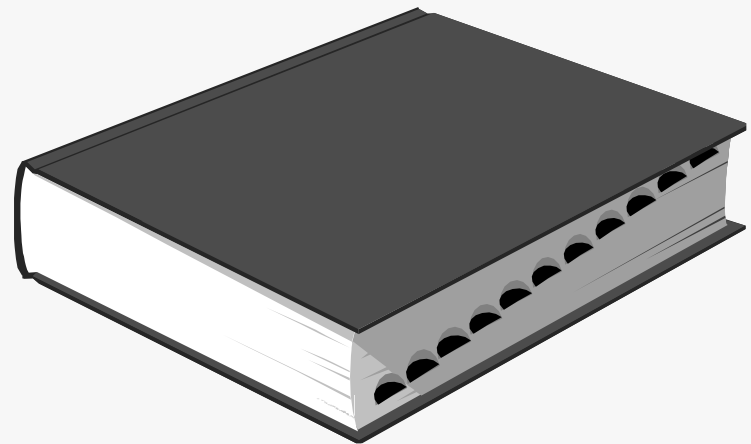


10 MAIORES EQUÍVOCOS EM *WEB DESIGN*

1. Frames
2. Tecnologia de Ponta
3. Objetos rolantes, *Blink* e animações
4. URL complexa e codificada
5. Páginas Órfãs
6. Páginas com *scroll* longos
7. Falta de suporte de navegação
8. Cores de links, não padrão
9. Informações desatualizadas
10. Longo tempo de *download*



1. FRAMES

- Frames quebra o modelo fundamental do usuário para páginas Web;
- impede o registro da página (frame) em uso nos bookmarks;
- há sérios problemas para imprimir o frame desejado;
- nunca se sabe qual informação irá aparecer e onde, no próximo click de um link;



2. TECNOLOGIA DE PONTA

- Não tentar atrair o usuário com o uso da última tecnologia de ponta;
- muitas ainda estão em versão beta ou preliminar; se houver um crash, o usuário não volta mais lá;
- nem todos os browsers se comportam da mesma forma para algumas tecnologias;
- será que o browser (tipo e versão) do usuário comporta esta tecnologia?
- será que a máquina do usuário comporta esta tecnologia?



EXEMPLO DE AJUSTE DE COMPATIBILIDADE (LYCOS)

© Copyright 2005, Lycos, Inc. All Rights Reserved. | **Privacy Policy** | Terms & Conditions | **HotBot Your Site**

NOTE: You can't see most of our site's design details because your browser doesn't support basic Web standards. You should consider upgrading to a more recent browser release. If you choose to continue with the use of your current browser however, all of our content will continue to be accessible to all versions of every browser.



3. OBJETOS ROLANTES, *BLINK* E ANIMAÇÕES

- Nunca incluir elementos que se movem incessantemente;
- Mover imagens tem um efeito de sobrecarga na visão periférica humana;
- dê ao usuário paz e quietude para realmente ler o texto;
- Objetos e textos piscantes: "é o demônio na Web!"



4. URL COMPLEXA E CODIFICADA

- Uma URL deve conter diretórios e nomes de arquivos compreensíveis pelo ser humano, que reflitam a natureza da informação;
- evitar códigos, numerações, abreviações na composição da URL;
 - <http://www.ima.umn.edu/~arnold/455.f96/disasters.html>
 - <http://129.252.97.21/dickey/golden/golden.html>
- não exagerar na extensão dos níveis hierárquicos;



5. PÁGINAS ÓRFÃS

- Certificar-se de que todas as páginas incluam uma clara indicação da relação daquela página com as demais;
- lembrar que a página pode ter sido localizada por um programa de busca, e portanto o usuário pode querer buscar páginas relacionadas;
- também é interessante que cada página tenha um *link* com a home-page e alguma indicação da hierarquia desta página com as demais.



6. PÁGINAS COM SCROLL LONGO

- Somente 10% dos usuários usa o scroll para visualizar partes abaixo da tela visível, quando esta entra;
- todas as opções, controles de navegação e conteúdos mais importantes devem ficar no topo da página;



7. FALTA DE SUPORTE DE NAVEGAÇÃO

- Não assumir que o usuário saberá tanto sobre seu site quanto você;
- começar o projeto com uma boa visão da estrutura do site e do tipo de informação nele contida;
 - prover um mapa do site;
- se possível, prover uma ferramenta de busca dentro do escopo do site, ou uma ferramenta de busca universal.



8. CORES DE LINKS, NÃO PADRÃO

- As cores padronizadas internacionalmente são:
 - Links ainda não visitados: AZUL
 - Links já visitados: VERMELHO
- não mude estas cores ou as use para outros fins de navegação, pois é uma das poucas padronizações acordadas internacionalmente;
- assim como as cores indicam o histórico de visita ou não do link, mantenha sempre os links sublinhados, que também é um padrão internacional.



9. INFORMAÇÕES DESATUALIZADAS

- Informações atualizadas mostram a realidade atual do assunto que trata o site, e mostra que o responsável pela sua manutenção está atento ao conteúdo veiculado;
- página com informações desatualizadas perdem a credibilidade e dão uma idéia de abandono, de desleixo;
- lembrar que esta imagem de descaso passa não somente para o responsável pela página, mas principalmente para a instituição;
- retirar informações que já caducaram, tais como eventos e *deadlines* que já ocorreram;



10. LONGO TEMPO DE *DOWNLOAD*

- Tempo de resposta máximo adotado tem sido de 10 segundos, acima do qual o usuário perde o interesse pela página;
- pode-se admitir um tempo máximo de 15 segundos para a carga de uma página, quando seu conteúdo deva ser complexo;
- para se diminuir o tempo de carga da mesma pode-se começar eliminando imagens, fundo, animações e outros recursos que retardam sua carga;
- todo desenvolvedor de página deveria possuir um Pentium 233, com 64 M de memória (que é a máquina média do brasileiro!), para testar suas páginas, e testá-las em algum local distante de seu próprio servidor, usando linha discada.

GRAU DE SEVERIDADE, DEFINIDO POR NIELSEN

1. Frames	Médio
2. Tecnologia de Ponta	Muito severo
3. Objetos rolantes, <i>Blink</i> e animações	Muito severo
4. URL complexa e codificada	Severo
5. Páginas Órfãs	Médio
6. Páginas com <i>scroll</i> longos	
7. Falta de suporte de navegação	Pequeno
8. Cores de links, não padrão	Severo
9. Informações desatualizadas	Severo
10. Longo tempo de <i>download</i>	Muito severo
	Muito severo

10 NOVOS EQUÍVOCOS DE WEB DESIGN

1. Quebra ou modificação do botão *Back*
2. Abrir uma nova janela
3. Uso não-padrão de elementos de interface gráfica
4. Falta de identificação dos autores
5. Falta de arquivos
6. Mover a página para outra URL
7. Cabeçalhos ausentes ou que nada tem a ver com o conteúdo
8. Saltar para a última tecnologia do momento
9. Tempo de resposta lento do servidor
10. Qualquer coisa que se pareça com uma propaganda

1. QUEBRA OU MODIFICAÇÃO DO BOTÃO *BACK*

- O botão *Back* é o segundo mecanismo de navegação mais usado num *browser* (42% das operações) perdendo apenas para os *links* (que têm 50%).
- Perde-se a navegação pelo botão *back* quando:
 - se usa frames
 - se abre uma nova janela
 - se programa um redirecionamento proposital para determinado endereço, a cada vez que se usa o botão
 - se inibe seu funcionamento para evitar retornar à páginas com conteúdos antes preenchidos.



2. ABRIR UMA NOVA JANELA

- Abrir uma nova janela é como se um vendedor de aspirador de pó iniciasse a visita esvaziando o aspirador no carpete do cliente (para demonstrar que seu produto limpará tudo!).
- Projetistas abrem novas janelas baseados na teoria de que isto mantém o usuário em seu site.
- Em muitos casos os usuários nem percebem que uma nova janela foi aberta, pois a mesma ocupa toda a tela se sobrepondo sobre a janela anterior.
- A abertura da nova janela gera uma discontinuidade na história de navegação, ao se usar o botão *Back*.



3. USO NÃO PADRÃO DE ELEMENTOS DE INTERFACE GRÁFICA

- Consistência é um dos mais poderosos princípios da Usabilidade: quando as coisas têm o mesmo comportamento, os usuários não se preocupam com o que vai acontecer, pois se baseiam em experiências anteriores.
- Abrir uma nova janela ao se clicar num link é uma inconsistência de interação, pois o usuário espera que o normal seja abrir o novo conteúdo na mesma janela.
- Uma das maiores violações de consistência está no uso inadequado de ferramentas de interface gráfica, tais como *radio buttons* e *check box*.



4. FALTA DE IDENTIFICAÇÃO DOS AUTORES

- Estudos mostram que os usuários querem saber quem está por trás das informações da Web.
- Em particular, biografias e fotos dos autores, ajuda a fazer da web um lugar menos impessoal e aumenta a credibilidade.
- Substituir a biografia por um *mailto*: é tão ruim como não tê-la, pois em geral o usuário não vai escrever um *email* para perguntar quem é o autor, o que faz.
- Também é considerado péssimo, clicar num *link* e obter como resposta uma janela de e-mail.



5. FALTA DE ARQUIVOS

- Eliminar um arquivo, pelo fato de se ter um outro mais atualizado, não se justifica, pois o custo de manter os dados antigos simultaneamente é baixo e evita o recebimento de *not found* - *error 404*.
- Encontrar aquela página, cujo endereço foi guardado nos *bookmarks* há certo tempo atrás, é gratificante para o usuário e o incentiva a manter outros endereços do mesmo *site*.

6. Mover a página para outra URL

- **Toda vez que uma página se muda, quebra qualquer link armazenado por outros sites ou em *bookmarks*.**
 - **Porque desagradar pessoas que lhe enviam referências gratuitas a seus clientes?**
- 

7. CABEÇALHOS AUSENTES OU QUE NADA TEM A VER COM O CONTEÚDO

- Cabeçalhos na web devem ser escritos de forma bastante diferente das demais mídias: eles são itens acionáveis que servem como elemento de interação com o usuário e os ajuda a navegar.
- Muitos programas de busca usam as informações dos cabeçalhos para criar suas indexações. Assim, se o cabeçalho não condiz com o conteúdo ou se o mesmo não existe, não se terá a informação contida no site.
- Em resumo, a *tag* `<title>` deveria ser obrigatória e ter o mesmo conteúdo do título da página.



8. SALTAR PARA A ÚLTIMA TECNOLOGIA DO MOMENTO

- A cada mês é lançada uma nova tecnologia na Web. Se formos adotar todas elas, não teremos tempo de nos preocupar com o conteúdo e sim em aprender a dominar a novidade.
- O que é pior é que muitas delas são incompatíveis com certas máquinas, configurações, plataformas ou *browsers*, o que “tira da jogada” grande número de usuários.
- Ainda que compatíveis, muitas são ainda ineficientes e lentas, irritando o usuário com pirotecnias que só servem para satisfazer ao ego do autor.



9. TEMPO DE RESPOSTA LENTO DO SERVIDOR

- Segundo Nielsen, o tempo de resposta lento do servidor é o pior ofensor da usabilidade na Web, e os grandes sites ostentam um percentual de 84% deles violando esta regra.
- Excesso de gráficos, gráficos grandes, figuras de fundo e textos em forma gráfica, são os maiores responsáveis pela demora.
- Longos menus e tabelas também contribuem negativamente.
- Também são fortes vilões: rotinas Java, rotinas Javascript e animações em flash.



10. QUALQUER COISA QUE SE PAREÇA COM UMA PROPAGANDA

- Atenção seletiva é muito poderosa, e os usuários da Web já aprenderam a não prestar atenção à *banners*, animações e outros mecanismos de propaganda.
- Isto explica porque o número de *clicks* em tais mecanismos vem caindo pela metade a cada ano, e comprova porque propaganda na Web não funciona.
- Atualmente somente *marketeiros* tolos ainda acreditam na propaganda (não solicitada) na Web ou via E-Mail.
- 3 hábitos anti-propaganda já inconscientes por parte dos usuários:
 - cegueira de banners: usuário não fixa os olhos em nada que se pareça com um banner
 - espanta animação: usuários ignoram tudo que pisca, se anima ou se acende.
 - apaga janelas: usuários fecham janelas de propaganda, mesmo antes da mesma ser completamente preenchida.

GRAU DE SEVERIDADE,

1. Quebra ou modificação do botão <i>Back</i>	Severo
2. Abrir uma nova janela	Médio
3. Uso não-padrão de elementos de interface gráfica	Severo
4. Falta de identificação de autores	
5. Falta de arquivos	Pequeno
6. Mover a página para outra URL	Médio
7. Cabeçalhos ausentes ou que nada tem a ver com o conteúdo	Severo
8. Saltar para a última tecnologia do momento	Médio
9. Tempo de resposta lento do servidor	
10. Qualquer coisa que se pareça com uma propaganda	Muito severo
	Muito severo
	Severo

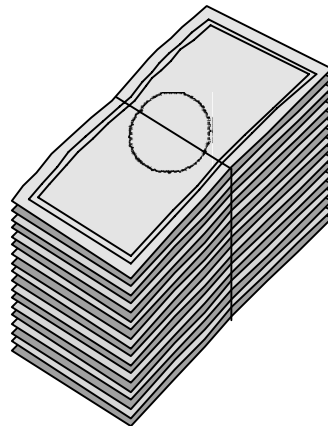
10 EQUÍVOCOS DE 2002

- 1 - Página comercial sem preços
- 2 - Mecanismo de busca inflexível
- 3 - Scroll Horizontal
- 4 - Fontes de tamanho fixo ou via CSS
- 5 - Blocos gigantes de texto
- 6 - Javascript em links
- 7 - Perguntas infrequentes em FAQ
- 8 - Coletar E-mails sem autorização
- 9 - URL com mais de 75 caracteres
- 10 - "Mailto" inesperados em links



1- PÁGINA COMERCIAL SEM PREÇO

- O preço é o item mais importante de uma oferta através da rede.
- O preço ajuda não só a diferenciar produtos similares, como impulsiona a decisão de compra.



2 - MECANISMO DE BUSCA INFLEXÍVEL

- Programas de busca que não conseguem interpretar palavras similares, em grafia ou fonia, tendem a perder mercado.



3 - SCROLL HORIZONTAL

- Usuários odeiam Scroll Horizontal.
- Muitas vezes este se torna necessário, pois a resolução usada pelo usuário não é a mesma imaginada pelo projetista da página.



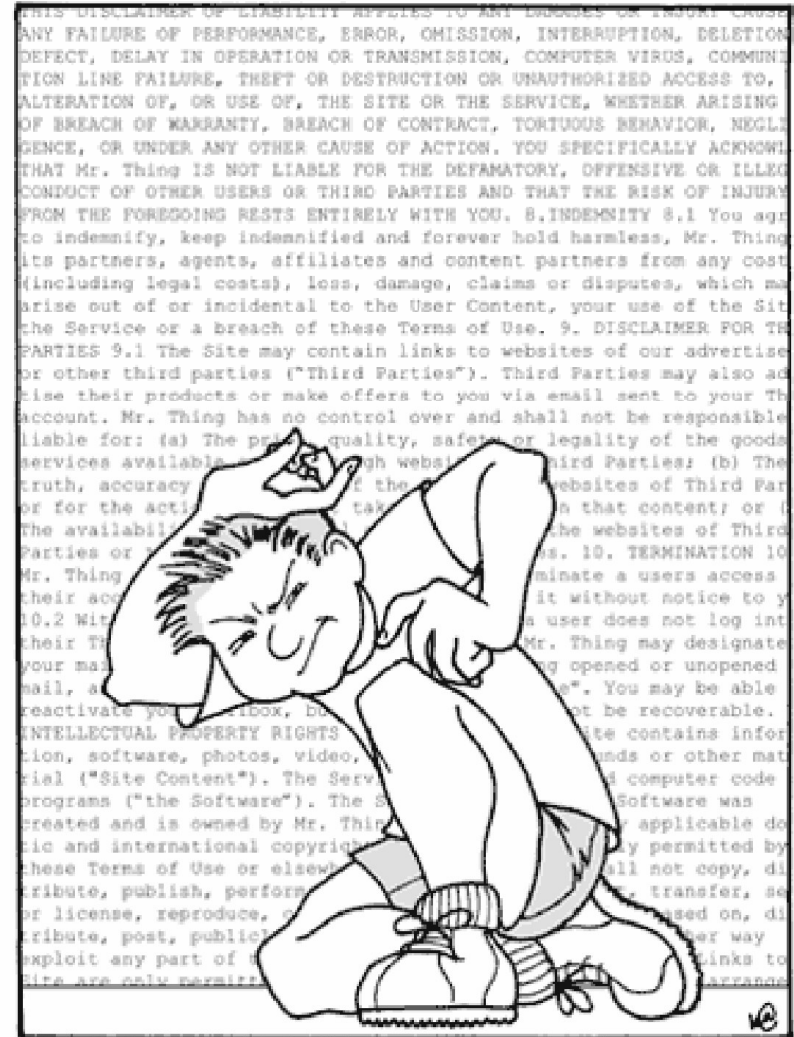
4 - FONTES DE TAMANHO FIXO OU VIA CSS

- O uso de folhas de estilo inibe a possibilidade do usuário visualizar textos do tamanho que prefere.
- Respeite a preferência do usuário.
- Use sempre fontes de tamanho relativo e não absoluto.



5 - BLOCOS GIGANTES DE TEXTO

- Algumas dicas para "quebrar" blocos longos:
 - subtítulos
 - *bulleted lists*
 - palavras-chave destacadas
 - parágrafos pequenos
 - estilo de escrita simples



6 - JAVASCRIPT EM LINKS

- Links devem ser usados apenas para seguir para um novo hipertexto.
- Usuários detestam quando um link abre uma nova janela não esperada.



7 - PERGUNTAS INFREQUENTES EM FAQ

- Muitas FAQs têm perguntas que as empresas gostariam que os usuários fizessem.
- Errado! As perguntas devem ser aquelas que realmente os usuários têm dúvidas.



8 - COLECIONAR E-MAILS SEM AUTORIZAÇÃO

- Usuários estão tentando proteger sua Inbox. Reagem negativamente quando se lhes é solicitado um E-mail.
- Usuários não mais estão assinando listas só porque é grátis.



9 - URL COM MAIS DE 75 CARACTERES

- URL muito longa, desencoraja que alguém digite a mesma no seu browser.
- Alguns browsers têm pequeno espaço para mostrar o endereço, e parte dos grandes endereços não fica visível.



10 - "MAILTO" INESPERADOS EM LINKS

- Quando se clica num link espera-se que o browser mostre o próximo hipertexto.
- Abrir uma janela para que o usuário envie um E-mail é desastroso, pois o usuário espera ler alguma coisa, não escrever.



GRAU DE SEVERIDADE

1 - Página comercial sem preços	Severo
2 - Mecanismo de busca inflexível	Médio
3 - Scroll Horizontal	Pequeno
4 - Fontes de tamanho fixo ou via CSS	Muito Severo
5 - Blocos gigantes de texto	Médio
6 - Javascript em links	Severo
7 - Perguntas infrequentes em FAQ	Médio
8 - Colecionar E-mails sem autorização	Severo
9 - URL com mais de 75 caracteres	Médio
10 - "Mailto" inesperados em links	Severo

NOVOS EQUÍVOCOS DE 2003

- 1 - Definição de objetivos obscura
- 2 - Novas URLs para arquivar conteúdos
- 3 - Conteúdos sem datas
- 4 - Amostra de grandes fotos sem clareza
- 5 - Detalhamento de textos para <ALT>
- 6 - Falta de suporte para "What-if"
- 7 - Longas listas que não podem ser filtradas por atributos
- 8 - Produtos classificados apenas por marca ou atributo único
- 9 - Evitar formatos de entrada de dados restritivos
- 10 - Páginas que se ligam a si próprias.



1 - DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS OBSCURA

- Algumas empresas criam websites com definições muito vagas dos objetivos da empresa, serviços e produtos oferecidos.
- Na área comercial pode inibir vendas ou prejudicar a própria imagem da empresa
- Na área de serviços ou fornecimento de informações, pode levar ao usuário a não usar tais serviços .



2 - NOVAS URLS PARA ARQUIVAR CONTEÚDOS

- A constante busca de renovação de websites leva os projetistas a desativar vários arquivos de dados, considerados obsoletos.
- Há dados de séries históricas que devem ser mantidos, porém em local de acesso diferenciado.
- O recomendado é colocar tais arquivos em servidores ftp, em formatos que facilitem a armazenagem e que seja mais duradouro e universal.



3 - CONTEÚDOS SEM DATAS

- Artigos, textos e outras informações que não contém data, podem levar o usuário à dúvida sobre a validade ou obsolescência dos dados.
- Dados aparentemente "antigos" podem ser de grande valia para certos usuários. Como exemplo o site "Alert Box" do Nielsen/Norman tem 80% das consultas para artigos mais antigos.



4 - AMOSTRA DE GRANDES FOTOS SEM CLAREZA

- Com o intuito de não ter que carregar grandes imagens, o que aumenta o tempo de download, alguns sites colocam pequenas fotos amostrais, que podem ser ampliadas, se o usuário desejar.
- Porém algumas contém detalhes completamente ilegíveis ou não identificáveis, o que torna estas fotos inúteis.



5 - DETALHAMENTO DE TEXTOS PARA <ALT>

- Na preocupação crescente com a acessibilidade, muitos sites estão provendo textos inteligentes para colocar no atributo ALT.
- É dispensável descrever detalhes visuais irrelevantes.
- Textos inteligentes são textos curtos (de fácil e rápida leitura) que sejam auto-explicativos.



6 - FALTA DE SUPORTE PARA "WHAT-IF"

- A tarefa de comparar e escolher dentre alternativas ainda é uma das tarefas críticas na web.
- Para tanto usa-se a técnica "What-if", onde o usuário faz simulações de situações ou configurações, visando uma comparação ou escolha.
- A técnica deve sempre prover recursos que aproveite todos os dados já digitados ou escolhidos, e colha apenas as modificações.



7 - LONGAS LISTAS QUE NÃO PODEM SER FILTRADAS POR ATRIBUTOS

- Há longas listas de opções a serem escolhidas, que poderiam ser substituídas por listas menores obtidas por filtragem de atributos.
- Exemplos:
 - Página da PROGRAD que lista dados de uma disciplina.
 - Como era : uma lista de cerca de 3000 disciplinas para se escolher uma.
 - Como é hoje: na primeira caixa se diz uma parte de seu código; na segunda mostra as disciplinas que atendem ao solicitado, onde se escolhe uma delas; na terceira caixa, escolhe-se a turma.
- Contra-exemplo:
 - Página da Rodoviária: lista de cidades



8 - PRODUTOS CLASSIFICADOS APENAS POR MARCA OU ATRIBUTO ÚNICO

- Sites que oferecem listas classificadas, em muitos casos só permitem uma forma de classificação, sobre uma marca um tipo de produto ou atributo.
- Diferentes chaves de classificação e chaves múltiplas são bastante desejáveis.



9 - EVITAR FORMATOS DE ENTRADA DE DADOS RESTRITIVOS

- A entrada de dados pode ser mais produtiva se for digitado certo valor ou texto, ao invés de percorrer listas, menus ou selecionar botões.
- Além da digitação o site pode prover recursos de formatação para facilitar, tais como separadores, pontos e vírgulas.
- Exemplos:
 - Data de nascimento
 - N° cartão de crédito
 - N° de agência/conta de banco



10 - PÁGINAS QUE SE LIGAM A SI PRÓPRIAS.

- É uma prática que não leva a outra coisa a não ser a irritação do usuário.
- O caso mais comum é o de programar o uso do botão back para redirecionar para a própria página.
- É considerada uma praga detestável como um vírus, uma pichação. Só perde para "flash compulsório", "banners de propaganda", "e-mails não solicitados", etc.



GRAU DE SEVERIDADE

1 - Definição de objetivos obscura	Severo
2 - Novas URLs para arquivar conteúdo	Severo
3 - Conteúdos sem datas	Pequeno
4 - Amostras de grandes fotos sem clareza	Médio
5 - Detalhamento de textos para <alt>	Pequeno
6 - Falta de suporte para "What if"	Médio
7 - Longas listas que não podem ser filtradas p/ atributos	Muito severo
8 - Produtos classificados apenas p/ marca ou 1 atributo	Severo
9 - Evitar formatos de entrada de dados restritos	Médio
10 - Páginas que se ligam a si próprias	Muito Severo

NOVOS EQUÍVOCOS (2004)

- 1 -Substituição de textos "planos" por textos contidos em imagens. [Severo]
- 2 -Textos em PDF [Muito severo]
- 3 -Poluição de informação: informação excessiva, desnecessária ou advertência idiota. [Médio]
- 4 -*Information foraging*: Satisfação de informação, faz com que usuários procurem opções que lhes satisfaçam com simplicidade. [Médio]



OS 10 MAIORES EQUÍVOCOS DE 2005

1. Problemas de legibilidade
2. Links não padrão
3. Uso inadequado de Flash
4. Conteúdo que não foi escrito para a Web
5. Pesquisa mal sucedida
6. Incompatibilidade de Browser
7. Formulários pesados
8. Sem informação da empresa ou de contato
9. Lay-out congelado em páginas com tamanho fixo
10. Ampliação inadequada de fotos



1. PROBLEMAS DE LEGIBILIDADE

- Cerca de 2/3 dos usuários reclamaram de fontes pequenos ou fontes congelados.
- Cerca de 1/3 reclamou de baixo contraste entre texto e fundo.
- Fontes ruins ganharam o dobro de votos do 2º item, na pesquisa com os usuários.
- Páginas Web são essencialmente para se ler informações, dados e textos que podem (e devem) ser ilustrados com imagens e outros recursos. Mas se o texto é ilegível.....



2. LINKS NÃO PADRÃO

- As 5 regras mais importantes para Links:
 - Faça parecer óbvio o que é link. Para links de texto usar cores e sublinhado. Não sublinhe texto que não é link.
 - Diferencie links visitados de não visitados.
 - Explique o que o usuário vai encontrar naquele link. Não use links como "clique aqui" ou outro tipo não descritivo.
 - Evite Javascript ou outra técnica elegante que quebre a técnica padrão de interação.
 - Não abra páginas em novas janelas.
- Link é o elemento de interação nº 1 da Web



3. USO INADEQUADO DE FLASH

- Flash ganhou a medalha de bronze do aborrecimento dos usuários.
- Com raras exceções, a maioria dos usos do Flash são considerados ruins, inadequados e não tem outro resultado senão aborrecer as pessoas.
- Usar Flash para navegar é pior ainda. Usuários preferem navegação estática.
- Flash não deve ser usado para "incrementar" uma página.
- Desenvolvedores que usam Flash confessam que o domínio e uso desta técnica lhes é sinônimo de "poder na Web" (somente entre eles!).



4. CONTEÚDO NÃO ESCRITO PARA A WEB

- Escrever para a Web significa fazer conteúdos:
 - pequenos
 - pesquisáveis
 - direto ao ponto (sem floreios)
- Conteúdo na Web deveria ainda
 - responder às questões do usuário
 - usar linguagem comum ao invés de termos rebuscados (facilita a busca usando palavras comuns dos usuários)



5. PESQUISA MAL SUCEDIDA

- A pesquisa é um componente fundamental da experiência do usuário na Web
- Incremento nos custos para melhorar a pesquisa tem alto retorno



6. INCOMPATIBILIDADE DE BROWSER

- Até a metade de 2004 este quesito teve importância secundária.
- Hoje é significativo o número de usuários que usam Firefox, Opera e Safari, desbancando o explorer como líder.
- Assim, esse quesito passou a ter uma significância bastante relevante e deve ser incluída na lista de atividades de teste de sites, o teste em diferentes plataformas.
- O recurso mais fácil para reduzir incompatibilidades é usar tags e ferramentas mais simples que são compatíveis com todos os browsers.



7. FORMULÁRIOS PESADOS

- São inúmeras as reclamações sobre o preenchimento de formulários.
- 5 Regras para melhorar formulários:
 - Cortar questões e campos desnecessários. (Por exemplo, solicitar endereço de uma pessoa que solicita uma cotação de preços, se a resposta vai por E-mail).
 - Não exigir campos obrigatórios, se estes não forem absolutamente necessários.
 - Permitir campos autopreenchidos onde possível.
 - Ajustar o foco do teclado para o primeiro campo quando o formulário é mostrado.
 - Permitir entrada flexível para telefones, cartões de créditos e similares. (alguns usuários preferem digitar dados numéricos continuamente ao invés de blocos de 3 ou 4; a formatação pode vir depois)



8. FALTA DE INFORMAÇÕES SOBRE A EMPRESA OU CONTATOS

- Às vezes nem mesmo telefones, endereços da sedes ou endereços de E-mail não se tem disponível.
- Uma empresa que não se sabe onde é ou onde contactar geralmente não merece a nossa confiança depositada, muito menos nosso dinheiro.



9. LAY-OUT CONGELADO EM PÁGINAS COM TAMANHO FIXO

- As reclamações neste quesito vêm em 2 categorias:
 - em grandes monitores, websites são difíceis de usar se a janela não for redimensionada; no sentido inverso, monitores pequenos exigem o uso constante do rolamento horizontal.
 - a parte mais à direita da página é cortada quando se imprime a página (especialmente quando se usa papel A4 e a página foi "congelada" para Letter).
- Mas o pior são as páginas que "congelam" tanto a altura como largura da página.



10. AMPLIAÇÃO INADEQUADA DE FOTOS

- Uma das maiores decepções é quando o usuário clica num link que diz "Clique aqui para ampliar" e a foto que aparece é exatamente a mesma, porém sozinha numa outra janela.



GRAU DE SEVERIDADE

1 - Problemas de Legibilidade	Muito Severo
2 - Links não Padrão	Severo
3 - Uso inadequado de Flash	Muito Severo
4 - Conteúdo não escrito para Web	Médio
5 - Pesquisa mal sucedida	Médio
6 - Incompatibilidade de Browser	Muito Severo
7 - Formulários Pesados	Severo
8 - Falta de informações sobre a empresa ou contatos	Médio
9 - Lay-out congelado em páginas de tamanho fixo	Severo
10 - Ampliação inadequada das fotos	Pequeno

DE VOLTA AO BÁSICO EM WEB DESIGN:

- Nielsen remete os Web Designers de volta a estudar os princípios básicos.
- Lembra que os usuários não se importam com tecnologias e especialmente não querem novas características.
- O que eles querem é melhorias na qualidade do básico:
 - textos que podem ser lidos
 - conteúdo e respostas para suas questões
 - navegação e busca que os ajudem a encontrar o que procuram
 - formulários pequenos e simples



- nada de bugs, dados corrompidos, links quebrados, conteúdos desatualizados, erros de grafia.

