

Usabilidad en sistemas de información: los expertos responden

Por Mari Carmen Marcos y Carles Gibernau

EL PRÓXIMO 23 de MAYO tendrá lugar en Barcelona la *Segunda jornada de usabilidad en sistemas de información organizada por el Grup de Documentació del Col·legi Oficial de Bibliotecaris-Documentalistes de Catalunya*, que cuenta con la colaboración de la biblioteca de la UOC.

La jornada celebrada el año pasado ya puso de manifiesto el enorme interés que los aspectos relacionados con la usabilidad despiertan entre los profesionales de la información. Desde entonces la arquitectura de la información, la accesibilidad o los tests de usuarios no han hecho más que convertirse en elementos tenidos muy en cuenta en todas aquellas organizaciones que aspiran a tener una presencia relevante en la red.

Como avance de los temas que se tratarán el próximo 23 de mayo, los ponentes de la jornada responden a nuestras preguntas.

¿Cuál es la relación entre el estímulo y la usabilidad?

—**J. Ignasi Ribas.** El concepto estímulo procede de una manera de

plantearse el proceso de diseñar una aplicación interactiva distinta de aquellas que priman la usabilidad como condición primera.

«Una forma especialmente productiva de contemplar el diseño de aplicaciones interactivas es el balance entre la eficacia y el estímulo» (J. Ignasi Ribas)

Viendo el diseño interactivo como la construcción de un texto audiovisual interactivo que actuará como mediador entre un autor y un receptor podemos considerar dos aproximaciones distintas aunque complementarias: la eficacia y el estímulo. El diseño pensado para la eficacia coincidiría *grosso modo* con el diseño basado en la usabilidad: se busca el camino más rápido y seguro. El diseño centrado en el estímulo busca mantener la atención del receptor con toda suerte

de recursos propios del medio interactivo, esencialmente la necesidad de actuar y la posibilidad de hacerlo en un entorno multimedia. No busca el camino más corto sino el más interesante.

¿Qué puede aportar el multimedia a la usabilidad?

—**J. Ignasi Ribas.** Algunas aportaciones son bastante obvias y no se diferencian en demasía de las que se producen en medios tradicionales, como es el caso de la introducción de imágenes como complemento del texto en un libro u otras semejantes. Lo verdaderamente novedoso es buscar las formas de interrelacionar medios características del entorno digital,

aquellas que no pueden darse en ningún otro medio. Muchas de estas formas nuevas, si no todas, estarán relacionadas con la posibilidad de interacción. El resultado, a mi modo de ver, serán diseños estimulantes, más que estrictamente usables. Pero, y con esto completo la pregunta anterior, yo concibo el diseño como un proceso



Ignasi Ribas (Universitat Pompeu Fabra)

integral: un diseño basado en la usabilidad puede acompañarse de elementos «estimulantes» multimedia más o menos numerosos y relevantes según sean los objetivos de la aplicación.

«Conocer algunas de las posibilidades inéditas que ofrece el medio interactivo multimedia ayuda a ver de otra manera los procesos de acceso a la información» (J. Ignasi Ribas)

Si la usabilidad no es algo nuevo ¿cómo se ha aplicado antes y qué nombre se le daba?

—**Javier Cañada.** Se ha aplicado desde que el hombre empezó a fabricar sus propios objetos. El primer ejemplo posiblemente fueran los hombres de Neanderthal que afilaban piedras para poder cortar carne y pieles. Esas hachas de sílex eran cortantes por un lado y romas por el otro, para adecuarse a la forma de la mano al agarrarlas. Eso ya era usabilidad.

La usabilidad no es más que la cualidad de un objeto o sistema para ser fácil de usar, para adecuarse al usuario. Por eso, la usabilidad ha existido siempre. Lo que ocurre es que no siempre se le ha dado un tratamiento tan especial como en nuestros días. Como disciplina empezó en los primeros cincuenta, en el campo del diseño industrial. Algunos lo llamaron «factores humanos» y sobre todo «ergonomía».

Desde entonces el estudio de los usuarios ha avanzado mucho: ya no sólo se investigan cuestiones fisiológicas, también se estudia la forma en que razonan las personas y las decisiones que toman en determinadas circunstancias.

El estudio y la práctica de la usabilidad tiene hoy muchos nom-

bres, según la disciplina que se haga cargo y el ámbito de estudio: factores humanos, ergonomía cognitiva, interacción persona-ordenador, etc.

¿Usabilidad es sinónimo de sentido común?

—**Javier Cañada.** No. En absoluto. Para poder diseñar objetos o sistemas usables hace falta entender muy bien al usuario y su contexto. El sentido común no te da ese conocimiento. Lo que es usable para una persona puede no serlo para otra, precisamente porque la clave está en adecuar el diseño a las necesidades y particularidades de cada grupo de usuarios. Los controles de un *Airbus 320* pueden ser fáciles de usar para un piloto de aerolíneas y seguro que son tremendamente difíciles de usar para alguien como yo. Y viceversa: yo me manejo con soltura en la intranet de mi empresa y probablemente al piloto no supiera por dónde empezar. No basta con el sentido común para entender el contexto y las necesidades de cada tipo de usuarios.

«La usabilidad no es algo nuevo, es una cualidad del buen diseño de toda la vida» (Javier Cañada)

¿Qué cualidades debe tener un sistema para que su arquitectura de información sea correcta?

—**Mònica Zapata.** La estructuración óptima de un sistema va muy ligada a la agrupación, clasificación y categorización de contenidos próxima y comprensible para los usuarios. Muchas veces se comete el error de conceptualizar un sistema desde el punto de vista de la organización a la que pertenece y eso

a menudo desemboca en arquitecturas totalmente desligadas de la óptica de los usuarios. Una buena arquitectura debe partir del enfoque del usuario, si eso se tiene en cuenta, se tiene mucho ganado. Una vez logrado, está claro que hay cualidades como el equilibrio entre profundidad y amplitud, el buen uso de los esquemas de organización, una estructura jerárquica sólida, la consistencia e interrelación entre categorías o una nomenclatura clara, garantizan el éxito de cualquier sistema en cuanto a facilidad de acceso y recuperación de información.

«La arquitectura de la información, entendida como la combinación de esquemas de organización, etiquetado y navegación dentro de un sistema de información, es parte del éxito presente y futuro de un proyecto» (Mònica Zapata)

¿Qué sector está poniendo más énfasis en mejorar la arquitectura de sus sitios web?

—**Mònica Zapata.** En mi opinión creo que este énfasis se está empezando a notar especialmente en la administración pública. La administración ha arrasado a la red uno de los principales errores que llevaba cometiendo durante años de forma presencial: no hablar el mismo lenguaje que el ciudadano. En sus portales y sitios web se han reproducido las estructuras internas sin tener en cuenta que el ciudadano no tiene por qué conocerlas o que no tiene por qué entender nomenclaturas tan propias como las que usa la ad-



Mònica Zapata (Multiplica)

ministración en algunos casos. Poco a poco parece que está haciendo un esfuerzo por cambiar el enfoque, pero aún queda mucho trabajo en este sentido.

¿Desde cuándo se ha hecho notable la preocupación de la Administración por ofrecer sitios web accesibles?

—**Emmanuelle Gutiérrez.** En el caso de la administración pública española, la atención, o al menos el interés por la accesibilidad de la sociedad de la información ha venido claramente de la mano de la iniciativa *eEurope*. España no ha sido el primer país en legislar sobre la cuestión, pero tampoco el último. La implantación de un grado mínimo de accesibilidad en las sedes web está siendo progresiva y podemos encontrarla tanto en sitios de la administración local como autonómica y estatal. Debemos esperar al plazo fijado en la *Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico* (LSSICE) para comprobar el grado de seguimiento y aplicación que ha tenido, pero en este momento ya se aprecian cambios notables aunque aún no en el grado en que sería deseable y que la Ley requiere.

**«Ante la cercanía de la fecha límite marcada por la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico, la Administración Pública ha realizado grandes avances en la accesibilidad web»
(Emmanuelle Gutiérrez)**

¿Qué avances son destacables en el último año, ya presionados por la Ley de Servicios de la Información y Comercio Electrónico?

—**Emmanuelle Gutiérrez.** Aún son pocos los sitios que realmente cumplen con el nivel acordado por las administraciones públicas europeas (nivel de conformidad doble A con las directrices de accesibilidad para el contenido web del W3C-WAI) pero pueden considerarse como avances y primeros pasos notables los sitios que declaran su conformidad con el nivel A, las cláusulas de contratación que requieren cumplir con las directrices y con las normas españolas de accesibilidad del software (UNE 139802 y UNE 139803) y la cantidad de empresas de diseño y desarrollo web que ya ofrecen a su clientela la creación de páginas web siguiendo el principio del diseño para todos.

«El usuario es una parte importante del proyecto: debemos estudiarlo y conocerlo para adaptar los contenidos a sus necesidades» (Jorge Serrano)

¿Hasta qué punto es importante conocer al usuario y sus necesidades de información para realizar un sitio web?

—**Jorge Serrano.** Respondo con un ejemplo. Imaginemos que estamos ante un sitio web de una biblioteca. Un objetivo prioritario es conseguir que los usuarios pidan prestados libros a la biblioteca. Para ellos es necesario que los encuentren previamente. Es obvio que quien diseña el sitio web no va a ser el usuario objetivo, porque



Emmanuelle Gutiérrez
(Fundación Sidar)



Jorge Serrano (MasMedios)

—generalizando— no va a pedir en préstamo los libros a la biblioteca. Por otro lado, también es obvio que el bibliotecario tampoco será el usuario objetivo del sitio (al menos no será quien pida de forma mayoritaria los libros en préstamo). Ergo...

¿Cómo se pueden utilizar los search logs para determinar el contenido de un sitio web?

—**Jorge Serrano.** Siguiendo con el ejemplo de la biblioteca en internet, quien diseña y/o gestiona un sitio web suele terminar pronto intoxicándose por la temática que trata. Es decir, sabe demasiado del tema. Los search logs, que guardan las expresiones de búsqueda de los usuarios nos dicen lo que «literalmente» quieren encontrar quienes van a pedir prestado un libro o, decepcionados, se van a ir a otro sitio a buscarlo.

**«Una de las formas más directas y menos usadas de entender los hábitos de navegación de los usuarios es el estudio de la 'conducta de búsqueda del usuario' (user search behaviour). Los search logs nos permiten discernir cuáles son las palabras clave más buscadas por los usuarios y sus relaciones temáticas»
(Jorge Serrano)**

En un entorno en el que permitimos al usuario buscar sus propios

contenidos (bien a través de un buscador interno, bien a través de un motor de búsqueda de internet), si la forma en que los usuarios escriben el concepto que tienen en mente no coincide con la forma escrita que utiliza el sitio web, el usuario no obtendrá una información que sí existe; es el clásico problema del lenguaje natural *versus* el lenguaje documental.

En este caso, el control del lenguaje de nuestro sitio web nos lo da el propio usuario. Es él quien nos dice cuál es la forma «aceptada» por la mayoría o una minoría apreciable. Por decirlo de alguna forma, genera «tesauros con sentido común».

Así, conociendo los hábitos de búsqueda del usuario medio, podremos habilitar soluciones, bien incluyendo contenido adicional bien elaborando herramientas adicionales en forma de tesauros, sinónimos, reenvíos entre términos, familias semánticas, etc.

¿Qué herramientas existen para el diseño de sistemas más usables?

—**Máximo Castagno.** Herramientas existen muchas, lo importante es poder «colarlas» dentro de cada proyecto para que haya un punto de contacto con los usuarios al menos durante la fase inicial del proyecto y luego cuando ya se tiene un prototipo funcional de la aplicación. Lamentablemente no siempre el cliente entiende la necesidad de este enfoque y muchas veces los presupuestos obligan a «sacrificar» horas en las fases de análisis y de testado. Esto acaba constituyendo un verdadero suicidio. Por eso me interesa divulgar la manera de adaptar las «grandes metodologías» a la realidad de nuestra práctica cotidiana.



Máximo Castagno
(IconMediaLab)

¿Qué profesionales están implicados en la gestión de un proyecto de diseño de interfaces y sistemas?

—**Máximo Castagno.** Más que de tipos diferentes de profesionales hablaría de «actores». El primero y fundamental es el cliente. Él debe ser el principal beneficiado del proyecto. Esto no

quiere decir que su interés deba pasar por encima del de los usuarios finales. Al contrario, esto implica que debemos convencerle de que centrarse en el usuario acabará siempre redituando en su favor. Entonces tendremos ganada gran parte de la partida. El siguiente actor es el usuario y ahí el reto está en fortalecer los puntos de contacto con él y su realidad durante todo el proyecto. Finalmente está el equipo (diseñadores gráficos, programadores, diseñadores de la interacción, etc.) y el objetivo perseguido es que todo el equipo acabe comportándose como un sólo actor.

¿Qué información de interés para la usabilidad aportan los test de usuarios?

—**David Maniega.** Partiendo de la base que para el test de usuario hemos realizado un trabajo heurístico previo (aproximaciones sucesivas a la solución) más una buena segmentación de usuarios, podremos obtener resultados muy valiosos. Nos permiten enfatizar en tareas susceptibles potencialmente de tener problemas de usabilidad, y si además conseguimos que esas tareas clave hagan involucrarse al usuario emocionalmente, podremos descubrir mejor las causas de porqué algo no funciona, dónde está el posible error y aportar las solu-

ciones adecuadas en cada caso. Nos permiten verificar puntos clave, retocarlos si es necesario para volverlos a probar, convirtiéndose en un proceso iterativo y no puntual. A través de la consecución de las tareas podemos establecer métricas cuantificables para obtener datos objetivos de mejora de las tareas y los cuestionarios antes, durante y/o al final del test nos aportan datos complementarios a la facilidad o no de uso y la réplica emocional del usuario durante toda su experiencia, fundamental para determinar el grado de afinidad y entendimiento del sitio.

«Ver y oír al usuario en un test de usabilidad nos aportará información que en muchos casos ni se sospechaba que fuera mínimamente relevante, pero que en más de una ocasión ha supuesto grandes mejoras en la experiencia en línea» (David Maniega)

¿Cuál es la diferencia entre “pensar en el usuario” y “ver y oír al usuario”?

—**David Maniega.** Muchas veces creemos que pensamos y diseñamos para el usuario, pero ¿qué hay de cierto en todo ello? Voluntaria y objetivamente un 100%, pero la realidad nos demuestra que pensar en el usuario no es lo mismo que observarlo y escucharlo. Cuando se está involucrado en el diseño del sitio dejamos de tener parámetros objetivos, tenemos demasiada información. Al testar con usuarios nos daremos cuenta de que navegan de forma diferente, con hábitos distintos a los nuestros. Si



David Maniega (Universitat Oberta de Catalunya)

pensamos en el usuario tenemos mucho ganado, pero en un test de usuario podemos además analizar las reacciones emocionales globales o ante una tarea concreta que se producen al utilizar el sitio web. No es sólo una cuestión de métricas de clics y tiempos de ejecución, va más allá, se pueden detectar de forma directa las reacciones más comunes. Ver al usuario cómo “ojea” la pantalla nos da muchas pistas para saber si vamos bien o mal encaminados, escuchar sus expresiones (relajación, confusión, dificultad, éxito...), así como sus comentarios en voz alta (frustración, olvido, fa-

ilidad...) mientras realiza cada una de las tareas, que se van pronunciando más a medida que avanza el test y debemos analizarlos. Con todo ello, es necesario involucrar al usuario, no tanto diseñando para el usuario como con el usuario, teniendo claro que éste nos va a desvelar diferentes problemas del sitio.

Conclusión

Así pues, para conseguir el éxito en cualquier experiencia web, es fundamental entender qué es la usabilidad, cual es el papel crítico de la arquitectura de la informa-

ción y de la accesibilidad así como la importancia de conocer a nuestros usuarios y adaptar nuestros diseños a sus necesidades.


Sin duda, estas respuestas son una inmejorable muestra de los aspectos que se analizarán en profundidad en la 2ª Jornada de Usabilidad en Sistemas de Información.

Más información en:

<http://www.cobdc.org/usabilitat>

Mari Carmen Marcos y Carles Gibernau

*mcarmen.marcos@upf.edu
cgibernau@corp.vlex.com*



El profesional de la información

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

Deseo recibir todos los números de la revista EPI a partir del mes de enero del año

Suscripción: Institucional Personal

Nombre: Institución:
(Los suscriptores individuales no han de escribir ningún nombre de institución, sólo indicar la dirección particular)

Departamento: NIF institucional:

Dirección:

Código postal: Ciudad: País:

Teléfono: Fax: Correo-e:

Método de pago:

Tarjeta de crédito: VISA Master Card American Express
 Titular de la tarjeta:
 Número de tarjeta:
 Caducidad (mm/aaaa):

Cheque nominativo en euros a nombre de El profesional de la información

Transferencia bancaria a la cuenta de La Caixa 2100 0818 93 0200745544
Enviar, fotocopiado o escaneado, el resguardo de la transferencia.
 Las transferencias desde fuera de España deben hacerse a:
 IBAN ES95 2100 0818 9302 0074 5544
 BIC/Código Swift CAIXESBXXX

Giro postal al apartado de correos 32.280 de Barcelona
Enviar, fotocopiado o escaneado, el resguardo del giro.

Domiciliación en cuenta bancaria
 Entidad: Oficina: DC: Núm:
 Titular de la cuenta:

Enviar el boletín relleno, por correo postal o electrónico, a:

**Apartado 32.280
08080 Barcelona
España**

*suscripciones@
elprofesionaldelainfor
macion.com*

*Teléfono de atención al
suscriptor:*

+34 609 352 954

Los precios para el año 2005 son los mismos de 2004.

Suscripción anual
Institucional:
 129 euros + 4% IVA
Individual:
 75 euros + 4% IVA
Número suelto:
 22 euros

A los pagos realizados desde países distintos de España se les aplicará el IVA o VAT local. A todas las suscripciones de fuera de Europa se les aplicará un recargo de 60 euros en concepto de correo aéreo.

La suscripción a la revista se realiza por años naturales completos, es decir, desde el mes de enero del año que usted desee que comience su nueva suscripción.

Boletín para comenzar o renovar online la suscripción: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/suscripciones.html>