

Experiencia de Usuario: Principios y Métodos

Yusef Hassan Montero
www.yusef.es

Todos los derechos reservados, 2015

Este libro ha sido escrito usando Calmly Writer (www.calmlywriter.com)

Capítulo de ejemplo.

Necesidades y estrategias de búsqueda de información

En los textos de psicología cognitiva el ser humano es frecuentemente descrito como un “informívoro”, pues del mismo modo que un carnívoro se alimenta de carne, la información es el alimento de nuestra cognición, y su consumo una necesidad básica para nuestra actividad diaria y adaptación al entorno.

Igualmente, en el contexto del diseño de productos, si hay una tarea omnipresente en la interacción del usuario es la búsqueda de información. Por ello, lo primero que debemos cuestionarnos al afrontar el diseño de productos, especialmente en aquellos que dan acceso a cantidades significativas de contenidos y opciones, es el propio comportamiento interactivo de los usuarios al buscar información, qué tipos de necesidades tienen y qué estrategias usan para resolverlas.

Tipos de representación mental de las necesidades

Las necesidades de información se pueden subdividir en función de la representación mental que tiene el usuario de dichas necesidades, en dos grupos generales:

- **Necesidades sintácticas:** El usuario conoce el nombre de la opción que está buscando. Un ejemplo común de este caso es cuando buscamos el teléfono de una persona en una guía telefónica, ya que para encontrarlo debemos conocer previamente el nombre de la persona. También se da cuando utilizamos una aplicación o sitio web habitualmente, y recordamos el nombre de la opción del menú que buscamos.

- **Necesidades semánticas:** El usuario tiene una representación conceptual de lo que está buscando, pero no necesariamente tiene que ser capaz de verbalizarlo. En estos casos, los usuarios recorren visualmente (o auditivamente, cuando se trata de usuarios ciegos) las diferentes opciones de los menús, con el fin de reconocer cuál de ellos le llevará a la información necesitada.

Estrategias de búsqueda de información

Lo interesante de conocer los tipos de necesidades informativas es que nos permiten predecir, hasta cierto grado, la estrategia de búsqueda que empleará el usuario para satisfacerlas. Las dos estrategias que utilizan principalmente los usuarios cuando buscan información son:

- **Interrogación por buscador (querying):** Si el usuario es capaz de representar mediante lenguaje de consulta sus necesidades de información, porque tiene una representación sintáctica de estas necesidades, utilizará el buscador (si está disponible), ya que será el mecanismo más rápido para satisfacer sus necesidades.
- **Navegación o exploración (browsing):** Esta estrategia de recuperación de información es utilizada por los usuarios cuando sus necesidades de información son generales o abstractas (representación semántica), como por ejemplo “no estoy seguro de qué es lo que busco, así que navegaré por si encuentro algo que despierte mi interés”, “me gustaría aprender a diseñar webs, pero no tengo demasiado claro por donde empezar” o “Me gustaría localizar la información acerca de quién ha creado este sitio web”.

Debemos tener en cuenta que ni las necesidades de información del usuario, ni por tanto sus estrategias de búsqueda, son estáticas. Conforme el usuario busca, puede ver modificadas sus necesidades o intereses, y reformular o adaptar su estrategia. De hecho una buena arquitectura de información no es sólo aquella que facilita al usuario encontrar aquello que busca, sino que además reorienta sus necesidades y reconduce su búsqueda cuando no puede ofrecer un contenido concreto. Si pensamos

por ejemplo en un portal de comercio electrónico, una buena estrategia cuando el usuario está buscando un producto que no está disponible es intentar despertar su interés por otros productos relacionados o similares que sí se le pueden ofrecer.

Bibliografía

Hearts, M. (2009). **Search User Interfaces**. Cambridge University Press.

Mehlenbacher, B.; Duffy, T.M.; Palmer, J. (1989). **Finding information on a Menu: Linking Menu Organization to the User's Goals**. En: Human-Computer Interaction, vol. 4, pp. 231-251.