



guía para evaluación experta

joaquín márquez correa
information architect
icon medialab

Este documento recoge una serie de factores (*heuristics*) que deben ser considerados a la hora de realizar un análisis experto de un web site¹. Sirve tanto para analizar un site antes de hacer una propuesta, como para evaluar y auditar secciones ya terminadas en la fase de producción. Al final, se entrega una *checklist* -o lista de comprobación- para facilitar la auditoría del site.

¿qué está pasando?

El site siempre debe mantener al usuario informado sobre qué está sucediendo, a través de un feedback apropiado en un tiempo razonable. Por ejemplo, presentar mensajes de espera cuando se está efectuando una transacción (ej, un banco) o bien de confirmación cuando se ha efectuado una operación solicitada por el usuario (ej, "su pedido ha sido aceptado").

un site en su lengua

El site debe hablar el mismo lenguaje que el usuario, con palabras, frases y conceptos que le sean familiares. Tiene que seguir las convenciones "del mundo real", para que la información aparezca natural y lógica. (ej, mensajes de error incomprensibles, no son aceptables)

uso y control por parte del usuario

Los usuarios frecuentemente hacen elecciones por error y deben contar con una "salida de emergencia" para dejar las cosas tal como estaban. Esto en web design, significa que es conveniente siempre tener una vuelta atrás, aunque el browser mismo posee un botón "back". Sin embargo, un enlace para volver al inicio en cada página es de mucha ayuda.

El control que siente el usuario es fundamental, por ello deben considerarse muy cautelosamente el uso de ciertas técnicas de codificación que lo limitan. Por ejemplo, el uso de fuentes de tamaño fijo, ventanas que cubren toda la pantalla (eliminando el navegador y cubriendo todas las ventanas que pudiesen estar abiertas), animaciones que requieren plug-ins especiales y no tienen una forma de "saltarlas" (skip), pop-ups que aparecen por todos lados, nuevas ventanas que se abren permanentemente (proliferación de ventanas en la pantalla del usuario), son altamente nocivas para una experiencia satisfactoria.

consistencia y estándares

Esto tiene dos partes: lenguaje/contenido y diseño. El site debe ser consistente en

1- Referencias:
Nielsen, Jakob. "Ten Usability Heuristics".
Instone, Keith. "Site Usability Heuristics for the Web".
Krug, Steve. "Don't Make Me Think".

cuanto a los nombres de las secciones, botones y contenidos de las mismas. Si un botón apunta a una sección que tiene un nombre totalmente diferente, el usuario siente que ha cometido un error. Lo mismo sucede con informaciones que aparecen duplicadas en el site, bajo distintos nombres. Por ejemplo, un enlace a "ayuda" debe llevar a una página que se llame así y no "preguntas frecuentes". Igualmente, si existen preguntas frecuentes, deben estar en una página llamada así y no duplicarse para aparecer también en "ayuda".

En cuanto a diseño, deben seguirse las convenciones existentes en la web, como el color de los enlaces de texto² (todos los sites tienen un color para indicar los enlaces y se usa sólo para eso), de manera que los enlaces sean claramente reconocibles en el site.

Cada site forma parte de un sistema global y por ello no debe ser considerado "una isla".

prevención de errores

Mucho mejor que los buenos mensajes de error, es un diseño cuidado que prevenga que ocurran éstos. La mayoría de los errores cometidos por los usuarios se dan al rellenar formularios. Es bueno usar sistemas de validación antes de que el usuario envíe su información y deba volver atrás para corregir (i.e. en javascript).

es mejor reconocer, que recordar

El sitio debe tener los objetos, acciones y opciones a la vista. El usuario no tiene que recordar dónde estaban las cosas que buscaba o bien "cómo llegar hasta...".

Si bien es imposible tener todas las opciones a la vista en sitios demasiado extensos, al menos debería haber una categorización clara de los contenidos que indique el camino a seguir. Una buena redacción de los enlaces, las cabeceras de contenidos y en los menús, ayuda a que el usuario no se pierda.

También es deseable contar con "breadcrumbs"³ que orienten al usuario y le permitan saber dónde está. Cuando existan procesos que impliquen varios pasos a seguir, es conveniente informarle al usuario de en qué etapa se encuentra y cuántas le faltan para acabar la tarea. Esto se puede lograr usando enumeración de pasos, con navegación contextual⁴. Asimismo, lo ideal es que cada paso sea sólo una acción y que reciba confirmación de que se ha ejecutado satisfactoriamente.

flexibilidad y uso eficiente

Los "aceleradores" o atajos para hacer cosas, generalmente vienen incluidos en el browser,

2- Si bien se ha usado mucho un azul intenso desde los inicios de la Web, no es obligatorio. Lo que sí es importante es que si se usa un granate o cualquier otro color, el usuario entienda que ese es el identificador de los enlaces en ese site. La convención indica que un color enlace, se utiliza exclusivamente para ello y no para destacar un párrafo, por ejemplo.

3- Trad. Literal: "migas de pan", como en Hansel & Gretel, donde los niños dejaban un camino de migas de pan para saber regresar. En Web, se adopta esta técnica con la fórmula "Usted está en: Inicio/productos/precios" donde cada sección es clicable y permite volver atrás (ej., <http://www.dack.com/web/flashVhtml/page2.html>)

4- Esto es, que los enlaces y la información va cambiando a medida que avanza en el proceso, dando la sensación de que se está en buen camino. Ejemplo: en una librería, si se está navegando en busca de libros de informática, lo ideal es que los enlaces que acompañen a ese proceso sean de temas relacionados. En el mundo offline: si busco un lago, es normal que cuando me acerco a él exista un río...

como los favoritos (bookmarks). A pesar de que los usuarios novatos no los usan o conocen, hay que tener en cuenta a los más avanzados que sí lo hacen.

El site debe ser fácil de indexar en una lista de favoritos. Esto se logra evitando el uso intensivo de frames y utilizando nombres de ficheros que no caduquen. Por ejemplo, para los artículos que son noticias o textos circunstanciales, lo recomendable es nombrar las páginas con la fecha, de manera que al publicar una nueva noticia no se sobrescriba la antigua anulando la URL que algún usuario puede haber marcado como favorita.

Si existen formularios para obtener información (un buscador) es recomendable usar el método GET en lugar de POST, para que la cadena de búsqueda quede en la url y se pueda marcar el resultado (ej, si busco comida para perros, los resultados se muestran en una página con una dirección que podría ser así:

<http://www.dominio.com/resultados?comida+perros>).

diseño práctico y simple

No debe haber información irrelevante o que raramente se necesita a simple vista. La información extraña es una distracción que entorpece la navegación.

Si hay que tenerla en el site de todas formas, es preferible que esté enlazada para que quien la requiera pueda verla, pero que no moleste a los que no la necesitan.

La información debe estar escrita para la web y no ser solamente un "copiado y pegado" de un folleto de la empresa. Párrafos cortos, enumeración en listas y contenidos muy largos divididos en páginas, para una fácil lectura. También es conveniente cuidar que los textos al imprimirse, quepan en el ancho de una página A4 estándar y que el color de letra no sea blanco ni muy pálido, para que puedan leerse si son impresos en blanco y negro. O bien, contar con una versión especial para ello.

Así también, si existen contenidos nuevos, es bueno que se destaquen, para que se vea que es un site "vivo", que se renueva constantemente.

Otro punto importante es el uso consistente de elementos gráficos. No deben utilizarse las mismas imágenes para un botón que para algo que claramente es un elemento decorativo.

ayuda, por favor.

Si bien lo ideal es que un site pueda ser navegado sin necesidad de ayuda, existen aplicaciones complejas que deben contar con asistencia. En el caso de un site comercial, un banco o con herramientas novedosas que puedan inducir a confusión, es importante tener la ayuda integrada en el contenido mismo. Es decir, mediante enlaces a las secciones de ayuda que tienen relación con el contenido que se está viendo (ej, en un proceso de registro, al abrir una cuenta, al hacer un pedido, etc). Asimismo, debe existir una sección de ayuda completa, donde se pueda ver todo el contenido de la misma.

compatibilidad

El site debe ser compatible con distintas versiones de navegadores y sistemas operativos. Muchas veces hay scripts que no se ven en Netscape o en Explorer, y eso se agrava aún más cuando se usan Macintosh y PC en la visualización. Hay que tener cuidado con las fuentes, los colores y los scripts usados en el site.

aspectos generales

- ¿Cumple el sitio con sus objetivos?
- ¿Está diseñado para darle a los usuarios lo que ellos quieren?
- ¿Es eficiente?
- ¿Es intuitivo?
- ¿Mantiene una consistencia tanto en su funcionamiento como en su apariencia?
- ¿Facilita que el usuario se sienta cómodo y con el control del sitio?

branding

- ¿Muestra la home page la naturaleza del negocio y se identifica bien el logotipo o marca?
- ¿Aparecen elementos de la marca o de la imagen corporativa en todas las páginas?
- ¿Aparece la marca en un lugar importante dentro de la página?
Recuerde que la marca (logotipo) puede servir como un enlace a la home page del site.

navegación

- ¿Aparece la navegación en un lugar prominente, donde se vea fácilmente?
- Si su navegación está hecha con imágenes, considere también tener una navegación en texto plano (puede ser al final de la página).
- ¿Los enlaces que son imágenes tienen su atributo ALT escrito?
- Si ha usado JavaScript para la navegación ¿ha preparado también una navegación en modo texto?
- ¿Existen enlaces rotos o que no conducen a ningún sitio? Compruébelo y quítelos inmediatamente.
- ¿Tiene el sitio un site map o un buscador para quienes quieren acceder directamente a los contenidos sin tener que navegar?
- ¿Se mantiene una navegación consistente y coherente a lo largo del site?
- ¿Existen elementos que permitan al usuario saber exactamente dónde se encuentra dentro del site y cómo volver atrás (breadcrumbs)?
- ¿Indican los enlaces claramente hacia dónde apuntan? ¿Está claro lo que el usuario encontrará detrás de cada uno?

imágenes

- ¿Se han optimizado las imágenes para reducir el tamaño?
- ¿Tienen la resolución correcta (72 dpi)?
- Las imágenes demasiado grandes pueden cortarse en "trozos" y unirlos mediante tablas para acelerar la descarga. Considere este recurso si la velocidad en su site es un factor importante.
- ¿Tienen las imágenes que lo requieran una descripción mediante el atributo ALT?

animaciones

- Evite las animaciones cíclicas (i.e. gif animados que se repiten hasta el cansancio), a menos que cumplan con un propósito claro.
- Use animaciones Flash sólo si es absolutamente necesario. Si es posible hacer lo mismo utilizando DHTML, hágalo.

banners y publicidad

- Si el sitio contiene banners, trate de optimizar el tamaño al mínimo.
- Ubicación de los banners. Si el sitio "vive" de la publicidad considere la posibilidad de ubicarlos en la parte superior de la página o en el margen derecho (según estudios, funcionan mejor los que se encuentran a la derecha, cerca de la barra de scroll)

contenidos

- ¿Es coherente el contenido con el contexto de la página o site?
- ¿La redacción es corta y precisa? Evite los textos demasiado extensos.
- ¿Existen referencias cruzadas entre textos que están relacionados?
- Evite usar líneas horizontales para hacer separaciones en los textos, pueden ser interpretadas como el fin de la información.

tecnología

- ¿La tecnología utilizada en el site es compatible con el software y hardware de los usuarios objetivos? ¿No tendrán que descargar elementos como plug-ins para poder usarlo?
- Si es importante utilizar recursos técnicos que requieran la descarga de plug-ins, ¿se le informa al usuario de esta situación y se le explica la importancia de hacerlo?

interfaz

- ¿Tiene el site una interfaz amigable, con colores que concuerden con los objetivos y propósitos del site?
- ¿Hay espacios blancos (libres) entre el contenido, para descansar la vista? O existe una sobresaturación de elementos en la página que desconcierta al usuario?
- ¿Se ve el sitio exactamente igual tanto en Mac como en PC? ¿Y en Explorer como en Netscape? Si no, recurra a código específico para que se muestre igual (simplifique a versiones anteriores de HTML o utilice JavaScript para reconocimiento de navegadores).

feedback

- ¿Se han previsto respuestas del sistema frente a interacciones del usuario? (ej, se le informa que se ha recibido satisfactoriamente un formulario enviado).
- ¿Puede el usuario ponerse en contacto para hacer sugerencias o comentarios?

Nota:

No todo lo que aparece en esta checklist tiene que estar presente en todos los sites. Obviamente se trata de hacer una comprobación con criterio, teniendo en cuenta la naturaleza y objetivos del site. Por ejemplo, si se trata de un site pequeño, de promoción o de presencia corporativa, un buscador puede ser innecesario.