

## UNIDADE V – PRINCÍPIOS DE PROJETO DE INTERFACE

**113 DIRETRIZES DE JAKOB NIELSEN PARA A CONSTRUÇÃO DE SITES****Informando o objetivo do site**

1. Exibir o nome da empresa e/ou logotipo, em um tamanho razoável e em um local de destaque.
2. Incluir um slogan resumindo explicitamente o que o site ou a empresa faz.
3. Enfatizar o que o site faz de importante sob a perspectiva dos usuários, assim como a diferença entre seu site e os dos principais concorrentes.
4. Enfatizar as tarefas de mais alta prioridade, para que os usuários tenham um ponto de partida definido na homepage.
5. Designar explicitamente uma página do site como a homepage oficial.
6. No website da empresa principal, não usar a palavra "website" para se referir a qualquer outro aspecto, exceto à totalidade da presença da empresa na web.
7. Estruturar a homepage de modo diferente de todas as outras páginas existentes no site.

### **Transmitindo informações sobre sua empresa**

8. Agrupar informações da empresa, como "Sobre Nós", "Relações com Investidores", "Sala de Imprensa", "Empregos" e outras informações sobre a empresa, em uma única área reservada.
9. Incluir um link da homepage para uma seção "Sobre Nós", que oferece aos usuários uma visão geral sobre a empresa e links para todos os detalhes relevantes sobre seus produtos, serviços, valores da empresa, proposta de negócios, equipe de gerenciamento e outros pormenores.
10. Para obter cobertura da imprensa para sua empresa, incluir um link "Sala de Imprensa" (Press Room) ou "Notícias" em sua homepage.
11. Apresentar uma face unificada ao cliente, em que o website seja um dos pontos de toque em vez de uma entidade em si.
12. Incluir um link "Fale Conosco" na homepage, que acessa uma página com todas as informações de contato de sua empresa.
13. Ao fornecer um mecanismo de resposta, especificar o objetivo do link e se será lido pelo atendimento ao cliente ou pelo webmaster, e outras informações pertinentes.
14. Não incluir informações internas da empresa (destinadas aos funcionários e que devem permanecer na intranet) no website público.
15. Se o site reunir informações de qualquer cliente, é recomendável incluir um link "Política de Privacidade" na HP.
16. Explicar como o website gera dinheiro se essa informação não estiver muito clara.

## **Criação do conteúdo**

17. Usar seções e categorias de rótulo, usando a linguagem do cliente, de acordo com a importância dessas seções e categorias para o cliente e não para a empresas.
18. Evitar conteúdo redundante.
19. Não utilizar frases eruditas nem dialeto de marketing que fazem com que as pessoas tenham um trabalho para descobrir o que está sendo dito.
20. Empregar letras maiúsculas e outros padrões e estilo com consistência.
21. Não rotular uma área nitidamente definida da página se o conteúdo for suficientemente auto-explicativo.
22. Evitar as categorias e as listas de marcadores de um único item.
23. Utilizar espaços não-separáveis entre as palavras nas frases, que precisam permanecer juntas para serem vistas e entendidas.
24. Usar somente o discurso imperativo, como em "Insira uma Cidade ou CEP" nas tarefas obrigatórias, ou qualificar a declaração adequadamente.
25. Explicar o significado de abreviações, iniciais maiúsculas, acrônimos e seguí-los imediatamente com as abreviações na primeira ocorrência.
26. Evitar pontos de exclamação.
27. Empregar raramente todas as letras maiúsculas e nunca como um estilo de formatação.
28. Evitar usar inadequadamente espaços e pontuação para dar ênfase.

### **Revelando o conteúdo por meio de exemplos**

- 29. Usar exemplos para revelar o conteúdo do site, em vez de apenas descrevê-lo.
- 30. Para cada exemplo, disponibilizar um link para acessar diretamente a página detalhada desse exemplo, em vez de saltar para uma página de categoria geral a que o item pertence.
- 31. Inserir um link para uma categoria mais abrangente, ao lado do exemplo específico.
- 32. Indicar claramente quais links conduzem a informações de acompanhamento sobre cada exemplo e quais links direcionam para informações gerais sobre a categoria como um todo.

### **Arquivos e acesso ao conteúdo anterior**

- 33. Facilitar o acesso aos itens apresentados recentemente na homepage, como nas duas últimas semanas ou no mês anterior, fornecendo um lista das últimas apresentações e inserindo itens recentes em arquivos permanentes.

### **Links**

- 34. Diferenciar links e torná-los fáceis de serem visualizados.
- 35. Não usar instruções genéricas, como "clique aqui", como um nome de link.
- 36. Não usar links genéricos como "Mais...", no final de uma lista de itens. Mais o que? Informe por exemplo: "Mais ficção científica."
- 37. Permitir links coloridos para indicar os estados visitados e não visitados.
- 38. Não usar a palavra "Links" para indicar links existentes na página. Indicar a presença de links com sublinhado e cor azul.
- 39. Se um link fizer algo diferente do que ir para outra página da web, como carregar um arquivo PDF, ou utilizar áudio ou vídeo, aplicativos de mensagem de e-mail ou

qualquer outra coisa, certificar-se de que o link indique explicitamente o que acontecerá.

## **Navegação**

40. Alocar a área de navegação principal em um local bastante destacado, de preferência imediatamente ao lado do corpo principal da página.

41. Agrupar itens na área de navegação, de modo que os itens semelhantes fiquem próximos entre si.

42. Não disponibilizar diversas áreas de navegação para o mesmo tipo de links. Não inclua muitas áreas para categorias nem diversas áreas para notícias.

43. Não incluir um link ativo para a homepage na homepage.

44. Não inventar termos para as opções de navegação de categorias. As categorias devem ser diferenciáveis entre si. Se os usuários não entenderem sua terminologia inventada, não conseguirão distinguir as categorias.

45. Se existir um recurso de carrinho de compras em seu site, incluir um link para esse recurso na homepage.

46. Usar ícones na navegação somente se ajudarem aos usuários a reconhecer imediatamente uma classe de itens, como novos itens, itens em liquidação etc.

## **Pesquisa**

- 47. Disponibilizar para os usuários uma caixa de entrada na homepage para inserir consultas de pesquisa, em vez de oferecer apenas um link para uma página de pesquisa.
- 48. As caixas de entrada devem ser suficientemente grandes para os usuários verem e editarem consultas padrão no site. No mínimo 25 caracteres.
- 49. Não rotular a área de pesquisa com um título, em vez disso usar um botão "Buscar" ou "Pesquisar", a direita da caixa.
- 50. A menos que as pesquisas avançadas sejam regra geral em seu site, forneça pesquisa simples na homepage, com um link para acessar a pesquisa avançada ou dicas de pesquisa, se existirem.
- 51. A pesquisa na homepage deve pesquisar o site inteiro, por padrão.
- 52. Não oferecer um recurso para "pesquisar na web", na função de pesquisa do site.

## **Ferramentas e atalhos para tarefas**

- 53. Oferecer aos usuários acesso direto as tarefas de alta prioridade na homepage.
- 54. Não incluir ferramentas que não estejam relacionadas com as tarefas que os usuários costumam fazer no site.
- 55. Não oferecer ferramentas que reproduzem funções do navegador, como definir uma página como página inicial padrão do navegador ou marcar um site.

## **Gráficos e animação**

- 56. Usar gráficos para apresentar o conteúdo real, não somente para decorar a homepage.
- 57. Rotular gráficos e fotos se os respectivos significados não estiverem claros no contexto da história que complementam.
- 58. Editar fotos e diagramas adequadamente, segundo o tamanho de exibição.

59. Evitar gráficos de marca d'água (imagens de plano de fundo com texto sobreposto).

60. Não usar a animação para o único propósito de chamar a atenção para um item na homepage. Raramente, a animação tem um local na página porque distrai a atenção voltada para outros elementos.

61. Jamais animar elementos críticos da página, como logotipo, slogan ou título principal.

62. Permitir que os usuários decidam se desejam ver uma introdução animada de seu site, não deixar a opção de animação predefinida.

### **Projeto gráfico**

63. Limitar os estilos de fonte e outros atributos de formatação de texto, como tamanhos, cores etc, na página, porque o texto com design muito pesado pode se desviar do significado das palavras.

64. Usar texto com muito contraste e cores de plano de fundo, para que os caracteres fiquem o mais legível possível.

65. Evitar a rolagem horizontal a 800 x 600.

66. Os elementos mais críticos da página devem estar visíveis "acima da dobra" (na primeira tela de conteúdo, sem rola), no tamanho de janela 800 x 600.

67. Usar uma disposição dos elementos na página fluída para permitir o ajuste do tamanho da homepage a diversas resoluções de tela.

68. Usar logotipos criteriosamente

## **Componentes da interface com o usuário**

69. Nunca utilize componentes da interface como parte da tela em que as pessoas não devem clicar.

70. Evitar utilizar diversas caixas de entrada de texto na homepage, principalmente na parte superior da página em que as pessoas geralmente procuram o recurso de pesquisa.

71. Usar raramente menus suspensos, principalmente se os itens neles contidos não forem auto-explicativos.

## **Títulos de janela**

72. Iniciar o título da janela com a palavra que resume a informação (geralmente o nome da empresa).

73. Não incluir o nome de domínio de nível superior, como ".com" no título da janela, a menos que faça realmente parte do nome da empresa, como em "Amazon.com".

74. Não incluir a palavra "homepage" no título. É uma verbosidade sem importância.

75. Incluir uma descrição resumida do site no título da janela.

76. Limitar os títulos das janelas a não mais do que sete ou oito palavras e a menos de 64 caracteres.

## **URL (Universal Resource Location)**

77. As homepages para websites comerciais devem ter o URL <http://www.empresa.com> (ou o equivalente em seu país ou no domínio de nível superior não comercial).

78. Para qualquer website que tenha uma identidade conectada a um país específico, use o domínio de nível superior desse país.

79. Se disponível, registrar os nomes de domínio com grafias alternativas, abreviações ou erros comuns do nome do site.



80. Se existirem grafias alternativas de nomes de domínio, selecionar uma delas como a versão autorizada e redirecionar os usuários para essa versão a partir de todas as demais grafias.

### **Notícias e comunicados à imprensa**

81. Os títulos devem ser sucintos mas descritivos, para transmitir o máximo de informações com um mínimo de palavras possível.

82. Escrever e editar sinopses específicas de comunicados à imprensa e das novas histórias apresentadas na homepage. "Dormir mais e passar o tempo com entes queridos são duas das cinco maneiras pelas quais você pode aumentar seu tempo de vida em cinco anos, afirma o cirurgião geral Satcher" é mais intrigante e informativo do que "Cirurgião geral descreve como as pessoas podem aumentar seu tempo de vida.

83. Vincular o título, e não a sinopse, a história completa da notícia.

84. Desde que todas as novas histórias da homepage tenham ocorrido dentro da semana, não há necessidade de listar a data e hora na sinopse de cada história, a não ser que seja realmente um item do noticiário de última hora, que tem atualizações freqüentes.

### **Janelas pop-up e páginas intermediárias**

85. Conduzir os usuários à "verdadeira" homepage quando digitarem o URL principal ou clicarem em um link para seu site.

86. Evitar janelas pop-up.

87. Não usar páginas de roteamento para os usuários selecionarem as respectivas localizações geográficas, a não ser que existam versões de seu site em diversos idiomas.

### **Publicidade**

88. Manter os anúncios de empresas externas nas bordas da página.

89. Manter os anúncios externos (anúncios de empresas diferentes das suas) pequenos e o mais discretos possível em relação ao conteúdo central da homepage.

90. Se você posiciona anúncios fora da área de banner (faixa) padrão, no início da página, rotule-os como publicidade, para que os usuários não os confundam com o conteúdo de seu site.

91. Evitar usar convenções para anúncios para acomodar recursos regulares do site.

### **Boas-vindas**

92. Não dê boas-vindas aos usuários no site. Antes que você renuncie ao patrimônio da homepage principal e a utilize para dar saudações, experimente usá-la para um slogan.

### **Comunicando problemas técnicos e tratando de emergências**

93. Se o website ficar paralisado ou partes importantes do website não estiverem funcionando, informar isso claramente na homepage.

94. Ter um plano para lidar com o conteúdo crítico do website, para o caso de uma emergência.

### **Créditos**

95. Não desperdiçar espaço com créditos relacionados ao mecanismo de pesquisa, empresa de design, empresa do navegador favorito ou com a tecnologia usada por trás dos bastidores.

96. Limitar a exibição dos prêmios recebidos por seu website.

### **Recarregamento e atualização de página**

97. Não atualizar automaticamente a homepage para acionar atualizações para os usuários.

98. Ao fazer uma atualização, atualizar somente o conteúdo realmente modificado, como as atualizações de notícias.

### **Personalização**

99. Se sua homepage tiver áreas que fornecerão informações personalizadas assim que você souber algo sobre o usuário, não disponibilize uma versão genérica do conteúdo para os novos usuários - crie um conteúdo diferente para esse espaço.

100. Não disponibilizar para os usuários recursos para personalizar a aparência básica da interface com o usuário da homepage.

### **Obtendo dados do cliente**

101. Não fornecer links para registro na homepage. Em vez disso, explique (ou, pelo menos, faça uma associação) as vantagens do registro para o cliente.

102. Explicar para os usuários os benefícios e a frequência de publicação, antes de solicitar seus endereços de email.

### **Favorecendo uma comunidade**

103. Se existir suporte para comunidades de usuários com bate-papo (chat) ou outros recursos para discussão, não apresentar links genéricos para esses recursos.

104. Não oferecer uma entrada em "Livro de Visitantes" para sites comerciais.

### **Data e horas**

105. Mostrar datas e horas somente para informações relacionadas ao tempo, como itens de notícias, bate-papos ao vivo, cotações de ações e outros itens.

106. Mostrar aos usuários a hora da última atualização de conteúdo, não a hora atual gerada pelo computador.

107. Incluir o fuso horário utilizado, sempre que fizer referência a uma hora.

108. Usar abreviações padrão, como p.m. ou P.M. Ou melhor ainda, utilizar o padrão 24 horas, sem nenhuma abreviação.

109. Usar o nome do mês inteiro ou abreviações, mas não números. Em alguns casos, pode ser interessante usar o padrão ano/mês/dia.

### **Cotação de ações e exibição de números**

110. Fornecer a porcentagem de mudança, não apenas os pontos ganhos ou perdidos em cotações de ações.

111. Explicar as abreviações das ações, a não ser que a abreviação seja totalmente explícita, como "IBM".

112. Usar um separador de milhares adequado à sua localidade, para os números com cinco ou mais dígitos

113. Alinhar os pontos decimais ao exibir colunas de números.

*Referências: Homepage - Usabilidade - Desconstruindo Websites (Jakob Nielsen)*