

# Usabilidade (Web)

## Navegação e Feedback

### ☒ **É sempre fornecido feedback sobre as ações do utilizador**

O utilizador deve receber sempre feedback imediato sobre as suas ações, de modo a saber que o sistema recebeu o seu comando e o está a processar. Este feedback pode ser fornecido de várias formas: quando o utilizador passa sobre um link (a: hover); quando o utilizador clica num link (a: active); quando o utilizador navega com o teclado (a: focus); quando o utilizador está a preencher campos de formulários (input[type= text]: focus, textarea: focus); quando o utilizador clica num link que abre na mesma página (#id: target); e/ou quando a ação desencadeada pelo utilizador demora a ser processada (barra de progresso, ícone de "loading" ou outra informação que dê a sensação de que a ação está a decorrer e que o utilizador deve esperar pela sua finalização).

### ☒ **Os títulos dos links e menus são claros e percetíveis**

Os textos nos menus devem ser claramente percetíveis de forma a que o utilizador consiga perceber à partida quais os conteúdos que irá ver se clicar num determinado link. Sempre que possível deve ser evitado o uso de abreviaturas nos menus principais.

### ☒ **Os itens clicáveis têm aspeto clicável e diferente do resto do conteúdo**

Os itens clicáveis devem ser claramente distinguíveis dos restantes itens. Os links no meio do texto devem ser imediatamente identificáveis como tal e não se devem confundir com o resto do texto. Uma vez definido o aspeto dos links, esse aspeto deve ser mantido idêntico em todas as restantes páginas do site.

### ☒ **Os itens não clicáveis não se parecem com links ou botões**

Deve ser evitado o uso de textos sublinhados quando os mesmos não contêm links. Adicionalmente, no meio do texto, não devem ser usadas cores diferentes em palavras, frases ou parágrafos. Deve ser mantida uma consistência em que o texto mantém sempre a mesma cor ao longo de todas as páginas, pois o uso de texto numa cor diferente pode ser também associado à existência de um link para outra página. Mais grave ainda é usar a mesma cor escolhida para os links em texto que não é link (no caso de não se usar links sublinhados convém identificá-los com uma cor/aspeto diferente do resto do texto).

### ☒ **O texto dos links faz sentido quando lido fora do contexto**

Os utilizadores devem poder olhar para os links e automaticamente perceber algo sobre o seu destino mesmo antes de clicarem. O uso de termos como "clique aqui" pode ser bastante contra-produtivo e quando lido fora do contexto não proporciona informação adicional.

### ☒ **Não há links quebrados**

Os links devem ser testados de modo a que não haja links quebrados (para páginas inexistentes, ou para páginas incorretas)

### ☒ **Existe padding suficiente nos links de paginação**

Nos links de paginação, deve ser criado um espaçamento extra (padding) à volta de cada link. Isto facilita a navegação uma vez que os links colocados apenas num carácter se tornam demasiado estreitos e difíceis de clicar. Ao criar este espaçamento extra aumenta-se a área clicável nos links e ao mesmo tempo dá-se um melhor feedback visual ao utilizador.

## Layout

### ☒ **As páginas são consistentes ao longo de todo o website**

A informação importante e os itens clicáveis (blocos de navegação principais e secundários) devem ser colocados sempre nos mesmos locais ao longo de todo o website.

### ☒ **Os ícones usados são consistentes com as ações que executam**

Os ícones devem representar sempre as mesmas ações e não devem ser reaproveitados para outras ações diferentes ao longo do website.

## Legibilidade

### ☒ **A informação crítica (que requer a atenção do utilizador) tem destaque suficiente na página**

A informação crítica pode ser de vários tipos, mas normalmente está relacionada com informação sobre conteúdos alterados na página ou validação de dados introduzidos pelo utilizador em formulários. Podem ser avisos, informações, ou erros. Não se deve abusar do efeito de highlight uma vez que ele é mais eficiente quando usado poucas vezes na página. Num site em que constantemente o utilizador é confrontado com texto highlight perde-se facilmente o efeito de chamar a atenção do utilizador.

### ☒ **Só são usados blocos de texto a bold para destacar informação relevante na página**

Deve ser evitado o uso excessivo de texto a bold. O texto a bold deve ser usado apenas para dar destaque a determinadas palavras ou frases. O uso excessivo faz com que o ênfase que queremos dar aos elementos que destacámos perca o seu efeito. Se tudo está destacado, nada sobressai.

### ☒ **Existe um contraste suficiente entre a cor dos textos e a cor de fundo**

A cor usada nos textos deve fazer um contraste suficiente com a cor de fundo para garantir uma boa legibilidade. Um mau contraste entre as duas cores pode tornar os textos ilegíveis para uma boa fatia da população, mesmo para pessoas com visão "normal".

## Formulários e Mensagens

### ☒ **Os itens de preenchimento obrigatório são distinguíveis dos restantes**

Os utilizadores devem conseguir distinguir claramente os campos em que o preenchimento é obrigatório dos restantes campos. Hoje em dia, a maior parte dos websites usa um asterisco à frente do nome do campo para os identificar como obrigatórios; outros websites usam a palavra "obrigatório" em vez do asterisco. Ambas as soluções são válidas, mas o uso de um asterisco obriga a ter uma legenda no topo do formulário para indicar que os campos marcados com \* são de preenchimento obrigatório.

### ☒ **As ações principais são claramente distinguíveis das ações secundárias nos formulários**

Tem de haver uma diferenciação visual entre as ações principais e as ações secundárias de modo a evitar potenciais erros por parte do utilizador. Esta diferenciação também ajuda a perceber claramente qual a ação que confirma e qual a ação que cancela o formulário.

### ☒ **Os formulários estão a funcionar e enviam para os recipientes corretos**

Os formulários devem ser todos testados e as contas de receção dos dados devem ser verificadas para confirmar que os dados foram recebidos com sucesso.

### ☒ **A pesquisa está a funcionar e as mensagens de erro são adequadas**

O formulário de pesquisa deve devolver resultados para as pesquisas efetuadas e quando não há resultados deve ser mostrada uma mensagem a indicar que a pesquisa não devolveu resultados.

## Ajuda



### As mensagens de erro ajudam a resolver o problema

As mensagens de erro devem ser claras e devem ajudar o utilizador a corrigir o erro. Uma mensagem do tipo: "Ocorreu um erro ao preencher o formulário" não ajuda em nada a saber a razão pela qual ocorreu o erro nem como o corrigir.

## Responsive



### O site foi testado em dispositivos de vários tamanhos

Quando se desenvolverem websites responsive, os mesmos devem ser testados em vários dispositivos com ecrãs de tamanhos diferentes para confirmar que os layouts são corretamente aplicados.

## Performance



### Os conteúdos foram otimizados para mobile

É importante garantir que os conteúdos que um website responsive carrega estão otimizados para serem consumidos nestas circunstâncias. Isto inclui servir imagens mais leves, substituir elementos Flash (caso existam) por equivalentes em HTML5 (ex: players de vídeo) e reduzir os elementos decorativos ao menor número de itens e ficheiros possível.