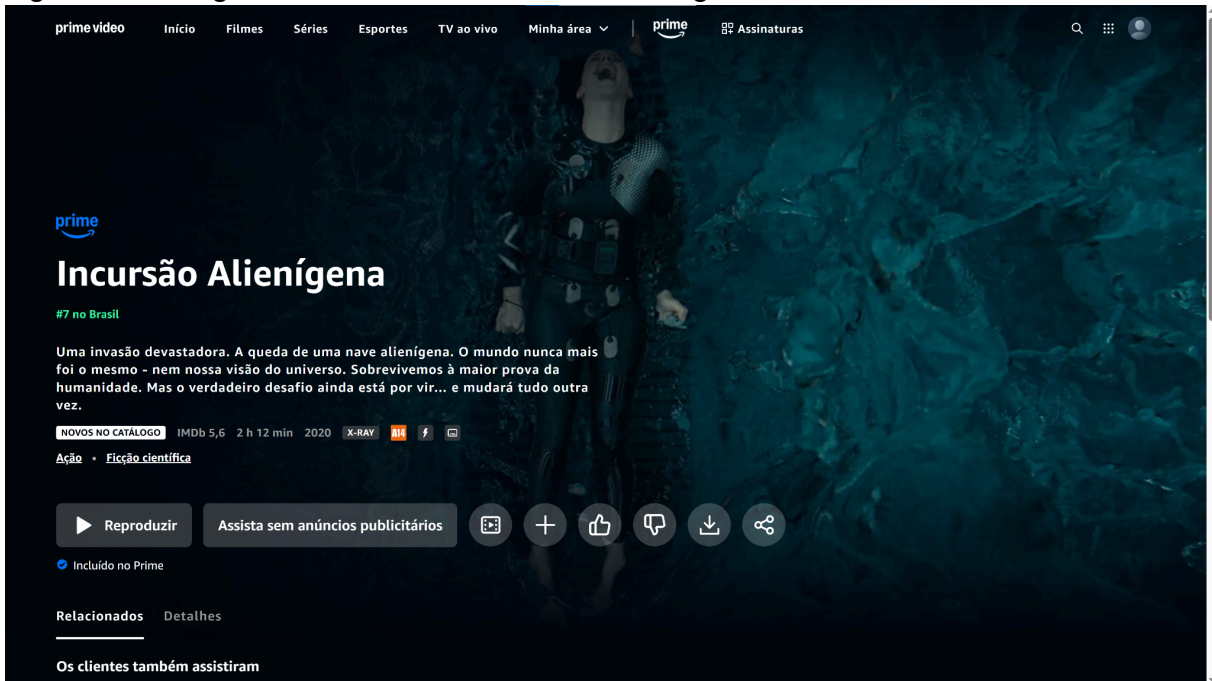
Figura 37 – Pré-visualização do filme “Incursoção Alienígena” na Prime Video



Fonte: Amazon (2025e).

Ao selecionar a pré-visualização, o usuário é direcionado para uma página com mais informações sobre o conteúdo (ver Figura 38 a seguir), onde apresenta um *trailer* ou trecho do mesmo, um rótulo iconográfico e textual “reproduzir”, para assistir ao conteúdo, os rótulos textuais “Assista sem anúncios”, que direciona o usuário para assinar o serviço sem anúncios, “Relacionados”, que apresentam outros conteúdos referentes ao selecionado, e “Detalhes”, que apresentam outras informações sobre o conteúdo. Além desses, também são apresentados os ícones para assistir ao *trailer*, adicionar a lista do usuário, avaliar o conteúdo, baixar o conteúdo e compartilhar o conteúdo.

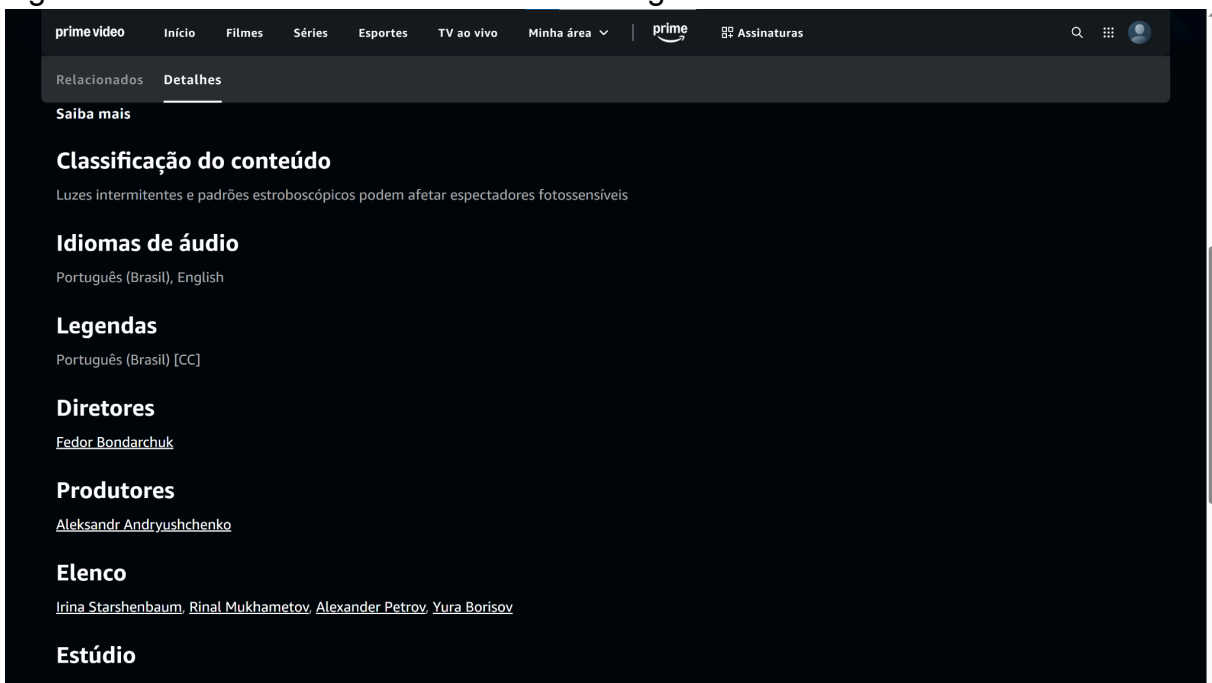
Figura 38 – Página sobre o filme “Incursoão alienígena” na Prime Video



Fonte: Amazon (2025e).

A Figura 39 (ver a seguir), apresenta mais informações sobre o conteúdo, com rótulos textuais com *hiperlinks* que direcionam o usuário para outros conteúdos relacionados que possuem os mesmos diretores, ou produtores, ou atores do elenco do filme ou série selecionado.

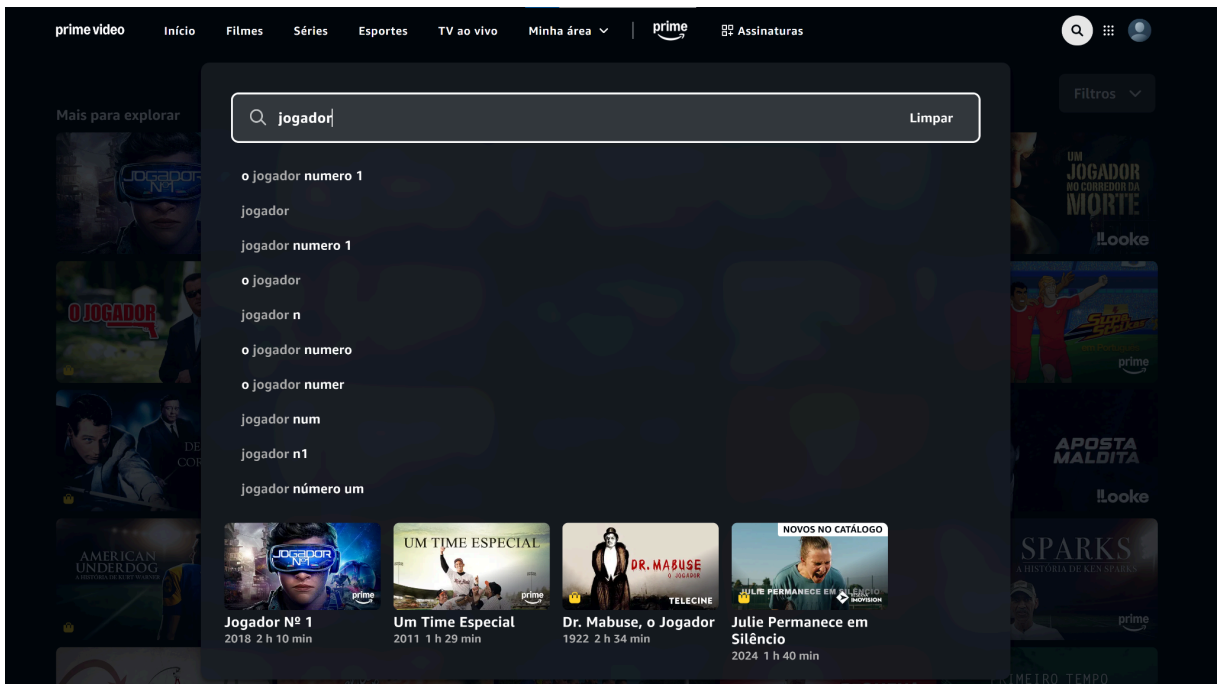
Figura 39 – Detalhes do filme “Incursoão alienígena” na Prime Video



Fonte: Amazon (2025e).

Quando selecionado o ícone de “lupa” presente na barra de navegação, abre-se uma janela com a barra de busca da Prime vídeo (ver Figura 40 a seguir). Digitando o termo “jogador”, percebemos que é apresentado o recurso de busca como sugestões automáticas e alguns conteúdos para selecionar. Também é possível “limpar” o termo que foi digitado, caso tenha sido escrito errado ou queira pesquisar por outros termos de forma mais rápida.

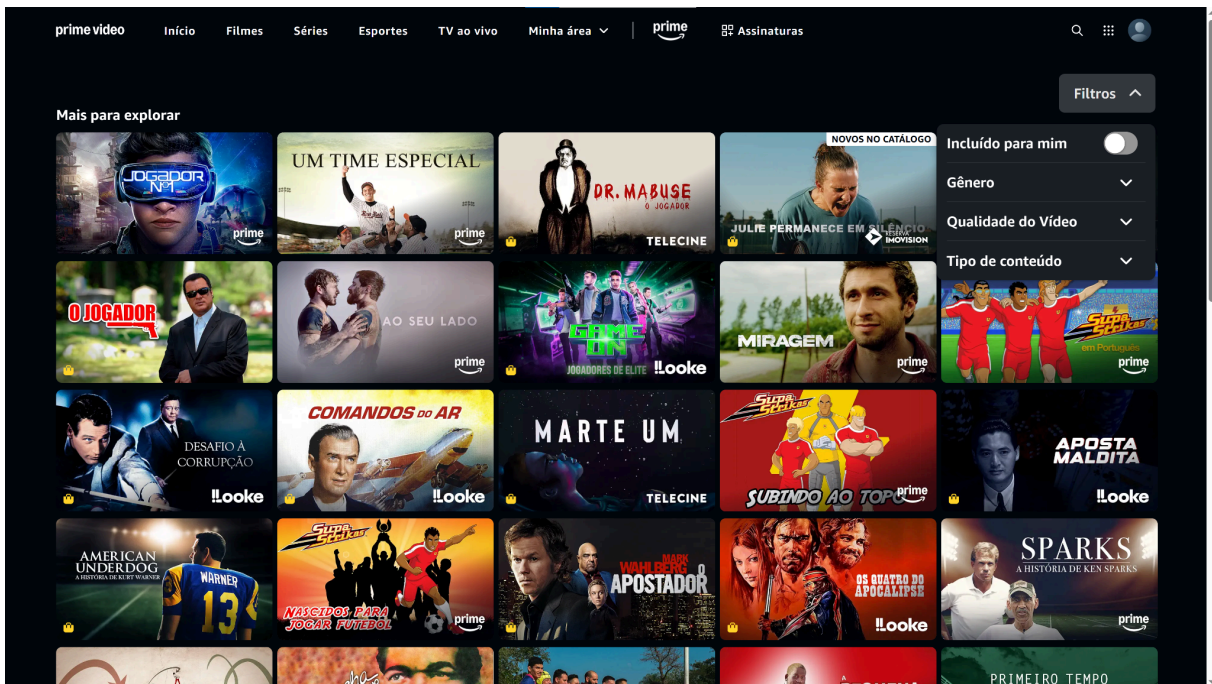
Figura 40 – Barra de busca da Prime Video



Fonte: Amazon (2025e).

Após apertar a tecla “enter” do teclado, o usuário é direcionado para a página de resultados. No caso da Figura 41 (ver a seguir), são apresentados os resultados para o termo “jogador”, onde notamos que aparecem apenas alguns conteúdos com o termo buscado no título. Além disso, é possível utilizar filtros de busca como “Incluído para mim”, “Gênero”, “Qualidade de Vídeo” e “Tipo de conteúdo” para melhorar a pesquisa do conteúdo que o usuário deseja encontrar.

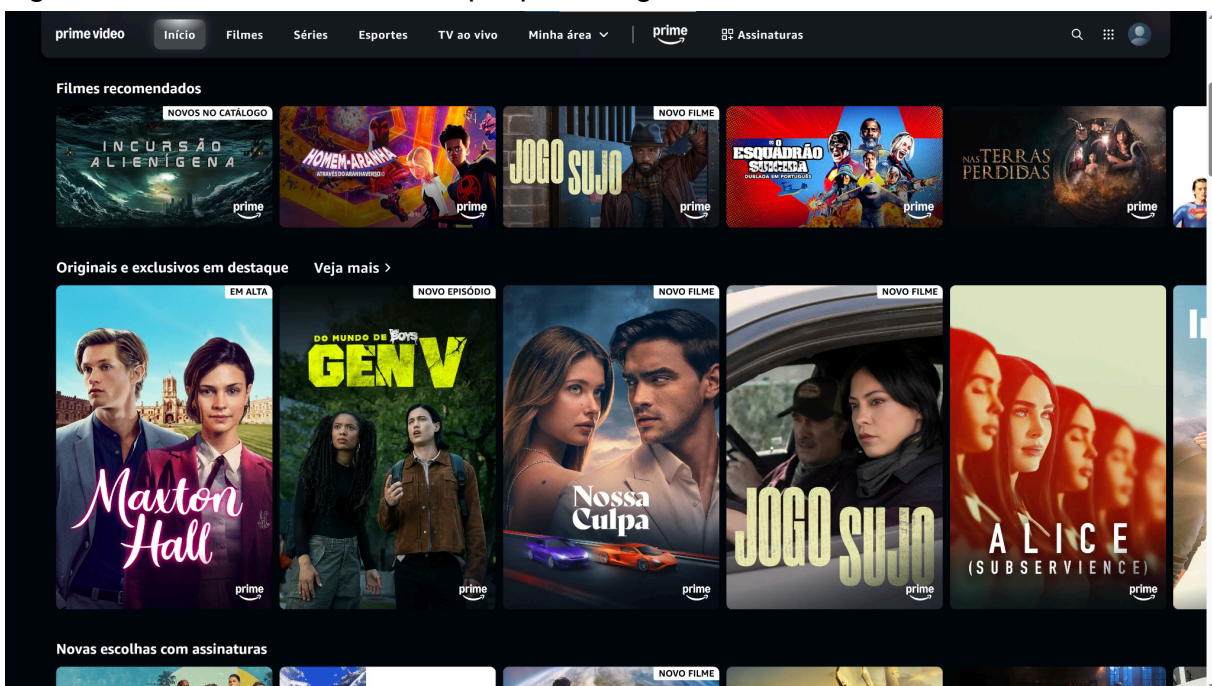
Figura 41 – Página de resultados do termo “jogador” da Prime Video



Fonte: Amazon (2025e).

Na Figura 42 (ver a seguir), nota-se que os conteúdos da Prime Video são organizados por categorias em estruturas de organização linear de carrosséis de destaque. Ademais, há categorias que possuem *hiperlinks* com o rótulo “Veja mais”.

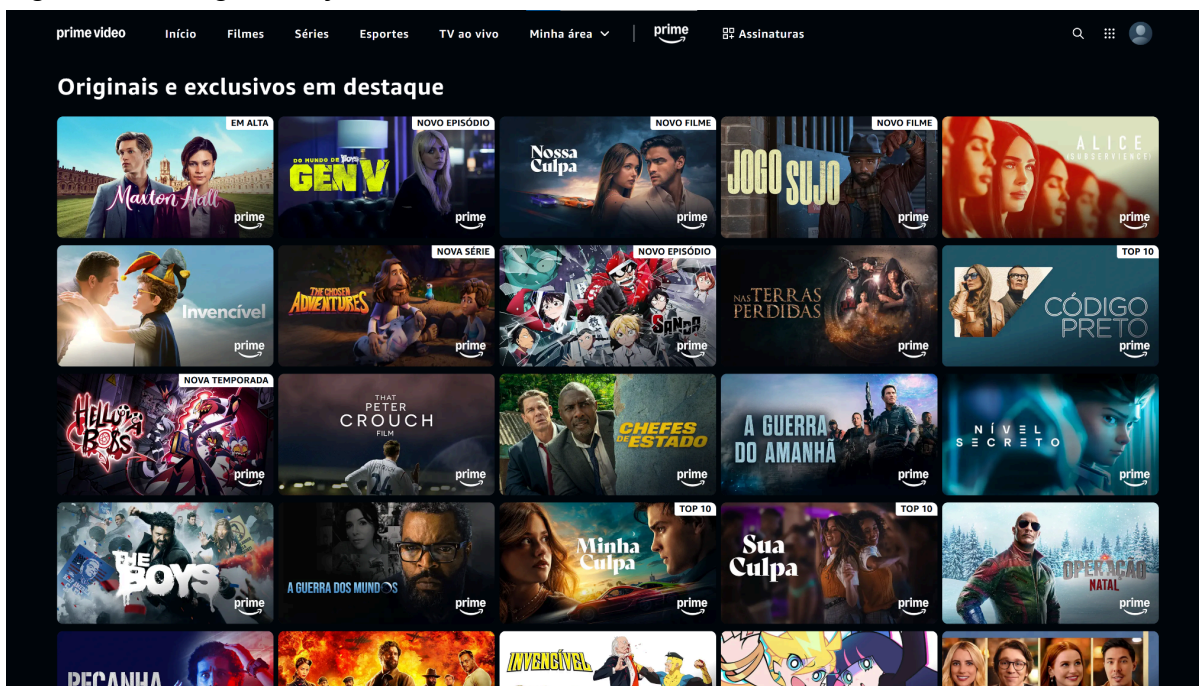
Figura 42 – Carrosséis de destaque por categoria da Prime Video



Fonte: Amazon (2025e).

Quando selecionado o *hiperlink* “Veja mais”, o usuário é direcionado para uma página com mais conteúdos relacionados a categoria, além dos apresentados no carrossel de destaque (ver Figura 43 a seguir).

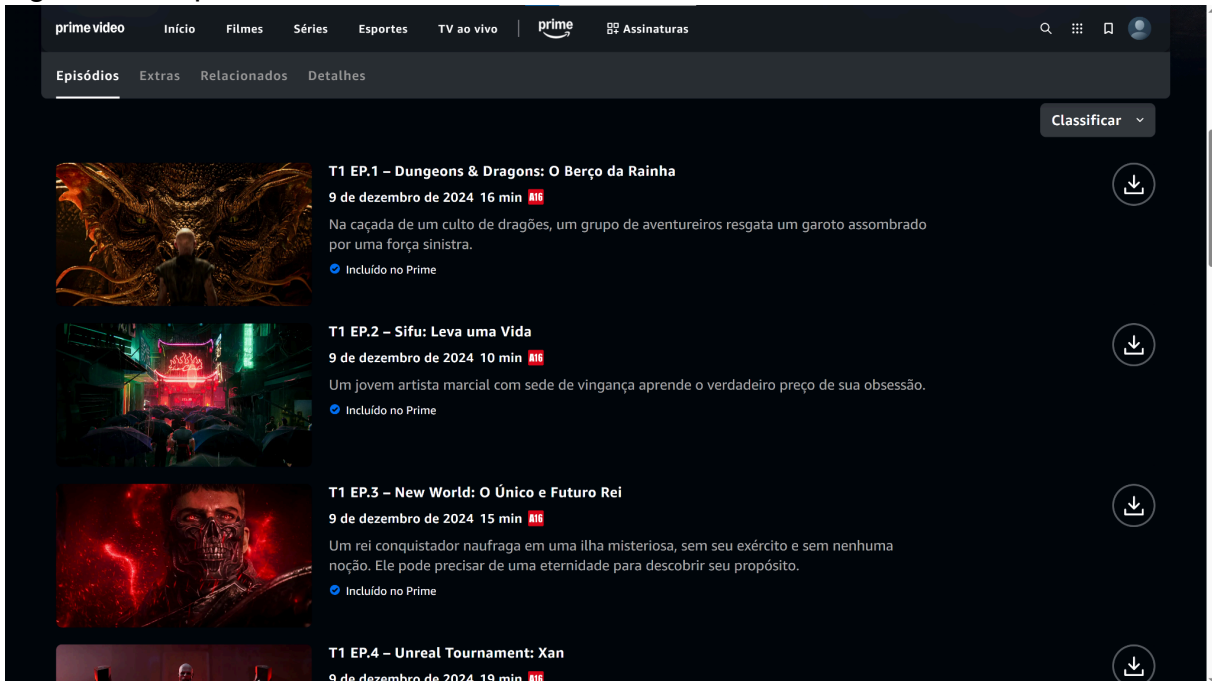
Figura 43 – Página “veja mais” da Prime Video



Fonte: Amazon (2025e).

A Figura 44 (ver a seguir) apresenta os episódios de uma série na Prime Video, onde podemos perceber que na página, cada episódio apresentado possui um ícone para baixar o conteúdo para assistir mais tarde, caso tenha o aplicativo da Prime Video instalado no computador, do contrário, o usuário será direcionado para instalar o aplicativo. Além disso, é possível organizar os episódios ao selecionar o botão “Classificar” e escolher por “Número do episódio” ou “Episódios mais recentes”, sendo os ambos esquemas de organização ou sequência.

Figura 44 – Episódios da série “Nível secreto” na Prime Video



Fonte: Amazon (2025e).

### 5.3 Comparação entre as plataformas selecionadas

Quando comparadas as abordagens adotadas pelas plataformas de *streaming* de vídeos Netflix e Amazon Prime Video com relação aos sistemas da Arquitetura da Informação, notamos semelhanças e diferenças.

Os aspectos semelhantes destacados são:

- a. Ambas as plataformas utilizam sistemas de rotulagem de fácil entendimento para os usuários.
- b. Ambas as plataformas utilizam esquemas de organização por sequência e estrutura de organização linear para organizar seus conteúdos.
- c. Ambas as plataformas utilizam o sistema de navegação global com uma barra de navegação para disporem os *links* da página inicial e outros conteúdos do *site*.
- d. Ambas as plataformas utilizam a barra de busca para o sistema de busca, que aparece após selecionar o ícone de “lupa”, e apresentam uma página de resultados de busca com conteúdos relacionados ao termo pesquisado.

Os aspectos diferentes destacados são:

- a. A plataforma da Prime Video, por apresentar conteúdos de canais ao vivo, utiliza a estrutura de organização matricial para organizar os conteúdos ao vivo com o guia de canais.
- b. Ambas as plataforma utilizam alguns rótulos não textuais (ícones) diferentes.
- c. A plataforma da Netflix possui uma página de navegação por idiomas, com filtros de busca que facilitam a procura do usuário por filmes e séries de sua preferência.
- d. A plataforma da Prime Video utiliza o sistema de navegação local que dispõe as categorias de conteúdos, o que pode facilitar a navegação e busca do usuário por filmes e séries de sua preferência.
- e. A plataforma da Prime Video utiliza o recurso de sistema de busca de sugestões automáticas enquanto o usuário digita o termo que deseja pesquisar, no entanto a Netflix apresenta sugestões de busca apenas na página de resultados pelo termo pesquisado.

Após a realização da análise comparativa das plataformas de *streaming* de vídeos Netflix e Amazon Prime Video, a próxima seção apresenta como ocorreu o desenvolvimento do *checklist*.

## 6 DESENVOLVIMENTO DO CHECKLIST

Para o desenvolvimento do *checklist* para a avaliação dos sistemas da Arquitetura da Informação em conjunto com as heurísticas de Nielsen em plataformas de *streaming* de vídeos, foram utilizados os aspectos abordados nas seções 3, 4 e 5 deste trabalho.

A proposta de *checklist* é destinada a profissionais da Biblioteconomia e Ciência da Informação, profissionais de experiência de usuário e desenvolvedores de *software* na identificação de boas práticas e possíveis falhas nas plataforma de *streaming* de vídeos do modelo *web*, considerando os aspectos dos sistemas da AI, as heurísticas de Nielsen e as semelhanças e diferenças positivas das plataforma Netflix e Amazon Prime Video, assim promovendo uma boa experiência de usuário aos assinantes de serviços de *streaming*.

A seguir, é apresentado as questões utilizadas no *checklist*, bem como as justificativas para elas, com base na forma de apresentação empregada no trabalho de conclusão de curso “A Arquitetura da Informação para avaliação de bibliotecas digitais: uma proposta de *checklist*” da autora Silva (2024).

O Apêndice A deste trabalho apresenta o *checklist* estruturado para a aplicação, com os itens listados e a escala de Likert “Não atende”, “Atende pouco”, “Nem atende, nem não atende”, “Atende bem” e “Atende totalmente” para marcar a opção que mais se enquadra, conforme a questão analisada.

### Sistema de organização

1. *A interface da plataforma apresenta os conteúdos oferecidos de forma clara e coesa?*

**Justificativa do item:** Questão adaptada do estudo de Silva (2024). No caso das plataformas de *streaming* de vídeos, é necessário que os conteúdos sejam organizados de forma clara e coesa para que os seus usuários compreendam com facilidade a interface do serviço.

2. *A interface da plataforma apresenta carrosséis de destaque bem estruturados?*

**Justificativa do item:** Conforme as plataformas analisadas (ver subseções 5.1 e 5.2), a maioria dos conteúdos são organizados pela estrutura de organização linear de carrosséis de destaque (ver subseção 3.1), possibilitando ao usuário visualizar os conteúdos de maneira reconhecida e compreensível.

*3. Caso o serviço possua canais ao vivo, a interface da plataforma apresenta guias de canais bem estruturados?*

**Justificativa do item:** Como apresentado na plataforma da Prime Video (ver subseção 5.2), os canais ao vivo são organizados como uma estrutura de organização matricial de guia de canais (ver subseção 3.1), o que pode facilitar a visualização dos canais e seus programas para os usuários.

### **Sistema de rotulagem**

*4. A interface da plataforma apresenta rótulos textuais e não textuais (ícones) que podem ser facilmente identificados como selecionáveis?*

**Justificativa do item:** Questão adaptada do estudo de Silva (2024). É necessário que a plataforma apresente rótulos que os usuário possa identificar de forma intuitiva que são selecionáveis.

*5. Os rótulos selecionáveis da plataforma correspondem corretamente com as suas funções ou páginas subsequentes?*

**Justificativa do item:** Os rótulos selecionáveis da plataforma necessitam estar de acordo com os seus objetivos, sendo executando uma ação específica ou direcionando o usuário para uma página correspondente.

### **Sistema de navegação**

*6. A interface da plataforma apresenta uma barra de navegação bem estruturada?*

**Justificativa do item:** Como observado nas plataformas analisadas (ver subseções 5.1 e 5.2), são utilizados o sistema de navegação global com uma barra de navegação com os *links* da página inicial e os demais conteúdos do *site* (ver subseção 3.3), que é necessário para auxiliar a navegação do usuário pela interface da plataforma.

7. *A barra de navegação da plataforma apresenta expansões que mostram as categorias de filmes e séries disponíveis com hiperlinks para acessar seus conteúdos?*

**Justificativa do item:** Como apresentado na plataforma da Prime Video (ver subseção 5.2), a barra de navegação pode apresentar o sistema de navegação local para dispor *hiperlinks* das categorias de conteúdos do serviço, o que pode facilitar a navegação e busca do usuário por filmes e séries de sua escolha.

8. *A interface da plataforma permite voltar para a página inicial imediatamente de qualquer outra página acessada?*

**Justificativa do item:** Questão adaptada do estudo de Silva (2024). A autora destaca que é comum que *websites* possuam uma forma de direcionar o usuário novamente para a página inicial sem que tenha que voltar página à página da trilha de busca realizada. Podem ser apresentados como o rótulo textual “Início” ou a logo do serviço de *streaming*, como visto anteriormente na apresentação das plataformas analisadas (ver subseções 5.1 e 5.2).

## **Sistema de busca**

9. *A interface da plataforma apresenta uma barra de busca facilmente localizada, seja na barra de navegação ou ao selecionar um ícone de “lupa”?*

**Justificativa do item:** Como apresentado nas plataformas analisadas (ver subseções 5.1 e 5.2), o sistema de busca possui uma barra de busca, que é exibida quando selecionado o ícone de “lupa”, porém em outras plataformas é possível ser apresentada a barra de busca sem a necessidade de selecionar este ícone. Além

disso, a barra de busca precisa ser de fácil acesso para que o usuário a encontre e efetue a busca de sua preferência com rapidez.

*10. A barra de busca possui o recurso de sugestões automáticas durante a digitação de um termo?*

**Justificativa do item:** Como apresentada na plataforma da Prime Video (ver subseção 5.2), a barra de busca pode apresentar sugestões automáticas, recurso geralmente presente em sistemas de busca (ver subseção 3.4). Dessa forma, o usuário pode otimizar o seu tempo ao realizar uma busca.

*11. A página de resultados de busca apresenta filtros que possam auxiliar o usuário a pesquisar pelo conteúdo que deseja?*

**Justificativa do item:** Questão adaptada do estudo de Silva (2024). Ao realizar uma busca na plataforma, os filtros de busca podem ajudar os usuários a refinar a pesquisa (ver subseção 3.4), sendo assim, encontrando o conteúdo de sua preferência.

### **Heurísticas de Nielsen**

*12. A interface da plataforma mantém o usuário informado sobre tudo o que está aparecendo em todas as páginas?*

**Justificativa do item:** A plataforma de *streaming* deve sempre manter o usuário informado sobre o que está aparecendo na tela. A informação deve ser rápida e explicar com clareza o que deve ser efetuado para corrigir um possível erro de digitação (ver item 4.1.1).

*13. A interface da plataforma utiliza um vocabulário de fácil entendimento ao usuário em todas as páginas?*

**Justificativa do item:** A plataforma deve utilizar um vocabulário familiar ao usuário, deve usar palavras cotidianas, que facilite o entendimento e ajude o usuário a acessar e localizar o que está procurando (ver item 4.1.2).

*14. A interface da plataforma possui formas de cancelar/desfazer ações dos usuários?*

**Justificativa do item:** A plataforma deve ter a opção do usuário desfazer uma ação indesejada imediatamente e conseguir voltar ao ponto de partida com facilidade (ver item 4.1.3).

*15. A interface da plataforma apresenta padrões de rótulos textuais e não textuais (ícones) consistentes e conhecidos pelos seus usuários?*

**Justificativa do item:** A plataforma deve apresentar um *layout* já conhecido do usuário, com ícones e padrões similares aos demais sistemas. Quando o usuário reconhece um processo, fica mais fácil de operá-lo, sem ter que aprender um novo procedimento (ver item 4.1.4).

*16. A interface da plataforma apresenta a opção de confirmar se o que está aparecendo na tela é realmente a ação que o usuário deseja executar?*

**Justificativa do item:** A plataforma deve sempre garantir que o usuário não cometa erros, deve disponibilizar mecanismos para evitar que o usuário execute uma ação indesejada, garantindo assim, segurança e confiança ao mesmo (ver item 4.1.5).

*17. A interface da plataforma é de fácil compreensão e ajuda o usuário a encontrar o que deseja?*

**Justificativa do item:** A plataforma deve conduzir o usuário a executar o processo desejado sem ter que usar muito seu raciocínio. Deve evitar etapas complexas e difíceis de serem executadas. O usuário deve chegar ao seu objetivo sem nenhum esforço cognitivo (ver item 4.1.6).

*18. A interface da plataforma oferece ao usuário a opção de criar atalho, como por exemplo, uma pasta para que ele possa personalizar sua busca?*

**Justificativa do item:** A plataforma deve oferecer ao usuário a possibilidade de personalizar suas escolhas, disponibilizando atalhos e pastas, onde o usuário possa facilmente localizar suas preferências (ver item 4.1.7).

*19. A interface da plataforma apresenta informações simples e objetivas, as quais serão necessárias naquele momento ao usuário, ou seja, que não provocam a distração dele e o faça perder o foco?*

**Justificativa do item:** A plataforma deve somente apresentar informações relevantes aos usuários. Não deve ter conteúdos que desvie o foco do usuário e tire sua atenção do que ele realmente quer naquele momento (ver item 4.1.8).

*20. A interface da plataforma apresenta mensagem de erro e indica qual o problema e a solução para o mesmo?*

**Justificativa do item:** A plataforma deve orientar o usuário a corrigir um possível problema de forma simples, sem assustá-lo com códigos ou mensagem de erro que não informam o que está acontecendo. A mensagem deve explicar exatamente o que e onde deve ser executado o processo para resolver o problema (ver item 4.1.9).

*21. A plataforma possui orientações para auxiliar o usuário a preencher ou atualizar seu cadastro de assinatura?*

**Justificativa do item:** A plataforma deve ser intuitiva, conduzindo o usuário a chegar no conteúdo desejado, sem ter que ler um manual para conseguir operar o sistema (ver item 4.1.10).

Com base nas 21 questões, esperamos que os profissionais desenvolvedores de *streaming* de vídeo e os profissionais da informação que atuam neste mercado possam utilizar em suas avaliações dos produtos digitais os sistemas da AI, bem

como as heurísticas de Nielsen, assegurando boas experiências de seus serviços para os usuários.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na análise realizada neste trabalho, podemos verificar o quanto as plataformas de *streaming* de vídeos estão cada vez mais se desenvolvendo, apresentando tecnologias novas e atualizando constantemente suas interfaces, o que exige métodos aprimorados para organizar seus conteúdos ofertados. Pensando nisso, o estudo buscou recursos para responder a seguinte pergunta: Como os sistemas da Arquitetura da Informação em conjunto com as heurísticas de Nielsen podem colaborar para a avaliação e aprimoramento de plataformas de *streaming* de vídeos do modelo *web*?

Por meio do levantamento e apresentação dos conteúdos desta monografia, compreendemos que esta pesquisa atinge satisfatoriamente o seu objetivo de desenvolver um *checklist* com base nos sistemas da Arquitetura da Informação em conjunto com as heurísticas de usabilidade de Nielsen para colaborar com a avaliação e aprimoramento de plataformas de *streaming* de vídeos do modelo *web*, assim como mostrado durante o percurso das seções do trabalho.

Este trabalho propôs apresentar os conceitos relacionados à Arquitetura da informação e seus sistemas, da mesma forma que apresentar os conceitos de usabilidade e as heurísticas de Nielsen, objetivos específicos que foram alcançados através do levantamento de fontes bibliográficas que abordam aspectos relacionados aos históricos, princípios, definições e diretrizes desses campos. Acrescenta-se que ao apresentar cada um dos sistemas da Arquitetura da Informação, foi essencial para identificá-los nas plataformas de *streaming* de vídeos Netflix e Amazon Prime Video, podem assim realizar a análise comparativa das interfaces.

A partir de todos os fundamentos constituintes deste trabalho, foi possível desenvolver um *checklist* teórico baseado nos sistemas da AI, na aplicabilidade das heurísticas de Nielsen e na análise comparativa das plataformas selecionadas.

O *checklist* desenvolvido poderá ser utilizado apenas para a avaliação das plataformas de *streaming* de vídeos do modelo *web*. Contudo, o *checklist* poderá ser melhorado em outras pesquisas, objetivando a avaliação de outros dispositivos, como a *smart tv* e *smartphones*.

Outra perspectiva que possibilita a continuidade deste estudo é a aplicação do *checklist* proposto em plataformas de *streaming* de vídeos do modelo *web* que já

existem. Sendo assim, com a avaliação do *checklist* há a possibilidade de se propor mudanças e atualizações do mesmo, igualmente para a contribuição no desenvolvimento das plataformas avaliadas.

Ao final deste trabalho, ressaltamos que a Arquitetura da Informação, bem como os seus sistemas, conjuntamente com as heurísticas de Nielsen, são instrumentos que possibilitam o favorecimento da avaliação, desenvolvimento e aprimoramento de ambientes informacionais digitais, em particular as plataformas de *streaming* de vídeos.

## REFERÊNCIAS

AGENCE FRANCE-PRESSE. Novo chatbot de IA da Netflix irá te ajudar a encontrar filmes e séries. **Tilt UOL**, 2025. Disponível em:

<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/afp/2025/05/12/novo-chatbot-de-ia-da-netflix-ira-te-ajudar-a-encontrar-filmes-e-series.htm>. Acesso em: 9 nov. 2025.

AMARAL, Thayná Santos. **Checklist de acessibilidade web**: ferramenta para avaliação de ambientes informacionais. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Biblioteconomia) – Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo, São Paulo, 2024. Disponível em:

<https://repositorio.fespsp.org.br/server-fespsp/api/core/bitstreams/a013682f-967a-4494-9ac4-1a3d1d55cce9/content>. Acesso em: 6 out. 2025.

AMAZON. **Prime Video**, c2025. Ação e aventura. Disponível em:

<https://www.primevideo.com/genre/action?jic=8%7CEgNhbGw%3D>. Acesso em: 10 out. 2025.

AMAZON. **Prime Video**, c2025. Bem-vindo(a) ao Prime Video. Disponível em:

[http://primevideo.com/offers/nonprimehomepage/ref=dvm\\_pds\\_amz\\_br\\_vm\\_s\\_g\\_mk\\_w\\_p405-kw210-cr5682-c?gad\\_source=1&gbraid=0AAAAAC6TvbxgWCtAmq\\_O6p3JZ7GJ\\_GL3H&gad\\_campaignid=1649246594&gclid=CjwKCAiAlMHIBhAcEiwAZhZBUk1MjCvYJ0A6cExvMva2gGg6iD7HPHHTNvksiPihhWvUOg42rkinJhoCnrEQAvD\\_BwE&mrntrk=go\\_cmp-1649246594\\_adg-62046161446\\_ad-620438871494\\_kwd-296527732991\\_dev-c\\_ext-](http://primevideo.com/offers/nonprimehomepage/ref=dvm_pds_amz_br_vm_s_g_mk_w_p405-kw210-cr5682-c?gad_source=1&gbraid=0AAAAAC6TvbxgWCtAmq_O6p3JZ7GJ_GL3H&gad_campaignid=1649246594&gclid=CjwKCAiAlMHIBhAcEiwAZhZBUk1MjCvYJ0A6cExvMva2gGg6iD7HPHHTNvksiPihhWvUOg42rkinJhoCnrEQAvD_BwE&mrntrk=go_cmp-1649246594_adg-62046161446_ad-620438871494_kwd-296527732991_dev-c_ext-). Acesso em: 10 out. 2025.

AMAZON. **Prime Video**, c2025. Categorias. Disponível em:

<https://www.primevideo.com/categories>. Acesso em: 10 out. 2025.

AMAZON. **Prime Video**, c2025. Esportes. Disponível em:

<https://www.primevideo.com/sports>. Acesso em: 10 out. 2025.

AMAZON. **Prime Video**, c2025. Início. Disponível em:

<https://www.primevideo.com/storefront>. Acesso em: 10 out. 2025.

AMAZON. **Prime Video**, c2025. Fazer login. Disponível em:

[https://www.amazon.com.br/ap/signin?openid.pape.max\\_auth\\_age=0&openid.return\\_to=https%3A%2F%2Fna.primevideo.com%2Fregion%2Fna%2Fauth%2Freturn%2Fref%3Dav\\_auth\\_ap%3F\\_t%3D1sgzVn2wUWXUfVdc-jDpFEtwveVjgWe7a4TibZYLb6kOeWAAAAAQAAAABpEX2ucmF3AAAAAPgWC9WfHH8iB-olH\\_E9xQ%26location%3D%2Fregion%2Fna%2F%3Fref\\_%253Datv\\_auth\\_pre&openid.identity=http%3A%2F%2Fspecs.openid.net%2Fauth%2F2.0%2Fidentifier\\_select&openid.assoc\\_handle=amzn\\_prime\\_video\\_sso\\_br&openid.mode=checkid\\_setup&countryCode=BR&siteState=134-2517730-0306812&language=pt\\_BR&openid.claimed\\_id=http%3A%2F%2Fspecs.openid.net%2Fauth%2F2.0%2Fidentifier\\_select&openid.ns=http%3A%2F%2Fspecs.openid.net%2Fauth%2F2.0](https://www.amazon.com.br/ap/signin?openid.pape.max_auth_age=0&openid.return_to=https%3A%2F%2Fna.primevideo.com%2Fregion%2Fna%2Fauth%2Freturn%2Fref%3Dav_auth_ap%3F_t%3D1sgzVn2wUWXUfVdc-jDpFEtwveVjgWe7a4TibZYLb6kOeWAAAAAQAAAABpEX2ucmF3AAAAAPgWC9WfHH8iB-olH_E9xQ%26location%3D%2Fregion%2Fna%2F%3Fref_%253Datv_auth_pre&openid.identity=http%3A%2F%2Fspecs.openid.net%2Fauth%2F2.0%2Fidentifier_select&openid.assoc_handle=amzn_prime_video_sso_br&openid.mode=checkid_setup&countryCode=BR&siteState=134-2517730-0306812&language=pt_BR&openid.claimed_id=http%3A%2F%2Fspecs.openid.net%2Fauth%2F2.0%2Fidentifier_select&openid.ns=http%3A%2F%2Fspecs.openid.net%2Fauth%2F2.0). Acesso em: 10 out. 2025.

AMAZON. **Prime Video**, c2025. TV ao vivo. Disponível em:

<https://www.primevideo.com/livetv>. Acesso em: 10 out. 2025.

BICUDO, Lucas. **Tudo sobre Amazon Prime: o que é e quais são os seus benefícios**. Giz\_br, 2019. Disponível em: <https://gizbr.uol.com.br/amazon-prime/>. Acesso em: 9 out. 2025.

CAMARGO, Liriane Soares de Araújo de; VIDOTTI, Silvana Aparecida Borsetti Gregório. **Arquitetura da informação: uma abordagem prática para o tratamento de conteúdo e interface em ambientes informacionais digitais**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

CARONA CULTURAL. **Carona Cultural**, c2022. Destinos. Disponível em: <https://www.caronacultural.com.br/viagens/destinos/>. Acesso em: 18 jun. 2025.

CONEGLIAN, Caio Saraiva *et al.* Tecnologias da web semântica na arquitetura da informação. **Revista Interamericana de Bibliotecología**, Medellín, v. 42, n. 1, p. 23-35, jan/abr. 2019. Disponível em: <http://eprints.rclis.org/33870/1/v42n1a3.pdf>. Acesso em: 14 ago. 2025.

FIRMINO, Jonathan; FARIA, Aricia. O que é streaming?: saiba o que significa e quais plataformas existem. **Techtudo**, Porto Alegre, set. 2023. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/guia/2023/09/o-que-e-streaming-saiba-o-que-significa-e-quais-plataformas-existem-streaming.ghhtml>. Acesso em: 6 mar. 2025.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2022.

ITAÚ CULTURAL. **Itaú Cultural**, c2025. Explore o histórico de exposições. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/mostras-e-exposicoes/exposicoes>. Acesso em: 18 jun. 2025.

KLEINA, Nilton Cesar Monastier. **A história da Amazon, a pioneira do e-commerce e dos ebooks [vídeo]**. Tecmundo, 2017. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/ciencia/120161-historia->. Acesso em: 9 out. 2025.

KRAWIEC, Łukasz; DUDYCZ, Helena. A comparison of heuristics applied for studying the usability of websites. **Procedia Computer Science**, v. 176, p. 3571-3580, 2020. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050920319244>. Acesso em: 9 dez. 2025.

JORNAL DA FRONTEIRA. Os 5 maiores serviços de streaming em número de assinantes. **Jornal da Fronteira**, Barracão, 15 mar. 2025. Disponível em: <https://jornaldafrenteira.com.br/maiores-servicos-de-streaming/>. Acesso em: 28 mar. 2025.

LIKERT, Rensis. A technique for the measurement of attitudes. **Archives of Psychology**, United States, v. 22, n. 140, p. 1–55, 1932. Disponível em: [https://legacy.voteview.com/pdf/Likert\\_1932.pdf](https://legacy.voteview.com/pdf/Likert_1932.pdf). Acesso em: 7 out. 2025.

LUZ, Charley dos Santos. **Arquitetura da informação: do conteúdo à experiência do usuário**. São Paulo: Feed Consultoria, 2020. Disponível em:

[https://www.academia.edu/45189206/Arquitetura\\_da\\_Informa%C3%A7%C3%A3o\\_do\\_conte%C3%BAdo\\_%C3%A0\\_experi%C3%Aancia\\_do\\_usu%C3%A1rio](https://www.academia.edu/45189206/Arquitetura_da_Informa%C3%A7%C3%A3o_do_conte%C3%BAdo_%C3%A0_experi%C3%Aancia_do_usu%C3%A1rio). Acesso em: 30 maio 2025.

MAGAZINE LUIZA. **Magazine Luiza**, [2025]. TV e vídeo. Disponível em: <https://www.magazinevoce.com.br/magazineshoponlinebrasil/tv-e-video//et/>. Acesso em: 19 jun. 2025.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

MARTINS, Gilberto de Andrade. **Manual para elaboração de monografias e dissertações**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MORVILLE, Peter; ROSENFELD, Louis. **Information architecture: for the World Wide Web**. 3. ed. Beijing: O'Reilly, 2006.

NETFLIX. A história da Netflix. **Netflix**, c2025. Disponível em: [https://about.netflix.com/pt\\_br/leadership](https://about.netflix.com/pt_br/leadership). Acesso em: 9 out. 2025.

NETFLIX. **Netflix**, c2025. Entrar. Disponível em: [https://www.netflix.com/br/login?serverState=%7B%22realm%22%3A%22growth%22%2C%22name%22%3A%22LOGIN%22%2C%22clcsSessionId%22%3A%22c0b04af7-7b6e-4b8b-87aa-62380b1fc5af%22%2C%22sessionContext%22%3A%7B%22session-breadcrumbs%22%3A%7B%22funnel\\_name%22%3A%22loginWeb%22%7D%7D%7D](https://www.netflix.com/br/login?serverState=%7B%22realm%22%3A%22growth%22%2C%22name%22%3A%22LOGIN%22%2C%22clcsSessionId%22%3A%22c0b04af7-7b6e-4b8b-87aa-62380b1fc5af%22%2C%22sessionContext%22%3A%7B%22session-breadcrumbs%22%3A%7B%22funnel_name%22%3A%22loginWeb%22%7D%7D%7D). Acesso em: 10 out. 2025.

NETFLIX. **Netflix**, c2025. Início. Disponível em: <https://www.netflix.com/browse>. Acesso em: 10 out. 2025.

NETFLIX. **Netflix**, c2025. Netflix Brasil. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/>. Acesso em: 10 out. 2025.

NIELSEN, Jakob. 10 usability heuristics for user interface design. **Nielsen Norman Group**, abr. 2024. Disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>. Acesso em: 30 set. 2025.

NIELSEN, Jakob. **Usability engineering**. Boston: Academic Press, 1993. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.5555/2821575>. Acesso em: 30 set. 2025.

NIELSEN, Jakob; LORANGER, Hoa (null). **Usabilidade na web**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

NIELSEN NORMAN GROUP. **Nielsen Norman Group**, c2025. Jakob Nielsen: co-founder & retired principal. Disponível em: <https://www.nngroup.com/people/jakob-nielsen>. Acesso em: 30 set. 2025.

NONATO, Rafael dos Santos *et al.* **Arquitetura da informação em bibliotecas digitais: uma abordagem da Ciência da Informação e da Biblioteconomia**, Londrina,

v. 13, n. 2, p. 125-141, jul./dez. 2008. Disponível em:  
<https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1812>. Acesso em: 5 out. 2025.

OLIVEIRA, Arthur Freitas; PINHEIRO, Priscilla Mendonça; DUTRA. Serviços de streaming: histórico, consumo e perspectivas. **RECIMA21**, [S.l.], v.4, n.11, 2023. Disponível em: <https://recima21.com.br/recima21/article/view/4314/3088>. Acesso em: 9 out. 2025.

PASTOR, Maria João Martins. **Impacto das plataformas de streaming na indústria do entretenimento**. 2025. Projeto de Graduação (Licenciatura em Ciências da Comunicação) – Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Fernando Pessoa, Porto, 2025. Disponível em: <https://bdigital.ufp.pt/entities/publication/13ca9c08-0a77-4046-afc1-a4eac43dfa57>. Acesso em: 9 out. 2025.

PESSOA, Mariana. **O papel da arquitetura da informação na experiência do usuário**. [S. l.]: Conversion, 2024. Disponível em: <https://www.conversion.com.br/blog/arquitetura-da-informacao/>. Acesso em: 7 mar. 2025.

POLISHOP. **Polishop**, [2025]. Disponível em: <https://www.polishop.com.br/>. Acesso em: 4 set. 2025.

REIS, Guilherme. **Fundamentos de UX**. Rio de Janeiro: Ed. do Autor, 2022. (Conceitos e boas práticas, v. 1).

SANCHEZ, Fernanda Alves; VIDOTTI, Silvana Aparecida Borsetti Gregório; VECHIATO, Fernando Luiz; ROA-MARTINEZ, Sandra Milena. Encontrabilidade da informação e information findability: relações com a intencionalidade. *In*: Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, 22., 2022, Porto Alegre. **Anais [...]**. Porto Alegre: [s.n.], 2022. Disponível em: <https://enancib.ancib.org/index.php/enancib/xxiiencib/paper/viewFile/1119/79>. Acesso em: 25 set. 2025.

SANTANA, Célio Andrade *et al.* Comparando métodos de avaliações de usabilidade, de encontrabilidade e de experiência do usuário. **Informação & Tecnologia**, Marília, PB, v. 3, n. 1, jan/jun. 2016. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/41497>. Acesso em: 30 set. 2025.

SILVA, Mariana Borges da. **A Arquitetura da Informação para avaliação de bibliotecas digitais: uma proposta de checklist**. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Biblioteconomia) – Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo, São Paulo, 2024. Disponível em: <https://repositorio.fespsp.org.br/server-fespsp/api/core/bitstreams/f269ded4-9029-4b61-83dd-72cb7871464a/content>. Acesso em: 6 out. 2025.

TEIXEIRA, Andriely Regina. **Arquitetura da informação: aplicada ao desenvolvimento de gerenciador web para gestão de bibliotecas**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Biblioteconomia) – Fundação Escola de

Sociologia e Política de São Paulo, São Paulo, 2021. Disponível em:  
[https://pergamumweb.com.br/pergamumweb\\_fespsp/vinculos/000012/00001275.pdf](https://pergamumweb.com.br/pergamumweb_fespsp/vinculos/000012/00001275.pdf).  
Acesso em: 6 out. 2025.

TORTORELLI, Henrique Freitas. **Estratégias de negócios internacionais**: o caso da empresa Amazon.com. 2018. Projeto de Graduação (Mestrado em Marketing) – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Beira Interior, Covilhã, 2018. Disponível em:  
[https://www.proquest.com/docview/2763454937?fromopenview=true&pq-origsite=gsc\\_holar&sourcetype=Dissertations%20&%20Theses](https://www.proquest.com/docview/2763454937?fromopenview=true&pq-origsite=gsc_holar&sourcetype=Dissertations%20&%20Theses). Acesso em: 9 out. 2025.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE ESPÍRITO SANTO. **TJES**, 2025. Contexto e importância da LGPD. Disponível em:  
<https://www.tjes.jus.br/lgpd/contexto-e-importancia-da-lgpd/>. Acesso em: 18 set. 2025.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ. **Tribunal Regional Eleitoral do Paraná**, [2025]. A - relação de autores por ordem alfabética. Disponível em:  
<https://www.tre-pr.jus.br/institucional/revista-parana-eleitoral/revistas-e-livros/repositorio/a-artigos-revista-parana-eleitoral>. Acesso em: 18 jun. 2025.

WURMAN, Richard Saul. **Ansiedade de informação**: como transformar informação em compreensão. São Paulo: Cultura, 1991.

WURMAN, Richard Saul. **Ansiedade de informação 2**: um guia para quem comunica e dá instruções. São Paulo: Cultura, 2005.

**APÊNDICE A – CHECKLIST PARA A AVALIAÇÃO DOS SISTEMAS DA ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO EM CONJUNTO COM AS HEURÍSTICAS DE NIELSEN EM PLATAFORMAS DE STREAMING DE VÍDEOS**

<b>CHECKLIST PARA A AVALIAÇÃO DOS SISTEMAS DA ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO EM CONJUNTO COM AS HEURÍSTICAS DE NIELSEN EM PLATAFORMAS DE STREAMING DE VÍDEOS</b>					
<b>Realizar a análise dos aspectos a seguir e marcar em qual das opção se enquadra</b>					
<b>Sistema de Organização</b>	1. A interface da plataforma apresenta os conteúdos oferecidos de forma clara e coesa?				
	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>
	Observações:				
<b>Sistema de Organização</b>	2. A interface da plataforma apresenta carrosséis de destaque bem estruturados?				
	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>
	Observações:				
<b>Sistema de Organização</b>	3. Caso o serviço possua canais ao vivo, a interface da plataforma apresenta guias de canais bem estruturados?				
	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>
	Observações:				
<b>Sistema de Rotulagem</b>	4. A interface da plataforma apresenta rótulos textuais e não textuais (ícones) que podem ser facilmente identificados como selecionáveis?				
	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>
<b>Sistema de Rotulagem</b>	5. Os rótulos selecionáveis da plataforma correspondem corretamente com as suas funções ou páginas subsequentes?				
	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>
<b>Sistema de Navegação</b>	6. A interface da plataforma apresenta uma barra de navegação bem estruturada?				
	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>
<b>Sistema de Navegação</b>	7. A barra de navegação da plataforma apresenta expansões que mostram as categorias de filmes e séries disponíveis com hiperlinks para acessar seus conteúdos?				
	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>
<b>Sistema de Navegação</b>	8. A interface da plataforma permite voltar para a página inicial imediatamente de qualquer outra página acessada?				
	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>
<b>Sistema de Navegação</b>	Observações:				

<b>Sistema de busca</b>	9. A interface da plataforma apresenta uma barra de busca facilmente localizada, seja na barra de navegação ou ao selecionar um ícone de "lupa"?	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>
	Observações:					
	10. A barra de busca possui o recurso de sugestões automáticas durante a digitação de um termo?	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>
<b>Sistema de busca</b>	Observações:					
	11. A página de resultados de busca apresenta filtros que possam auxiliar o usuário a pesquisar pelo conteúdo que deseja?	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>
	Observações:					
<b>Heurísticas de Nielsen</b>	12. A interface da plataforma mantém o usuário informado sobre tudo o que está aparecendo em todas as páginas?	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>
	Observações:					
	13. A interface da plataforma utiliza um vocabulário de fácil entendimento ao usuário em todas as páginas?	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>
	Observações:					
	14. A interface da plataforma possui formas de cancelar/desfazer ações dos usuários?	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>
	Observações:					
	15. A interface da plataforma apresenta padrões de rótulos textuais e não textuais (ícones) consistentes e conhecidos pelos seus usuários?	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>
	Observações:					
	16. A interface da plataforma apresenta a opção de confirmar se o que está aparecendo na tela é realmente a ação que o usuário deseja executar?	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>
	Observações:					
	17. A interface da plataforma é de fácil compreensão e ajuda o usuário a encontrar o que deseja?	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>
	Observações:					
18. A interface da plataforma oferece ao usuário a opção de criar atalho, como por exemplo, uma pasta para que ele possa personalizar sua busca?	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>	
Observações:						
19. A interface da plataforma apresenta informações simples e objetivas, as quais serão necessárias naquele momento ao usuário, ou seja, que não provocam a distração dele e o faça perder o foco?	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>	
Observações:						
20. A interface da plataforma apresenta mensagem de erro e indica qual o problema e a solução para o mesmo?	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>	
Observações:						
21. A plataforma possui orientações para auxiliar o usuário a preencher ou atualizar seu cadastro de assinatura?	Não atende <input type="checkbox"/>	Atende pouco <input type="checkbox"/>	Nem atende, nem não atende <input type="checkbox"/>	Atende bem <input type="checkbox"/>	Atende totalmente <input type="checkbox"/>	
Observações:						