

DE BONO VS NIELSEN, ¿Y SI GANAMOS TODOS?



Por Arturo Dopico,
Responsable de
Alianzas de acens
Technologies.

BUCEANDO ENTRE SUS LIBROS, EL AUTOR DE ESTE ARTÍCULO HA REPARADO EN UN CLÁSICO DE JAKOB NIELSEN, “USABILIDAD. DISEÑO DE SITIOS WEB”. DESDE SU EDICIÓN, MUCHO HA CAMBIADO EL ENTORNO INTERACTIVO PERO EL DEBATE ENTRE FORMA Y FUNCIÓN, ENTRE LOS PARADIGMAS QUE REPRESENTAN NIELSEN Y DE BONO CONTINÚAN...

Jakob Nielsen se ha convertido en un “gurú” de la usabilidad al que nadie osa rebatir la clarividencia de su sentido común. Mientras que desde hace décadas Edward de Bono es considerado padre de la creatividad moderna, defendiendo con sus tesis la necesidad vital de la creatividad.

Un interesante debate se viene dando en el campo del diseño web hace ya algún tiempo: diseño vs. usabilidad; libertad creativa vs estándares y reglas; flash vs. HTML; imágenes vs. textos; de Bono vs. Nielsen.

FORMA Y FUNCIÓN DEBEN SER UNA

Realmente no hay nada nuevo en este debate. A la mayoría de los que estudiaron Diseño les inculcaron la filosofía Bauhaus “La Forma sigue a la Función”. ¿Qué importa cuán espectacular sea un diseño si falla en su principal objetivo, para el cual fue creado?

El Diseño, como la arquitectura, cuando está bien hecho combina lo mejor de la forma y lo mejor de la funcionalidad. El legendario arquitecto Frank Lloyd Wright una vez dijo en relación a la frase “La Forma sigue a la Función” lo siguiente: “Esto ha sido malentendido. La Forma y la Función deben ser una, unidas en una unión espiritual”.

Los proyectos web exitosos pueden ayudar a cimentar una marca al igual que las estructuras arquitectónicas definen las ciudades. Cuando piensas en París piensas en la torre Eiffel, y lo mismo con

Kuala Lumpur y las Petronas o las caídas Torres Gemelas y Nueva York. Todas son estructuras muy funcionales que nunca dejaron de lado lo estético, transformándose en diseños notables.

Si pudiera dar un consejo a los diseñadores de sitios web, sería: prueba tu sitio web con clientes reales. Es fácil, rápido y barato. Los diseñadores están demasiado involucrados en el proyecto y, por lo tanto, ciertas cosas que son obvias para ellos, pueden no serlo para la audiencia. Mientras que demasiados especialistas en usabilidad están cruzando la línea de la consultoría hecha para mejorar la experiencia de usuario para tratar de dictar estilos y diseños de un website. Y aquí traigo una de las célebres frases de Edward de Bono para defender el territorio creativo: “No hay que enseñar reglas ni conductas, hay que enseñar a pensar creativamente”.

Admitamos que es complicado conseguir métricas formales de usabilidad. Nielsen recomienda utilizar lo que llama “el porcentaje de éxito del usuario” (porcentaje de tareas que el usuario completa con éxito) como método para medir la eficacia del web. En la práctica no se necesitan datos estadísticos para saber cómo de bueno o malo es un sitio web. Para pruebas de usuario se deberían seguir 3 reglas:

- 1. Conseguir usuarios externos representativos** (abstengámonos de invitar a amigos, compañeros o trabajadores de la compañía)
- 2. Dar a los usuarios un listado de tareas representativas a realizar.** Haciendo un listado de las principales razones para visitar el sitio web y pidiéndoles que hagan algunas de las principales funciones.
- 3. Guardar silencio y dejar hablar a los usuarios.** Si les ayudamos a navegar por el sitio web, arruinaríamos las pruebas. Además, se deben aislar a los usuarios en las pruebas.

LA USABILIDAD SE PUEDE SALTAR

Hay una delgada línea que no se debería cruzar entre aseverar que el diseño de un sitio no debería tener tanta importancia como para que haga difícil navegar por él y lo que, desafortunadamente, dijo Nielsen: “Flash es 99% malo”.

Quienes se encuentran en el campo de la usabilidad son rápidos en aseverar que sitios como Google son una prueba de que no es necesario un diseño fastuoso para conseguir usuarios. Por el contrario, los que están del lado de la creatividad, consideran que el estilo, la marca y *look and feel* son elementos muy importantes de la vida diaria y en la experiencia de los usuarios. El equipo de usabilidad no puede enamorarse de los números, los resultados cuantificables y los test que tiran por la borda lo que los creativos saben acerca de los consumidores y de cómo toman decisiones basados en su criterio visual.

Los test no lo indican todo. Si el test de usuario refleja que la mayoría de la gente no pudo encontrar un sub-menú de navegación, trató de hacer click en cosas que no eran clickables, o terminó frustrado por no poder desarrollar tareas simples dentro del sitio, entonces estos resultados deben ser evaluados y tomados seriamente en consideración con la posibilidad de que el sitio deba ser modificado. Sin embargo, también sabemos que la

Reflexiones sobre creatividad por Edward de Bono

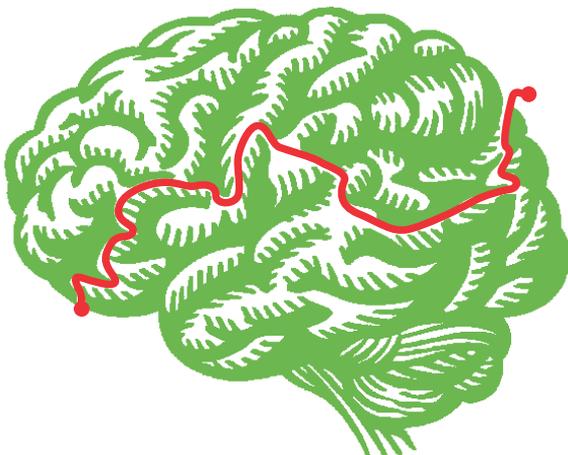
1. "La creatividad es la parte más importante del pensamiento. En breve, las computadoras harán el resto".
2. "No hay que enseñar reglas ni conductas, hay que enseñar a pensar creativamente".
3. "La creatividad no es un acto espontáneo. La inspiración hay que fomentarla a partir del desarrollo de habilidades".
4. "El pensamiento creativo es un ingrediente clave y lo será aún más en el futuro".
5. "La creatividad es necesaria para hacer las cosas cada vez más simples".
6. "Ser inteligente no alcanza para ser un buen pensador, hay que aprender a desarrollar la creatividad".
7. "La creatividad puede ser considerada un riesgo o una expectativa. Si hacemos ésto último, estamos en el camino adecuado".
8. "Hay que ser provocativo, de las opciones más ridículas surgen las mejores ideas"
9. "Ser creativo es luchar en contra del cerebro, ya que éste ha sido diseñado para ser 'no creativo'

web no es un bloque de usuarios similares en donde estos entran, desarrollan una tarea y luego se van.

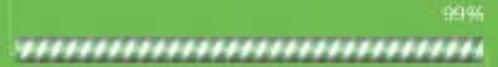
Las tendencias creativas proponen dejar de lado tantas pruebas objetivas y métricas y poner más "sentimiento" en el diseño. La usabilidad no lo es todo. Si el criterio va a ser únicamente que la web sea fácil de utilizar, el trabajo del diseñador será muy aburrido. El buen profesional debería evaluar las propuestas del diseñador, ver qué beneficios pueden aportar y buscar nuevas soluciones al problema que se plantea. Los dictados de la usabilidad se pueden saltar cuando haya una razón que lo justifique. Pero para poder hacerlo, hace falta conocer muy bien la disciplina. Por otro lado, la idea que tienen algunos diseñadores de que las reglas de la usabilidad matan su creatividad, sólo aparentan ser una excusa para ocultar su mediocridad como diseñadores. Hay mucho, muchísimo sitio para los diseños más vanguardistas e impresionantes dentro de las reglas de la usabilidad. Sólo hay que formarse, aprender del otro, pensar y trabajar en equipo.

Existe la creencia de que la usabilidad produce sitios demasiado parecidos entre sí. Creo que no siempre es malo. Las grandes empresas necesitan crear una imagen de marca diferencial, perdurable, potente y llamativa. Pero para las compañías más pequeñas, a las que corresponden la inmensa mayoría de las webs, esto no es tan importante. Las normas básicas de la usabilidad permiten recurrir a soluciones que se sabe que funcionan. Un diseño distintivo, atractivo y la vez fácil de usar cuesta mucho dinero. Esta autocrítica debería hacer pensar al colectivo creativo para seguir avanzando.

Entonces, ¿quizás los especialistas en usabilidad no deberían trabajar CON los diseñadores para ayudar a crear sitios altamente funcionales que se vean espectaculares? Quizás el mensaje para el Profesor Nielsen y sus seguidores debería ser: "Dejad el diseño a los profesionales y trabajad junto a los diseñadores para lograrlo". Ojalá esto sea así. ●



¿Qué necesitas...



... para llegar aquí?

crea tivity inprogress

Somos los
especialistas en
Managed Hosting
para agencias. Dando
una base sólida a tu
proyecto creativo.



THE HOSTING COMPANY

902 90 10 20