

Cómo saber si un sitio web es usable

L.I. Ana Berenice Rodríguez Lorenzo

*Dirección General de Cómputo y de Tecnologías de Información y
Comunicación, UNAM*

anici@comunidad.unam.mx

¿Qué significa que un sitio web sea usable?

Según la Organización Internacional para la Estandarización (International Organization for Standardization – ISO) la usabilidad es “la capacidad de un software de ser comprendido, aprendido, usado y ser atractivo para el usuario, en condiciones específicas de uso”.

Lo anterior podría resumirse en si el usuario que está accediendo a un producto digital tiene la percepción de que está logrando sus objetivos de una manera rápida y que no está sufriendo para poder llevarlo a cabo.

En palabras de Steve Krug [1]: “no hay que hacer pensar al usuario en su proceso de interacción con una página web, sino que ésta sea tan clara, obvia y fácil de entender, que implique la acción directa y no la pérdida de tiempo en su intento de exploración y comprensión de lo que se le ofrece por pantalla.”

No debemos perder de vista que si nuestro usuario no es capaz de encontrar lo que busca o realizar lo que requiere de manera rápida, este tendrá una percepción negativa del sitio web.

¿Cómo logramos que un sitio web tenga los elementos fundamentales de usabilidad?

Algunas consideraciones generales que se deben tomar en cuenta para que un sitio web cuente con una buena usabilidad son:

1. Mantener al usuario informado de lo que está pasando en el sitio web y ofrecerle una respuesta sobre ello en el menor tiempo posible, esto implica, por ejemplo:
 - Rutas de navegación visibles (migas de pan o líneas de Ariadna).
 - Mantener el acceso al menú principal desde las páginas internas.
 - Incluir barras de progreso para comunicar cuando el tiempo de respuesta de un recurso no es inmediato.
 - Notificar al usuario después de cada acción realizada con éxito, por ejemplo, confirmar que la información se ha enviado, que se realizó una suscripción o fue recibido un pago.
2. Usar un lenguaje familiar y apropiado para los usuarios:
 - Usar textos que sean cercanos a la realidad del usuario, es decir, con los que pueda estar familiarizado, por ejemplo no incluiríamos un sitio para niños contenido de técnico especializado ni palabras complejas.
 - Identificar los elementos más importantes sobre los que no son tan relevantes y enfatizarlos en el sitio web, a esto se le llama: jerarquizar el contenido.
3. Permitir que el usuario tenga el control de sus acciones
 - Que el usuario pueda cancelar o modificar acciones que haya realizado en el pasado, estas deberán estar claramente marcadas facilitando al usuario salir de un estado no deseado, por ejemplo: poder cancelar una suscripción o la edición de su perfil.
4. Los usuarios no deben presentar dudas respecto al uso de palabras, situaciones o acciones dentro del sitio.
 - Mantener el mismo lenguaje o terminología hacia el usuario en todos los textos del sitio que ayuden a potenciar una comunicación efectiva.
 - Ofrecer una navegación tal que se pueda ir del origen al destino sin complicación alguna que le impidan encontrar rápidamente el contenido que desea.
 - Que el contenido del sitio web se visualice correctamente en diferentes dispositivos o tamaños de pantalla.
5. Tomar en cuenta todos los escenarios en los que el usuario podría cometer un error, y ayudarle a corregirlos o evitarlos.
 - Incluir, por ejemplo, la opción de confirmar antes de que el usuario pueda comprometerse con alguna acción.

6. Buscar que el usuario utilice más la intuición que la memoria, por ejemplo, haciendo visibles acciones y opciones.
 - Incluir elementos como autocompletar las palabras escritas con anterioridad en los campos de los formularios.
 - Mostrar las opciones listadas para selección del usuario.

7. Ofrecer opciones para que cada tipo de usuario pueda ingresar al sitio web y para los diferentes usos que puedan darle al sitio.
 - Incluir tareas avanzadas que permitan el trabajo de manera fluida y eficiente para usuarios frecuentes, por ejemplo, utilizar combinaciones de teclas [ctrl] + [c] para copiar en lugar de utilizar el menú copiar.
 - Evitar la reproducción automática en audio y video bajo demanda; no todos los usuarios querrán escuchar o ver el video que se reproduce al acceder al sitio.

8. Todo lo que se muestre en el sitio deberá tener un fundamento y justificación del por qué se está utilizando.
 - Mostrar sólo la información relevante o necesaria para el usuario en cada situación.
 - Cuidar el uso excesivo de ventanas emergentes (pop-up).
 - Considerar la existencia de contraste entre el texto y el fondo que favorezca su lectura o visualización.

9. Proporcionar ayuda a los usuarios para reconocer y corregir sus errores, indicando siempre el problema concreto que está ocurriendo y sugerir soluciones
 - Crear una página personalizada que se muestre cuando el usuario ingrese a una página inexistente o el contenido no se encuentre disponible (conocido como el tradicional error 404).

10. Es recomendable siempre ofrecer ayuda, esta debe ser breve, concisa, fácil de buscar y enfocada a las tareas del usuario en el sitio.
 - Incluir en el sitio mecanismos de comunicación con el responsable del sitio web (correo electrónico, formulario de sugerencias, entre otros) y que éste se encuentre visible en la página principal.
 - Proporcionar información al usuario sobre problemas concretos que estén ocurriendo en el sitio, así como sugerir soluciones al respecto.
 - Agregar tooltips en imágenes, botones, cajas de texto, entre otros elementos del sitio.

¿Cómo probar que un sitio web es usable?

En el nivel más básico, revisar que se esté cumpliendo con las consideraciones listadas previamente es ya un buen indicador de la presencia de usabilidad en su sitio web, sin embargo, existen algunas herramientas que permitirán comprobarlo de primera mano.

En palabras de Jeffrey Rubin probador de usabilidad reconocido: “Es imposible medir la usabilidad de algo. Solo puedes medir qué tan poco usable es: cuántos problemas tiene la gente para usar algo, cuáles son los problemas y por qué los tiene”.

Las pruebas de usabilidad son una de las herramientas más usadas para alcanzar este objetivo. Se trata de un proceso en el que observamos a personas utilizar nuestro producto digital.

En las pruebas de usabilidad de pensamiento en voz alta la persona que realizará la prueba (participante) debe contar con un perfil representativo de la audiencia meta del producto digital a probar y debe existir un facilitador que le entregará las tareas que debe realizar, el participante deberá decir en voz alta todo lo que piensa mientras las va realizando.

Para llevar a cabo las diferentes pruebas se utiliza un laboratorio de usabilidad (fig. 1) en el que se encuentra un facilitador con el usuario en una sala y en otra sala están observadores que registraran las reacciones del usuario, escriben los principales problemas de usabilidad que pudiera encontrar y piensan en preguntas que pueda realizarse a los participantes de la prueba.



Figura 1. Representación de un laboratorio de usabilidad.

A grandes rasgos, para realizar las pruebas es necesario seguir los siguientes pasos:

Paso 1. Definir la prueba. Se elige la tarea que te interesa probar, considerando:

- Las tareas consideradas como críticas
- Aquellas tareas de las cuales se sospecha causarán problemas
- Aquellas tareas en las que se hayan identificado problemas previamente

Por ejemplo: “Agendar una cita en el sitio web”.

Paso 2. Definir un escenario. Este debe incluir detalles del contexto que el usuario necesita conocer para hacer las tareas.

Se deben tomar en cuenta las siguientes características:

- Razonable (debe ser algo típico de la clase de cosas que la gente hace)
- Debe estar descrita como una meta concreta
- Se debe poder hacer (evitar frustraciones)
- Neutral (todo mundo debe poder hacer la tarea, aunque no necesariamente sepa cómo debe hacerla)
- Debe requerir un tiempo razonable (no más de 10 minutos)

Por ejemplo: “Necesitas hacer una cita con el pediatra para tu hijo de 4 años. Como tu hermano será quien lo lleve, necesitas que sea un día viernes después de las 15 horas. Haz la cita en la página web”.

Paso 3. Explicarle al usuario qué va a hacer. Durante la prueba de usabilidad el facilitador le solicita al usuario que lleve a cabo la tarea que se ha definido y que hable en voz alta.

Paso 4. Mientras el participante realiza la tarea, el facilitador debe fomentar que éste verbalice sus pensamientos, sin embargo, no debe guiarlo hacia la solución de la tarea ya que los participantes deben averiguarla por sí mismos. Hay que recordar que “el objetivo es poder ver el sitio web por medio de los ojos y (mente) de otra persona” [2].

Paso 5. Al finalizar la prueba, se realiza una sesión en la cual se elabora una lista de los problemas de usabilidad más importantes identificados por los observadores y el facilitador donde elegiran aquellos problemas que se solucionarán antes de las próximas pruebas de usabilidad que se practiquen, es recomendable centrarse en los problemas más serios.

Paso 6. Generar un informe simple que permita dar seguimiento a los problemas a corregir, se sugiere que dicho informe incluya:

- Lo que se ha probado
- Las tareas realizadas por los participantes
- La lista de problemas que se solucionarán

Conclusión

Probar la usabilidad de un producto digital es en realidad algo asequible y muy valioso, por desgracia, no suele utilizarse frecuentemente en los proyectos.

Es importante tomar conciencia de que la falta de uso de estas herramientas simples, generará posteriormente pérdidas de tiempo por las correcciones y rediseños que se tendrán que aplicar cuando se lance nuestro producto.

Dado lo mencionado, es recomendable realizar pruebas de usabilidad una vez al mes con tres usuarios, esto tomará alrededor de 2 horas en promedio, y reeditará en ahorro de tiempo y esfuerzo para el usuario, además no hay que perder de vista que la meta es contar con usuarios satisfechos que alcanzan sus objetivos sin dificultad.

Referencias

Krug, Steve. (2010). Haz fácil lo imposible. Madrid: Anaya Multimedia.

Krug, Steve. (2006). No me hagas pensar. Madrid: Pearson Educación.

Jakob Nielsen. (1994). 10 Usability Heuristics for User Interface Design. mayo 2, 2022, de Nielsen Norman Group logoNielsen Norman Group Sitio web: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

CRÉDITOS

DGTIC-UNAM

Elaborado por: L.I. Ana Berenice Rodríguez Lorenzo

Revisión técnica: L.I. Luis Daniel Barajas González

Revisión de estilo: Pamela Valdés Reséndiz

Autorización de publicación: Dra. Marcela J. Peñaloza Báez

Dirección de Colaboración y Vinculación, 2021