

0 1 0 0 1 1 0 0 1 1 1 0 1 0 0 0 1

RESUMEN

Diseñar en función del usuario se ha convertido en la clave fundamental para lograr la eficacia de un **sitio Web**. Este trabajo está orientado a abordar un concepto clave y fundamental para garantizar el éxito de un diseño para un sitio web que es la “**usabilidad**”. Se presenta en primer término los conceptos básicos de la usabilidad, la importancia del establecimiento de unos principios basados en la ingeniería de usabilidad. En una segunda parte se expondrán algunas **directrices, reglas y métodos** que ofrece esta técnica y que constituyen la esencia del diseño centrado en usuarios. Se describirán algunas de las claves de los métodos de usabilidad.

Palabras clave: Páginas web, usabilidad, diseño.

ABSTRACT

To design in the user's function has become the fundamental key to achieve the effectiveness of a **Web site**. This work is guided to approach a key and fundamental concept to guarantee the success of a design for a web site that is the “**usability**”. It is presented in first term the basic concepts of the usability, the importance of the establishment of some principles based on the usability engineering. In a second he/she leaves they will expose some **guidelines, rules and methods** that he/she offers this technique and that they constitute the essence of the design centered in users. some of the keys of the usability methods will be described.

Keywords: web site, usability, design.

USABILIDAD: SU INCORPORACIÓN EN LA FORMACIÓN DE LOS DISEÑADORES DE SITIOS WEB EFICACES

Arq. Jeanette Bemergui Holcblat.
Escuela de Diseño Gráfico. Facultad de Arquitectura y
Diseño, Universidad del Zulia, Maracaibo-Venezuela.
JENNYBEMERGUI@terra.es

Félix Ortega Díaz - Arias.
Centro Integral de Estudios Especializados CICE.
Madrid-España.
flodan@airtel.net

INTRODUCCIÓN

Crear un sitio web en la actualidad está prácticamente al alcance de todo aquel que disponga de alguno de los programas editores de web que existen en el mercado, (cosa que no es difícil, si tienes office en tu ordenador), sin necesidad de conocer el código HTML, ya que estos programas permiten crearlo indirectamente por ti.

Diseñar un sitio web es otra cosa, es seguir una metodología de diseño adaptada al medio y a la tecnología, pero no debemos conformarnos con un buen diseño, hay que ir más allá, debemos conseguir como resultado algo que sea relevante para los usuarios de destino, algo único para el medio en línea; y para aproximarnos a este resultado debemos incorporar la usabilidad a nuestro proyecto.

Es importante que los diseñadores dominen las nuevas tecnologías, pero más importante aún es que sepan cuando han de aplicarlas y cuando han de renunciar a ellas en post de un resultado más óptimo sin temer a la simplicidad, deben sacrificar parte de ese ideal artístico que les impulsa y decantarse por un enfoque más técnico que garantice el objetivo principal de su proyecto web que en la mayoría de los casos es facilitar las tareas del usuario característica que predica Jakob Nielsen, la persona que más ha estudiado el tema de la usabilidad.

Este trabajo intenta aproximarse a esta perspectiva que se centra en la facilidad de uso y funcionalidad de un sistema, que se basa en el usuario, en dárles lo que quieren y necesitan, en diseñar para la libertad de movimientos, se darán claves y reglas a seguir para lograrlo.

USABILIDAD EN SITIOS WEB

No cabe duda que a la comunicación entre el hombre y la máquina está separada por una gran brecha que durante los últimos años se ha intentado estrechar. La usabilidad estudia esta interacción hombre-máquina y mide la aceptabilidad social y práctica de un sistema.

La usabilidad traducción del vocablo inglés usability es la medida de la utilidad de un sistema o herramienta, y de cómo los usuarios pueden utilizarla para lograr sus objetivos específicos con efectividad, eficiencia y satisfacción. Es decir precisión para alcanzar los objetivos específicos del usuario, facilidad de aprendizaje y retención del sistema y procurar una actitud positiva en su uso.

Es pues el usuario quien debe centrar el diseño de un sitio web, el objetivo del diseño debe ser el de ayudarlo, el lograr en él una satisfacción, una experiencia positiva al navegar por nuestras páginas, que le inste a repetir su visita una segunda oportunidad es difícil en este contexto donde encontramos millones de alternativas a la nuestra. La clave para evitar que haga un clic y nos deje es la "simplicidad, simplicidad y simplicidad" doctrina que predica Nielsen, evitar ruidos y distracciones que le dificulten conseguir una información específica y solucionar problemas es fundamental. "La forma de obtener ideas de diseño apropiadas (y no sólo ideas de buenos diseños que nadie va a usar) consiste en observar a los usuarios y ver sus gustos, lo que encuentran más fácil y donde tropiezan La forma de conseguir estas ideas de diseño a menudo consiste en seguir la metodología de la usabilidad y en observar las reacciones y la información de los usuarios." (J. Nielsen, 2000)

Es preciso entonces aproximarse al usuario, se ha de conocer, entender y observar como se comportan las personas que harán uso del sitio, del contexto de ese uso, del trabajo y tareas del usuario, son ellos los que determinarán cuando un sistema es fácil de usar.

Asumiendo esta condición para centrar nuestro diseño podemos definir los siguientes factores de usabilidad como señala M.A. Sánchez, 2001

Capacidad de Aprendizaje: El tiempo y el esfuerzo requerido para que un usuario alcance un determinado nivel de ejecución en un sistema dado.

Rendimiento: la velocidad en la ejecución de las tareas y el número y tipo de errores cometidos por el usuario en su realización.

Satisfacción: Medidas del confort, la aceptabilidad y la actitud positiva generada por el sistema (interfaz) en

las personas afectadas por su uso.

Flexibilidad: la capacidad del sistema de poder trabajar con diferentes métodos en función de la experiencia del usuario.

Efectividad: el grado de exactitud con que el sistema completa las tareas para las que está diseñando.

Eficiencia: hace referencia al número de pasos que el usuario debe llevar a cabo para realizar una tarea.

USABILIDAD Y DISEÑO

Si nos basamos en el diseño centrado en el usuario, debemos asumir pues que es la usabilidad la que va a condicionar nuestro diseño web, el diseñador tiene que enfrentarse al reto de buscar la solución al problema de diseño siguiendo las directrices que le establecen otros profesionales con un enfoque más técnico y sistemático que el creativo, y es entonces cuando pueda que no exista el entendimiento deseado. En el artículo "Los expertos en usabilidad vienen de Marte; los diseñadores gráfico de Venus", Curt Cloninger identifica a los primeros con el hemisferio del cerebro analítico, concreto, basado en los números y las estadísticas, y a los segundos con el sentimiento y la sensibilidad, lo cual determinaría un irreconciliable enfrentamiento entre ellos.

El diseñador debe saber renunciar a las infinitas opciones que ofrecen las últimas tecnologías y no caer en la tentación de incluir archivos que sobrecarguen el peso de una página si no está lo suficientemente justificado, aunque a nivel personal no sea el que más le agrade debe decantarse por un diseño que satisfaga más al usuario y este deriva de los resultados obtenidos por los estudios de usabilidad del sitio.

En el proceso de desarrollo de un diseño centrado en el usuario, el diseñador debe enfrentarse a una relación tanto con los especialistas en factores humanos y usabilidad como con los usuarios. No resulta fácil el investigar un contexto o un espacio de diseño, de contemplar y combinar variadas soluciones en lugar de encontrarse ante un problema concreto al que busca directamente una solución. Han de despojarse de la visión preconcebida que poseen del usuario y observar su comportamiento, su actitud ante el sistema o interfaz en desarrollo, expresarse de forma que el usuario comprenda y no rechace los prototipos que se van generando y para completar ha de soportar las presiones de los directivos que continuamente exigen resultados.

Saber combinar todos los elementos y resultados que nos arrojan las experiencias de los usuarios aunque se aleje de su ideal artístico, conocer las reglas de usabilidad y saber cuando seguirlas y cuando saltarlas puede garantizar el éxito de un proyecto web.

REGLAS BÁSICAS DE USABILIDAD DIRIGIDAS AL DISEÑADOR GRÁFICO.

La usabilidad pretende hacer los sistemas más sencillos y eficientes, proporcionando satisfacción al usuario y hacerles sentir la necesidad de regresar. Para acercarnos a este resultado hay que considerar una serie de reglas de usabilidad, que el diseñador debe conocer y decidir cuando aplicar de acuerdo a los objetivos del sitio web que proyecta. He aquí algunos de los principios que Jacob Nielsen nos ofrece en su libro Usabilidad. Diseño de sitios Web y que consideramos prioritarios para la formación del diseñador gráfico, ya que son los orientados al aspecto formal y

a la estética del proyecto web.

La apariencia visual es literalmente la primera cosa que el usuario ve al entrar a un sitio, y una visión agradable dará una mayor oportunidad de establecer credibilidad y confianza a un sitio.

1.- Lleno y vacío

El espacio de la pantalla: debe estar bien distribuido y compensado, el usuario accede a la página interesado por su contenido, y aunque la navegación es un elemento fundamental no hay que destinarle más espacio del necesario, como norma el contenido debe ocupar el 80% del diseño de una página y nunca menos del 50%, la navegación no debería sobrepasar el 20% de la misma, aunque en una página de inicio los porcentajes de ocupación de los elementos de navegación pueden ser mayores. (Figura 01)

La publicidad no es lo más aconsejable, pero es el sustento de muchos sitios por lo que hay que considerarlos dentro de la estructura de la página junto con las opciones de navegación.

Es fundamental eliminar los elementos de diseño que no sean necesarios para el funcionamiento de la interfaz, la simplicidad es mejor que la complejidad. Como en todo diseño, los espacios en blanco no significan espacios vacíos, sirven para estructurar, com-

pensar y representan un elemento que puede ser de utilidad para comprender la lectura de una página, así como lo que se quiere transmitir en ella. Además de que se descargan antes que otro tipo de

elemento.

2.- ¿800 o 1024 ?

Esta es la pregunta que se hacen más a menudo los diseñadores web a la hora de abordar la estrategia de un nuevo proyecto.

Rara vez el cliente exigirá un tipo de resolución para su página y se limitará a darnos las indicaciones para que en cualquier caso, su sitio sea visto por el mayor número de público posible.

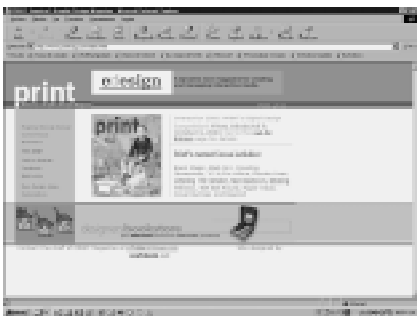
La evolución que "sufre" el mercado informático, sobre todo en lo que a tarjetas gráficas más potentes y monitores de mayor tamaño de refiere, representa un duro handicap para la realización de páginas web efectivas.

La solución que planteamos se limita a la adaptación al mercado al que ira dirigido el proyecto y a la búsqueda de pistas sobre la configuración estándar que tendrá nuestro cliente potencial.

Dichas pistas saldrán casi siempre de un análisis de mercado que realizaremos antes de lanzarnos a la aventura de desarrollo del proyecto y un "buen" briefing que nos facilitará nuestra labor.

Pero no todos los proyectos disponen estas capacidades y deberemos adoptar una norma de usabilidad que nos permita salir airosos en todas las ocasiones en las que nos enfrentemos al problema de la resolución.

Dicha norma propone al diseñador que se "aferre" al valor más pequeño dentro del rango de resoluciones que baraje.



Actualmente ese valor esta establecido a 800x600, y en caso de duda, deberemos diseñar siempre a esa resolución. Las razones por las que elegimos la mas “pequeña” se basan en el “control” sobre el diseño de la pagina que debemos adoptar siempre en la producción de un sitio.

(www.cnet.com). (Figura 02)



Fig. 02. Diseño páginas

Una pagina diseñada a 800x600 permite a los usuarios de resoluciones mayores visualizarla entera sin tener que recurrir a la tan “odiada” barra de desplazamiento horizontal.

Esta actitud no debe llevar a cometer errores tan graves como podemos apreciar en algunas secciones del web de la marca comercial Pepsi (<http://www.pepsi.com>). Dicha página elabora un contenido optimizado para una resolución de 800x600, pero la falta de cálculo de uno de sus marcos, permite visualizar una barra de desplazamiento horizontal. Lo que provoca que el usuario tenga que desplazar dicha barra para visualizar el contenido. (Figura 03)

Deberemos huir de este tipo de prácticas y asegurarnos el control exhaustivo de las medidas de nuestros sitios web.



lugar a columnas laterales como lo hacen en sitios como Yahoo (<http://www.yahoo.com>) o Cnet (<http://www.cnet.com>).



Fig. 03. Página marca comercial PEPSI

Otro elemento que deberemos tener en cuenta es el espacio extra, que visualizaran usuarios de resoluciones mayores. Para evitar la aparición de columnas inútiles a la derecha de la página deberemos centrar los elementos para minimizar el impacto visual, dando

3.-Velocidad

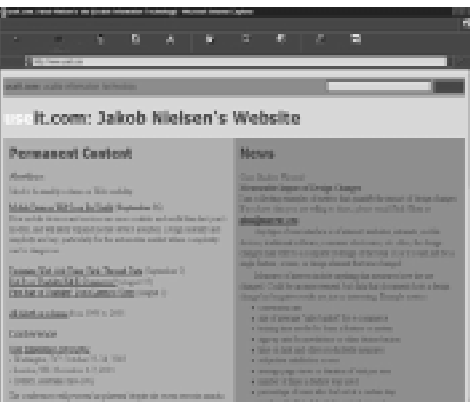
Otro de los problemas al que se deben enfrentar los diseñadores de un proyecto web es la velocidad a la que se descargan las páginas. Este hecho puede pasar inadvertido según a que tipo de clientes potenciales nos estemos dirigiendo.

Las soluciones que proponemos y adoptaremos como normas de usabilidad para evitar la creación de páginas web lentas, radican en la separación de estructura (html) y diseño (css), reducción de la cantidad de código innecesaria y los ajustes de compresión adecuados en archivos dependientes.

El principal factor desencadenante de problemas con la velocidad de las paginas suelen ser los archivos dependientes de la pagina: imágenes, películas flash, películas shockwave, etc...

No alentamos el descarte de imágenes y animaciones vectoriales, como proponen sitios como Useit (<http://www.useit.com>), cuya página es dentro de Internet considerada como una de las más rápidas de descargar. (Figura 04)

Abogamos por establecer un equilibrio justo entre contenido grafico y velocidad de descarga que permita al usuario un disfrute pleno de las características de nuestra página.



Métodos como la reducción de la paleta de colores, ajuste de perdida y trama de archivos .Gif, variación de la calidad en archivos .jpeg o compresión eficaz de películas Flash deben ser utilizados para

conseguir la fluidez en la navegación de un sitio web.

Los tiempos de respuesta rápidos constituyen el criterio más importante de las páginas web. Como norma se debe indicar el tamaño de los archivos cuya descarga sea mayor a los diez segundos, tiempo en el que usuario dejará de prestar su atención., 34KB equivalen a esos diez segundos para usuarios con modems. Para agilizar la descarga, hay que reducir tamaños y cantidad de gráficos, reutilizar una imagen ayuda a la rapidez así como a crear un vocabulario y una consistencia visual del sitio El uso de las tablas es una buena opción para que el diseño sea atractivo, así como la tipografía utilizada con sutileza puede resultar muy creativo, Diseños con hojas de estilo es otra alternativa que reduce descargas y optimiza el trabajo del diseñador.

Para una rápida carga inicial se recomienda, más texto y menos imágenes en la parte superior de la página para entender su sentido, atributos de texto ALT en las imágenes que informa lo que aparecerá, indicar los atributos WIDTH y HEIGHT en todas las imágenes y columnas de tablas, para mayor rapidez del dibujo por parte del navegador y dividir las tablas complejas en varias más sencillas, ubicando las más simples en la parte superior.

4.- Imágenes

Reiteramos la necesidad de mantener un peso razonable en las páginas y que los gráficos e imágenes de calidad lo aumentan considerablemente, la función del sitio puede justificarse con sentido la colocación en una página de gráficos, imágenes y elementos multimedia, ya que el destinatario es un usuario específico que por su interés está dispuesto a esperar sin desesperar, en ese caso, el diseñador debe trabajar las imágenes de forma tal que presenten el aspecto deseado, pero optimizadas al máximo sin perder

calidad en editores externos de acuerdo a su formato antes de introducirla en el documento HTML..

El diseño para la web es muy diferente al diseño impreso para el que el diseñador se venía formando, por lo que no debe caer en el error de pensar en el soporte impreso cuando afronte uno para publicarlo en la red, no sólo por las herramientas que utiliza, sino por los criterios de composición de las páginas que debe crear.

5.- Vínculos

Ofrecer al usuario información de donde está y a donde puede ir de forma clara. Las anclas de los vínculos de hipertexto no deben contener más de cuatro palabras, pero se puede incluir texto adicional que complementa el vínculo sin ancla, Subrayar las palabras importantes. Poner el título del vínculo (TITLE), proporciona al usuario información del destino antes de pulsarlo. Estos títulos no deben exceder de 60 caracteres, cuanto más cortos mejor.

Es conveniente utilizar los colores de vínculos que utilizan por defecto los navegadores, azul para los no visitados y rojos o morados para los ya vistos, cambiar esos colores puede crear confusión respecto a los vínculos visitados.

6.- Marcos

El uso de los marcos ha de ser cuidadoso, ya que rompe con el modelo de la web unificada, el desplazamiento no funciona y puede que páginas con marcos no se visualicen bien en pantallas pequeñas.

Usar marcos para barras fijas, menús por ejemplo o

información de especial importancia.

Hacer los bordes de los marcos invisibles para dejar más espacio al contenido y mantener la unidad de la composición.

7.- Consistencia del interfaz

Actualmente debemos distinguir los dos tipos de usuarios que aterrizan en nuestro sitio web. Por un lado encontramos a lo que denominamos "súper usuarios" que destacan por un buen conocimiento de medio, ya que son veteranos en el dominio de agentes de usuario y expertos en navegación por Internet. El resto lo podemos encerrar dentro del grupo usuarios "noveles", aquellos que han conocido el mundo de Internet recientemente y todavía no pueden dejar de sorprenderse con cada página. Hacemos esta distinción por la diferente forma que tienen de asimilar cada grupo lo que les presentamos cada vez que diseñamos una página.

Hemos de tener en cuenta que cada vez que un usuario realiza una petición de información a través del protocolo http para que se le muestre una página en su navegador, esta comenzando a vivir una experiencia, esta experiencia la dirigimos nosotros a través del diseño de nuestra página y podemos influir en su desarrollo apoyándonos en diversos factores como el fondo de la página, las tipografías empleadas, los menús de navegación o los contenidos expuestos.

El grupo que hemos denominado "súper usuarios" se muestra casi siempre impaciente por el contenido y ante la propuesta que les hacemos de vivir nuevas sensaciones, se decantan por limitarse a buscar información, despreciando nuestra invitación. Sin embargo, los usuarios noveles presentan otra disposición,

se enfrentan a nuestra página de forma distinta. Están ansiosos por descubrir cosas nuevas que les acerquen un poco más al grupo de expertos.

A la hora de formar nuevos diseñadores, tenemos que tener presente este hecho y proceder de manera equilibrada para satisfacer las necesidades de los dos grupos que hemos establecido, para ello nos basaremos en la "consistencia del interfaz", es decir la presentación de elementos simples que permitan una jerarquía visual y una distribución de páginas con el objetivo de edificar la confianza del usuario.

Apostamos por soluciones de interfaz homogéneas en la WEB, sin descartar su experimentación.

La experiencia del usuario en nuestra página contiene un alto nivel de aprendizaje y la utilización de "contextos" establecidos en otros medios, facilitarán al usuario esa labor.

Como ejemplo podemos proponer la connotación de una simple flecha.

Dirigida hacia la derecha: continuar, ir a la siguiente página.

Dirigida hacia abajo: más contenido el usuario buscará la barra de desplazamiento vertical.

Dirigida hacia arriba: subir, volver al inicio.

Dirigida hacia la izquierda: retroceder, volver a la página anterior.

Debemos aprovecharnos de estos contextos y no renunciar a entender las convenciones siempre y cuando exista un beneficio o ventaja sobre la competencia para hacerlo.

Como ejemplo de consistencia de la interfaz pode-

mos observar el web de Yahoo, en todas sus versiones (<http://www.yahoo.com>) (Figura 05)

8.- Arquitecturas simples.

En la elaboración de un sitio web, debemos pasar inevitablemente por 3 fases y cada una de ellas marca el destino de nuestro conjunto de páginas.

La primera y mas importante, se basa en la recopilación de ideas, información, elementos, etc...y el proceso de dar forma coherente a todos esos datos. En esa labor, la arquitectura de nuestro sitio juega un papel muy importante.

Elaborar una estrategia para que la estructura de nuestra página se muestre uniforme durante un periodo de tiempo y prever el futuro crecimiento y evolución, es una tarea que deben tener presentes los futuros diseñadores web.

La dificultad radica básicamente en saber combinar coherencia y simplicidad. No podemos apostar por jerarquías complejas, que confundan al usuario o que provoquen en el un sentimiento de pérdida.

Apoyándonos en interfaces homogéneas y contextos establecidos deberemos elaborar la arquitectura



Fig. 05. Versiones de Yahoo

apropiada para cada audiencia sin descartar la existencia de más de una.

Disponer de un método de organización bien definido nos asegura un gran éxito de cara al público. Como ejemplo, tenemos el web de Amazon (<http://www.amazon.com>), en donde gracias a lo que



Fig. 06. Página web Amazone

comentábamos antes de fundir coherencia y simplicidad han conseguido lograr su objetivo. (Figura 06)

Son capaces de asegurar que un usuario puede comprar "algo" con tan solo dos clicks de ratón.

Otro detalle que debemos tener en cuenta es las diferentes posibilidades que tiene un usuario de llegar a nuestras páginas.

Generalmente lo hará a través de la página de inicio pero gracias a la labor de indexación que realizan los motores de búsquedas podemos encontrarnos a un usuario que gracias al resultado de una búsqueda aterriza en una página interior de nuestro sitio.

Por eso es vital indicar en todas nuestras páginas la ruta de temas (FIGURA 07) para mostrarle la ubicación en la que se encuentra en cada momento, como lo hacen los letreros de las calles de cualquier ciudad si paseamos por ella.



Fig. 07. Ruta de temas

CONCLUSIÓN

Los diseñadores gráficos disponen de múltiples tecnologías que son tentadoras por su potencia para expresar sus ideas y realizar diferentes propuestas a una solución que en casos puede generar dudas y conflictos, pero en la web hay que ser muy cuidadoso y en caso de dudas siempre podemos decidir por el diseño que arroje los mejores resultados al test de usabilidad aunque no sea el que más nos satisfaga.

La apariencia visual es la carta de presentación de una web, los buenos efectos visuales son un buen medio para ofrecer credibilidad al usuario. Y por lo tanto rentabilidad a un sitio. En manos del diseñador está aplicar los principios de usabilidad sin que por ello haya que renunciar a un buen diseño centrado en el usuario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Nielsen, J. Usabilidad. Diseño de Sitios Web, Pearson Educación S.A., Madrid, 2000
- Cloninger, C., Los expertos en usabilidad vienen de Marte; los diseñadores gráficos, de Venus, (<http://www.alistapart.com/stories/marsvenus>), 2001
- Sánchez, M.A., Qué es eso llamado usabilidad?, Telefónica Investigación y Desarrollo-Factores Humanos, Madrid 2001, (<http://www.tid.es/presencia/boletin/boletin1/art0013.htm>)