

Guidelines y best practices para los sitios web

<u>Título</u>	<i>Guidelines y best practices para los sitios web</i>		
<u>Tipo</u>	Manual	<u>Evento</u>	
<u>Fecha</u>	junio de 2001	<u>Autor</u>	Roxana Bassi rox@arda.com.ar
<u>Temática</u>	Internet, uso avanzados, diseño web		
<u>descriptores</u>	Guidelines, best practices, web sites		
<u>Origen</u>	Asociación Links, http://www.links.org.ar . http://www.roxanabassi.com.ar Para utilizar el contenido de este documento consulte condiciones en el sitio web.		

Guidelines para los Sitios Web

Observaciones:

Este es un documento que propone una serie de reglas básicas para la estandarización técnica y de usabilidad de los sitios web.

El mismo parte de premisas y sugerencias generalmente aceptadas, que deberán ser analizadas en su aplicación o no a cada sitio en particular.

Guidelines y best practices para los sitios web

Guidelines para los Sitios Web.....	1
Observaciones:.....	1
Acerca de éste documento.....	3
Objetivos.....	3
Claridad visual.....	3
Organización y navegabilidad.....	4
Diseño Gráfico y estética.....	6
Generalidades.....	6
Colores y logo:.....	6
Movimiento y animación.....	6
Imágenes Gráficas.....	7
Aspectos técnicos.....	8
Navegadores.....	8
Aplicaciones.....	8
Marcado HTML.....	9
Hojas de Estilo.....	9
Frames.....	10
Otras tecnologías.....	10
Contenidos.....	10
Redacción.....	10
Comunicación.....	12
Contactarse.....	12
Banners.....	13
Bibliografía y referencias recomendadas.....	13
Sitios.....	13
Libros.....	13
Documentos:.....	14

Acerca de éste documento

Objetivos

- El presente documento pretende establecer las normativas generales técnicas, de diseño, usabilidad y de organización, para los sitios Web.
- No pretende ser un documento exhaustivo ni detallado, sino la suma de recomendaciones generales para hacer lo más simple y clara la navegación de los visitantes, lo cual redundará en un uso más eficiente del medio.
- El principal objetivo del presente documento es proponer una presencia web unificada y coherente en todos los sitios gubernamentales, buscando optimizar el aspecto y acceso a la información.
- Este documento plantea aspectos estratégicos, independientes de las aplicaciones o tecnologías que los soporten.

Claridad visual

Debemos reducir todo lo posible las veces en que el usuario deba ir hacia abajo en una página para ver todo lo que contiene la sección donde está posicionado. Las barras deben estar desarrolladas para pantallas 800 X 600 pixels y no deberían tener scrolling. Se comprende que deba ir para abajo para leer la totalidad de un artículo, o ver detalles de una noticia, pero aún así el scroll debe tratarse de que no supere las 3 pantallas.

Al entrar en una sección, debe ser inmediatamente claro:

- cuáles son todos los contenidos de esa sección.
- en que parte del sitio Web está ubicado. Para ello pueden utilizarse niveles o barras de estado que cambien (por ejemplo de color o que se destaquen) para indicar la posición.
- cómo accede a otras secciones del sitio, si la actual deja de interesarle, sin tener que utilizar la opción "Atrás" del navegador.

Organización y navegabilidad

Home Page

- ❑ No es recomendable el uso de una “Start Page” (portada inicial, sin contenido, que precede a la Home Page), ya que cansa al visitante frecuente y causa una pérdida de tiempo, sin agregado de valor.
- ❑ La Home page debe brindar básicamente un acceso a los contenidos de primer nivel (comunidades, sección horizontal, legales y opciones de contacto), ofrecer información acerca de la organización, y destacar las novedades o noticias principales.
- ❑ Debe destacar claramente el logo
- ❑ Las novedades o noticias de la Home Page deben cambiar con regularidad, reflejando siempre las últimas noticias.
- ❑ La home page debe entrar completa en una pantalla de 800X600. Se sugiere que no se deba hacer scrolling para ver ninguno de sus ítems, aunque pueden colocarse algunos contenidos por debajo de los 600 pixels, con prioridad menor al resto.
- ❑ La home page debe estar lo más optimizada en su tamaño, para que cargue lo más rápidamente posible.

Home Page de comunidades

- ❑ La Home Page de comunidades debe comportarse igual que la home page global, pero para la comunidad específica.
- ❑ La home Page de comunidades debe entrar completa en una pantalla de 800X600. Se sugiere que no se deba hacer scrolling para ver ninguno de sus ítems, aunque pueden colocarse algunos contenidos por debajo de los 600 pixels, con prioridad menor al resto.

Barras de navegación

- ❑ El sitio debe contar con dos barras de navegación en todas las páginas, a excepción de la Home Page.
- ❑ Una es la barra Global (horizontal) y la otra la Local (vertical).

Guidelines y best practices para los sitios web

- La barra global: (se sugiere parte superior de la pantalla) indica los accesos a secciones y servicios generales (home, contáctenos, webmail, cambio de comunidad, ayuda, etc.)
- La barra local: (se sugiere lado derecha de la pantalla) es relativa al contexto (por ejemplo, a cada comunidad o servicio) y debe indicar la posición actual del navegante dentro de la sección. Puede poseer un área general (de la sección) y una sub-área relativa a la posición.
- Hay que tener especial cuidado en la cantidad de ítems a colocar en las barras, no deben ser exageradamente largas, 11 ó 12 ítems como máximo.
- Se sugiere que ambas barras sumadas no superen el 30% de la superficie de la pantalla del navegante en 800X 600 pixels (este valor incluye la superficie ocupada por las barras y opciones del programa navegador).
- Debe prestarse especial atención a las opciones del menú presentes en las barras. Las opciones deben ser palabras muy claras, breves y de significado autocontenido, para que el usuario sepa exactamente a donde se dirige si las elige. Referirse al documento de redacción para la web para más detalles.

Pie de página

- Al pie de todas las páginas deben colocarse las opciones (en texto) que deseen destacarse de la barra global. Desde todas las páginas debe poder accederse – al menos – a la sección de ayuda, contáctarse y búsqueda.
- Debe incluirse un enlace a la correspondiente nota de copyright y condiciones legales de acceso del usuario.
- Contactarse: Debe incluirse una referencia a un form para contactarse, adaptado al contexto de cada página (por ejemplo, al pie de un artículo “envíenos su opinión”, al pie de una investigación “envíenos su colaboración”, etc.)

Indicadores de ubicación.

- El navegante debe hacer del Sitio su sitio de destino habitual. Por lo tanto, debe ser capaz de conocerlo y accederlo en la medida que lo necesite.
- Para ello, es necesario que cada sección esté claramente identificada en su pertenencia y nivel de profundidad. También pueden proveerse indicadores de colores u otro, para destacar cada sección.

Guidelines y best practices para los sitios web

- Adicionalmente, puede ofrecerse un mapa del sitio.

Diseño Gráfico y estética

Generalidades

- Debido a la tasa actual de uso de definiciones de monitor, las dimensiones para las cuales debe diseñarse el sitio es 800 x 600 pixels. Sin importar esto, debe observarse como se ve el sitio en 640X480 y 1024X768 pixels.
- Para solucionar problemas de visualización y *scrolling* se recomienda utilizar tablas determinadas con % en lugar de pixels (px).

Colores y logo:

- El uso de los colores y del logo debe basarse en el manual corporativo de Imagen y Marca. Debe tratarse de no realizar variaciones sobre estos, ya que constituyen la cara visible y reconocible de la organización
- El logo debe estar claramente visible en todas las páginas.
- El sitio en general debe mantener una estética formal y limpia, tratando de evitar los colores chillones y la sobrecarga de información en la pantalla. Se debe desarrollar un manual gráfico para la web que determine algunos de estos aspectos.

Movimiento y animación

- Los movimientos, animaciones y otros efectos para destacar objetos y llamar la atención deben utilizarse lo más conservadoramente posible, de modo de no distraer al navegante.
- Pueden utilizarse gifs animados (por ejemplo para el logo), pero no en forma compulsiva.
- No se recomienda el uso de marquees, animaciones, o elementos gráficos que se muevan constantemente.

Imágenes Gráficas

Se debe distinguir con atención cuando las imágenes gráficas son

- a) meramente ilustrativas (prescindibles, ej. una viñeta)
- b) complementarias a la información (semi-prescindibles, ej. Una foto de un congreso)
- c) indispensables (no prescindibles, ej. una toma de microscopio con un resultado observable)

Esto afectará qué prioridad debe darse a la misma, cómo se la ubicará, que dimensiones debe poseer y el formato y el peso en kbytes.

Tamaño y formatos

- Atento a acelerar al máximo la navegabilidad del visitante, las imágenes deben estar lo más reducidas posibles, con el objeto de ser lo mas pequeñas en Kb.
- Para ello, debe usarse formatos GIF, JPG o PNG, según corresponda al tipo de imagen. Debe usarse también la menor cantidad de colores posibles, y la paleta de colores del navegador. Todo esto para lograr el menos tamaño con la menor pérdida de información relevante.
- Debe reducirse lo más posible el uso de imágenes ilustrativas que no aportan información.
- Deberán tratarse excepcionalmente en caso de imágenes del tipo C (indispensables), donde a veces no es posible la reducción sin perdida de información relevante, por ejemplo en un mapa topográfico o una imagen de microscopio. En tal caso, deberá ofrecerse siempre una imagen thumbnail (de muestra) con opción a una ampliación al nivel de detalle necesario.
- Se sugiere el uso de ALT tags en todas las imágenes y opciones de texto para los image maps.

Fondos:

- Debe minimizarse en uso de fondos, buscando siempre que la legibilidad de los textos sea la óptima. Es recomendable que se utilicen colores claros o lisos, evitando rayados o tramados que dificulten la lectura.

Guidelines y best practices para los sitios web

Iconos:

- ❑ Los iconos deben utilizarse con criterio, tomando en cuenta que la idea es utilizarlos de modo de representar conceptos o ideas más complejas. No tiene sentido colocar un icono acompañando una palabra.
- ❑ Es recomendable utilizar los mismos iconos para los mismos conceptos en varias partes del sitio. De este modo, no sólo se logra una mejor identificación de los mismos por parte del usuario, sino que se aceleran los tiempos de carga de las páginas.

Aspectos técnicos

Navegadores

- ❑ El desarrollo de las páginas web debe ser realizado tomando en cuenta los navegadores más populares usados por los usuarios, pero sin descartar su correcta visualización en otros mecanismos o dispositivos de acceso.
- ❑ Idealmente debería probarse la visualización en los Navegadores usados hasta dos años antes.
- ❑ Para garantizar compatibilidad, no debe utilizarse TAGs HTML propietarios
- ❑ También debe probarse como se ve la información achicando y aumentando el tamaño de las letras del navegador.

Aplicaciones

- ❑ En lo posible, no deben utilizarse desarrollos de aplicaciones que requieran la bajada de un plug-in por parte del navegante. Todo uso de tecnologías que requieran plug-in o bajadas de software, deberá estar justificado estratégicamente.
- ❑ Puede utilizarse cualquier software para la creación de las páginas Web, siempre tratando que sea lo más estándar posible y que el marcado de las páginas tienda a ser lo más “limpio” que se pueda.
- ❑ Puede utilizarse cualquier tecnología para aplicaciones que sean server side.
- ❑ Si se incluyeran en el sitio desarrollos de aplicaciones client-side (applets, scripting, etc.) deben tomarse recaudos especiales para que la interfaz sea lo más consistente con lo conocido, de ésta forma, el usuario no tiene dudas de qué ocurrirá cuando

Guidelines y best practices para los sitios web

accione un determinado botón o accede a cierta opción de un menú. (Especial atención en el uso de radio-buttons, menús desplegables, o botones de acción).

- ❑ Puede utilizarse Javascript o aplicaciones Java. En cualquiera de estos casos, verificar siempre la compatibilidad y ejecución en todos los navegadores.
- ❑ No se recomienda el uso de tecnologías propietarias, como por ejemplo controles ActiveX para los desarrollos client-side.

Marcado HTML

- ❑ Las páginas deben ser desarrolladas en HTML V 4.0 o inferior.
- ❑ Deberá buscarse la mayor estandarización de HTML posible, intentando no utilizar tags propietarios.
- ❑ Es importante recordar que la web no es WYSIWYG, con lo cual, siempre el marcado del sitio (los tags HTML) debe ser visualizado en los navegadores más difundidos y con aquellos que los usuarios más acceden al sitio.
- ❑ No es recomendable que el sitio web tenga scrolling horizontal.
- ❑ Tratar de evitar el uso de tags de “presentación” y tipografías (por ejemplo FONT FACE). Evitar el uso de tipografías no estándares.
- ❑ El marcado debe ser ASCII internacional estándar, usando los códigos adecuados para letras acentuadas y otros símbolos ASCII mayores a 127.

Hojas de Estilo

- ❑ El principal objetivo del uso de las hojas de estilo en el sitio es separar las estructuras de marcado y contenido (tags html) de la información de presentación. Este primer paso hacia un sitio web en formatos como el XML, permite, además, un mayor control de la presentación, un marcado más limpio y la centralización de todo el estilo en un único archivo.
- ❑ El uso de hojas de estilo (style sheets o css) está recomendado, aunque debe considerarse siempre cómo es la visualización del sitio en los casos que el usuario no tenga un navegador que las soporte. Las páginas sin style sheets deben verse casi tan bien como con ellas.

Guidelines y best practices para los sitios web

- Es importante recordar que la web no es WYSIWYG, con lo cual, siempre las hojas de estilo deben ser probadas en los navegadores más difundidos y con aquellos que los usuarios más acceden al sitio.

Frames

- El uso de frames está permitido, aunque sugerimos que este último se limite a la barra de navegación, ya que puede producir complicaciones para el usuario si desea guardar o imprimir la página.

Otras tecnologías

- Sonido, video y streaming: utilizarlas en la medida en que brindan valor diferencial, sin abusar de ellas, y tratando de optimizarlas para la Web.

Contenidos

Redacción

Estos aspectos se describen en mayor detalle en el documento específico “Redacción de contenidos para la Web”

Texto

- Se debe tener especial atención en la densidad de contenido que se incorpora a una página. Cuanta más información se incorpore (elementos gráficos, opciones de menús, ítems en las barras, etc.) más compleja será la navegabilidad del sitio.
- Los artículos deben redactarse de acuerdo a las reglas de redacción para la Web (forma de pirámide invertida, uso del hipertexto, reducción de la información)
- Debe titularse de acuerdo a las recomendaciones de títulos para la web
- Todos los contenidos del site deben redactarse usando un manual de estilo común, para preservar la uniformidad del material ofrecido.
- Extensión: debe tenerse en cuenta el largo de cada página, tratando de no superar en exceso las 3 pantallas de contenido. Cada nodo de información debe ser coherente en

Guidelines y best practices para los sitios web

cuanto a lo que contiene. No tiene sentido separar en partes un concepto corto ni unir varios porque sí. Es recomendable partir en páginas más breves una nota o investigación larga (idealmente no deberían ser más largas que unas pocas pantallas), siempre ofreciendo la opción de imprimir o leer la nota completa. A pesar de la separación, debe existir un índice o listado de las sub-páginas. El usuario podría querer acceder a la última parte de la nota y para ello no debería tener que hacer 5 clicks. Es la excepción a esta regla el caso de manuales, instructivos o textos que deban mantenerse juntos por alguna razón en particular.

- ❑ Encabezados y separadores: Es recomendable utilizar siempre títulos y jerarquización de niveles de contenido dentro de cada página. Esto facilita la lectura y el orden y dejan claro dónde termina una sección y empieza la que sigue.

Presentación y Tipografías

- ❑ Las tipografías elegidas deben ser sans-serif y debe probarse la legibilidad agrandando y achicando la letra en los navegadores.
- ❑ Debe prestarse atención a los colores de la tipografía sobre el fondo, siendo ideal el contraste letras negras - fondo claro.
- ❑ Al pie de cada artículo debe poder ofrecerse la posibilidad de comunicación (ya sea contactar al autor, opinar sobre el contenido, enviar una colaboración) y de acciones (imprimir nota, enviar a un colega)

Enlaces

- ❑ Aspecto: **es ideal que los enlaces aparezcan tal como el usuario los conoce: subrayados y en color azul.** El uso de otras coloraciones debe permitir la lectura y destacarse del resto del texto. No se recomienda que el subrayado aparezca recién cuando el usuario haga un “on-mouse-over”.
- ❑ Debe tomarse especial recaudo en el uso de referencias absolutas o relativas dentro de los HTML. **Debe tratarse que siempre sean relativas.**
- ❑ Debe haber parámetros de catalogación para los links externos e internos.
- ❑ Sería recomendable que el texto alternativo (link titles) del enlace informará adónde conduce o qué tipo de información se encontrará en el destino. Este puede ser un gran apoyo a la navegación óptima.

Guidelines y best practices para los sitios web

- ❑ No es recomendable que los enlaces (internos o externos) abran nuevas ventanas del navegador, ya que esto marea al navegante novato. En el caso de utilizar frames en las barras, sería recomendable tratar de mantener el que corresponda a la barra global (superior) para permitir un retorno fácil por parte del usuario.
- ❑ Todo enlace que apunte a un directorio debe cerrarse con una barra ("/"), lo que acelerará la carga de la página solicitada.

Catalogación

- ❑ Dentro del almacenamiento elegido, cada artículo o página web debe tener una identificación (nombre) única, que no cambie nunca. Esto permitirá referenciarla siempre, almacenarla fácilmente, y encontrarla en cualquier momento.
- ❑ Debe tratar de utilizarse Tags META en todas las páginas. Como mínimo deberán ofrecer: Descriptores, Autor, Tipo de contenido e índices. Eventualmente se tenderá la desarrollo de un DTD internacional normalizado.
- ❑ Salvo contadas excepciones, todo el contenido debe tratar de mantenerse archivado históricamente. De este modo, el visitante sabe a donde recurrir cuando desea consultar información que ha visto previamente. La información debe estar catalogada muy claramente y de la más nueva a la más antigua.
- ❑ Debe contarse con un manual internacional de criterios de catalogación, thesaurus, etc.

Comunicación

Contactarse

- ❑ En toda página debe haber indicado claramente el medio para establecer contacto con la organización.
- ❑ Dicho contacto debe tratarse de que se catalogue lo más específicamente posible desde su envío (ej. para contenidos, institucionales, quejas, webmaster, etc.) y que sea derivado a la persona más idónea para su respuesta.

Guidelines y best practices para los sitios web

- ❑ No se deben solicitar demasiados datos a quien llena el formulario, sino los mínimos para poder atender a su consulta y/o identificarlo. Los formularios muy complejos intimidan y no fomentan la comunicación.
- ❑ **Nunca** deben dejarse mensajes del usuario sin contestar. Debe implementarse un manual de la política de respuestas a los mensajes, donde se indiquen no sólo los tiempos máximos de respuesta de mensajes, sino también contestaciones estándar.

Banners

- ❑ El espacio a utilizar en publicidad debe estar bien determinado y claramente separado del contenido.
- ❑ Igual que las imágenes, los banners deben estar lo más comprimidos posibles.
- ❑ Hay que tratar de evitar que los enlaces a los que lleven los banners impidan la vuelta atrás del navegante (un truco común de los anunciantes).

Bibliografía y referencias recomendadas

Sitios

- www.useit.com: enlaces útiles para la usabilidad, de Jakob Nielsen.
- www.usability.gov: sitio de usabilidad del gobierno de USA
- <http://www.w3.org/TR/1999/WAI-WEBCONTENT-19990505/> : Web content accessibility guidelines, del W3C.

Libros

- “Usability Engineering”. Jakob Nielsen, ISBN 0125184069
- “Designing Web Usability : The Practice of Simplicity”, Jakob Nielsen, ISBN: 156205810X . Hay un resumen en: <http://www.webreference.com/new/nielsenbook.html>
- “ Web Site Usability : A Designer's Guide “ Por Jared Spool - Puede comprarse en : <http://world.std.com/~uieweb/bookdesc.htm>
- “El ordenador invisible” (The invisible computer), por Donald Norman

Documentos:

- “Web Content Accessibility Guidelines 1.0 - W3C Recommendation 5-May-1999”
<http://www.w3.org/TR/1999/WAI-WEBCONTENT-19990505/>
- “Research Based Design & Usability Guides” www.usability.gov/guidelines (al 22/5/2001)
- “Checklist of Checkpoints for Web Content Accessibility Guidelines 1.0” -
<http://www.w3.org/TR/WCAG10/full-checklist.html>