

## tópicos de design de interacção

**miriam reis** [miriam@ua.pt](mailto:miriam@ua.pt) (oaz) . **sandra cruz** [sandra.cruz@ua.pt](mailto:sandra.cruz@ua.pt) (est)

# COMO ANALISAR E AVALIAR UM WEBSITE?

## (EXEMPLO. ANÁLISE GRÁFICA E INTERACTIVA)

### 1. PÁGINA INICIAL

#### A página inicial cumpre seu papel?

→ A página inicial deve responder facilmente sobre o que se trata o site, o que oferece (produtos, serviços, entretenimento) e o que o utilizador pode fazer nele (encontrar informações, realizar compras, entrar em contacto, etc.). Quanto mais claro e directo, maior a probabilidade de o utilizador permanecer no site.

### 2. DESIGN

#### O design do site é atractivo? E eficiente?

→ O design de um site não é importante apenas para que este seja atractivo. Deve ser pensado de forma a ajudar na navegação, a enfatizar o conteúdo, de acordo com as necessidades, proporcionando equilíbrio e harmonia fazendo com que o utilizador queira voltar.

→ Diversos aspectos são importantes para um design bem feito e um deles é estar coerente com a identidade visual da empresa, de forma a contribuir para o fortalecimento da marca.

### 3. CONTEÚDO

#### Quão relevante é o conteúdo do site?

→ A principal parte de um site com certeza é o seu conteúdo. Pouco importa se o design é ótimo, se o conteúdo não corresponder ao seu aspecto e ser pouco interessante. Afinal, na maioria das vezes o que o utilizador procura é informação, seja ela sobre serviços, produtos, entretenimento, entre outros assuntos. Por isso, é necessário dar atenção especial ao conteúdo e como este será disponibilizado. Simultaneamente, o conteúdo deve ser claro e

objectivo para manter a atenção do utilizador, completo e suficiente para transmitir toda a informação necessária.

#### 4. FUNCIONALIDADE

**Funcionalmente, o website está compatível com os objectivos de negócio que foram definidos?**

→ Ou seja, se um dos objectivos do site era estabelecer um canal de comunicação com clientes, como está a divulgação das informações de contacto e há alguma forma de contacto para o utilizador do site? Devem ser planeadas e desenvolvidas as acções de forma a corresponder a cada necessidade de negócio que foi estipulada.

#### 5. NAVEGABILIDADE

**A navegação do site é simples e intuitiva para o utilizador?**

→ Lembre-se que o utilizador conta com um número muito grande de fontes de informação e não irá perder muito tempo num site difícil de navegar. Facilite-lhe a tarefa procurando manter no máximo três níveis de informação para todo o conteúdo.

#### 6. VELOCIDADE

**O site abre rapidamente ou é lento?**

→ Aqui vale a mesma dica do item anterior, o utilizador não quer perder muito tempo num site. Por isso, fique atento à velocidade de carregamento das páginas do site.

→ Analise atentamente e caso não esteja aceitável, avalie a possibilidade de diminuir o tamanho das páginas verificando scripts, imagens, áudio e vídeo e tudo o que possa estar influenciando na velocidade. Não esquecer de que o código também interfere muito no peso das páginas.

#### 7. USABILIDADE

**O site é fácil de usar, é intuitivo?**

→ Dependendo da função do site, poderá utilizar-se as convenções existentes, ou seja, menu principal no topo, submenu na lateral esquerda, conteúdo principal no meio, etc. Obviamente que isto dependerá do tipo de site e do que se quer transmitir. O mais importante é facilitar o uso ao utilizador, sempre.

## 8. COMPATIBILIDADE E PORTABILIDADE

### **A aparência é adaptada em diferentes resoluções e formatos de ecrã, browsers ou dispositivos?**

→ É fundamental realizar testes em diferentes plataformas, com diferentes browsers e versões. Ainda hoje é difícil manter a aparência de um site, mesmo com várias ferramentas que já existem, nos diversos dispositivos existentes no mercado. É preciso ter em conta que o acesso à internet é feito por diferentes pessoas com diferentes dispositivos e, por exemplo, o telemóvel é cada vez mais utilizado e a tendência é crescer ainda mais.

## 9. ACESSIBILIDADE

### **O website é acessível, especialmente para o perfil do público-alvo?**

→ A acessibilidade não significa apenas facilitar o acesso de pessoas com deficiências (por exemplo auditiva ou visual). Acessibilidade é a capacidade de acesso por pessoas com diferentes condições físicas, de cognição ou mesmo com utilização de diferentes tecnologias e dispositivos. Por isso, é fundamental analisar o perfil do público-alvo, o que é que ele precisa para garantir o acesso ao site e verificar se essas necessidades estão contempladas no site.