

Patrón de lectura en forma de F en la Web: incomprendido, pero aún relevante (incluso en dispositivos móviles)

Resumen: La investigación de eyetracking muestra que las personas escanean páginas web y pantallas de teléfonos en varios patrones, uno de ellos es la forma de la letra F. Once años después de descubrir este patrón, revisamos lo que significa hoy.

Por Kara Pernice

el 12 de noviembre de 2017

Temas:

- Escribiendo para la Web,
- Registro visual

Entre las contribuciones de NN / g al mundo de UX, quizás una de las más citadas sea el patrón de lectura en forma de F para contenido web, que identificamos en 2006. A lo largo de los años, muchos se han referido a esta investigación, a veces correctamente, y en muchos otros casos lo malinterpretan. En este artículo, nuestro objetivo es informar sobre investigaciones recientes que lo revisan y también aclarar algunos de los conceptos erróneos relacionados con el patrón F. En particular:

1. El escaneo en la web no siempre toma la forma de una F. También existen otros patrones de escaneo comunes.
2. El patrón F es negativo para usuarios y empresas.
3. Un buen diseño puede evitar el análisis F-forma.

The 1900 Storm
GALVESTON ISLAND, TEXAS

Remembering the Great Hurricane, September 8, 1900 A Galveston County Daily News presentation

The 1900 Storm: Tragedy and Triumph

Contents

- Home
- The Committee Calendar
- Gallery
- Stats and Figures
- Publications
- Documentary
- Resources
- Media
- Information

Courtesy of Keesling Library

One night of terror became a lasting part of Galveston's identity

BY HEIDI LUTZ
The Daily News

A Galveston Daily News reporter in 1900 said the story of the Sept. 8, 1900 hurricane could never truly be written.

Linda Macdonald's grandfather said nothing could ever make him forget the sounds of that night.

And for many, no words could ever be spoken again about the deadly hurricane that reshaped the Gulf Coast forever.

As Galvestonians and the rest of the country mark the centennial of the deadliest hurricane in U.S. history, its story continues to linger in the minds of virtually everyone who lives along a coast. It is the reminder of what can happen when the winds blow and the tides rise along the hurricane-prone coasts of America.

To tale of death, devastation and eventual recovery is close to the hearts of Galvestonians. And as its centennial anniversary comes and goes, and its stories are passed on again, the 1900 Storm will become part of the history of another generation.

The storm

For locals, any reference to "the storm" is obvious. If someone says a house survived the storm, there is no doubt it predates Sept. 8, 1900.

If people say they had family who died or survived the storm, there is no doubt that they are referring to a family history that goes back more than 100 years.

For in Galveston, "the storm" always refers to the hurricane that tore across Galveston on Sept. 8, 1900, and left the city in ruins.

Those who managed, either by sheer luck or the grace of God, to survive the storm faced the challenge of moving forward.

In his memoirs, meteorologist Isaac Cline referred to the morning after the storm as "a most beautiful day."

It was indeed a sunny, warm day, the kind of day people came to Galveston for at the turn of the century. But few visitors would walk the sandy shores for months after the infamous hurricane.

Instead, bodies of the dead that were improperly buried at sea washed ashore on those beaches, leaving even more treacherous work for the cleanup crews.

The storm left behind a legacy that extends across the country. As families moved from the island, they carried with them the story of that night.

Story Untold

The story of Galveston's tragedy can never be written as it is. Since the cataclysm of Saturday night a force of faithful men have been struggling to convey to humanity from time to time some of the particulars of the tragedy.

They have told much, but it was impossible for them to tell, and the world, at best, can never know all, for the thousands of tragedies written by the storm must forever remain mysteries until eternity shall reveal all.

Perhaps it were best that it should be so, for the horror and anguish of those fatal and fatal hours were mercifully lost in the screaming loudest and burned forever beneath the raging billows.

Only God knows, and for the rest let it remain forever in the boundlessness of His omniscience.

But in the realm of finity, the weak and staggered senses of mankind may gather fragments of the disaster, and may strive with inevitable incompleteness to convey the merest impression of the saddest story which ever engaged the efforts of a reporter.

As published Sept. 13, 1900, in The Galveston Daily News

© 2005 Galveston Newspapers Inc. All rights reserved.

NN/g Eyetracking by Nielsen Norman Group nngroup.com

Publication in cooperation with the City of Galveston, 1900 Storm Committee.

Este es uno de los primeros ejemplos del patrón F de nuestros estudios a principios de la década de 2000. Este mapa de calor agrega las miradas de más de 45 personas que intentan saber lo que sucedió en Galveston Texas en 1900. La sección superior, más leída del mapa de calor (representada con el color rojo) se asemeja a la letra mayúscula "F".

El patrón en forma de F

En el patrón de escaneo en forma de F se caracteriza por muchas fijaciones concentradas en la parte superior e izquierda de la página. Específicamente:

1. Los usuarios primero leen en un movimiento horizontal, generalmente en la parte superior del área de contenido. Este elemento inicial forma la barra superior de la F.
2. A continuación, los usuarios se mueven un poco hacia abajo en la página y luego leen en un segundo movimiento horizontal que generalmente cubre un área más corta que el movimiento anterior. Este elemento adicional forma la barra inferior de F.
3. Finalmente, los usuarios escanean el lado izquierdo del contenido en un movimiento vertical. A veces, se trata de un escaneo lento y sistemático que aparece como una franja sólida en un mapa de calor de seguimiento ocular. Otras veces, los usuarios se mueven más rápido, creando un mapa de calor más puntual. Este último elemento forma la raíz de F.

Las implicaciones de este patrón son:

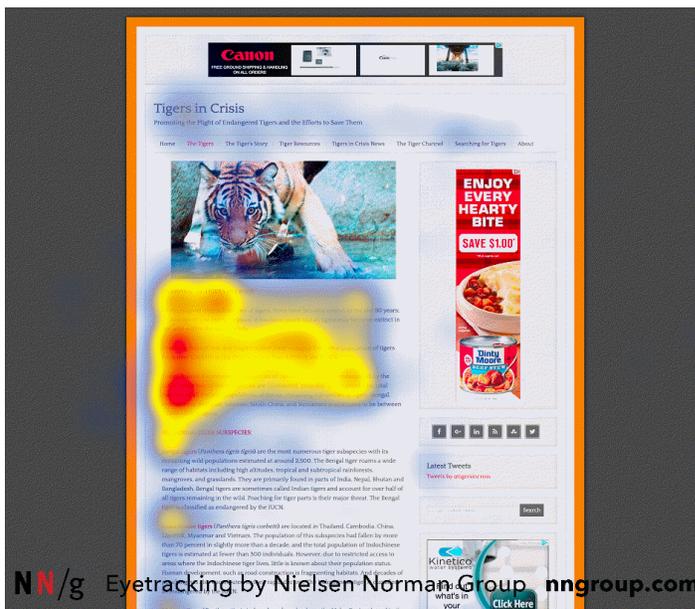
- Las primeras líneas de texto de una página reciben más miradas que las siguientes líneas de texto en la misma página.
- Las primeras palabras a la izquierda de cada línea de texto reciben más fijaciones que las palabras siguientes en la misma línea.

Por lo tanto, en las primeras líneas de texto, las personas escanearán más palabras a la derecha que en las siguientes líneas. Este patrón de escaneo se *asemeja a* la forma de la letra F, pero rara vez es una F *perfecta* . Por ejemplo, en algunos casos, las personas pueden interesarse en un párrafo hacia abajo de la página y pueden fijarse en más palabras, leyendo nuevamente hacia la derecha, por lo que el patrón llega a parecerse a una E.

El patrón en forma de F se aplica a la lectura de los usuarios del área de contenido de la página web. Por lo tanto, describe el comportamiento de las personas cuando visitan una página web y evalúan su contenido, no su comportamiento cuando se encuentran en

una nueva sección del sitio web e inspeccionan las barras de navegación (generalmente en la parte superior y/o izquierda de la página) para decidir adónde ir a continuación. Entonces, en un patrón F, las miradas de la izquierda caen en la parte izquierda *del área de contenido*, no en la parte más a la izquierda de la página completa, si la columna de la izquierda está ocupada por un riel de navegación.

Nuestra reciente investigación de seguimiento ocular muestra que el patrón de escaneo en forma de F está vivo y bien en el mundo actual, tanto en computadoras de escritorio como en dispositivos móviles. Un ejemplo típico de la longevidad de los hallazgos de UX que dependen más del comportamiento humano que de la tecnología.



TigersinCrisis.com: este mapa de calor de nuestro nuevo estudio agrega datos de 47 personas mientras intentaban saber cuántos tigres de Sumatra viven en estado salvaje. El color rojo en este mapa de calor es un ejemplo del patrón en forma de F, el mismo hoy que hace 11 años.

Nuestra reciente ronda de investigación de seguimiento ocular también mostró que en idiomas de derecha a izquierda como el árabe, las personas leen en un patrón en forma de F invertida (como habíamos predicho pero no habíamos visto antes de esta investigación).

El patrón en forma de F no es el único patrón de escaneo

Además del patrón en forma de F, hay muchos otros patrones de escaneo posibles, incluidos los que se enumeran a continuación:

- El patrón de torta de capas ocurre cuando los ojos escanean títulos y subtítulos y omiten el texto normal a continuación. Un diagrama de mirada o mapa de calor de este comportamiento mostrará líneas horizontales, que recuerdan a un pastel con capas alternas de pastel y glaseado.
- El patrón manchado consiste en omitir grandes trozos de texto y escanear como si buscara algo específico, como un enlace, dígitos, una palabra en particular o un conjunto de palabras con una forma distintiva (como una dirección o una firma).
- El patrón de marcado implica mantener los ojos enfocados en un lugar mientras el mouse se desplaza o desliza el dedo por la página, como una bailarina se fija en un objeto para mantener el equilibrio mientras gira. El marcado ocurre más en dispositivos móviles que en computadoras de escritorio.
- El patrón de omisión ocurre cuando las personas omiten deliberadamente las primeras palabras de la línea cuando varias líneas de texto en una lista comienzan todas con la (s) misma (s) palabra (s).
- El patrón de compromiso consiste en fijarse en casi todo lo que hay en la página. Si las personas están muy motivadas e interesadas en el contenido, leerán todo el texto en un párrafo o incluso en una página completa. (Sin embargo, no cuente con que esto suceda con frecuencia. Suponga que la mayoría de los usuarios escanearán).

Por qué las personas escanean en un patrón en forma de F

Las personas escanean en forma de F cuando todos estos 3 elementos están presentes:

1. Una página o una sección de una página incluye texto que tiene poco o ningún formato para la web. Por ejemplo, tiene un "muro de texto" pero no negrita, viñetas ni subtítulos.
2. El usuario intenta ser más eficiente en esa página.

3. El usuario no está tan comprometido o interesado como para estar dispuesto a leer cada palabra.

Los dos últimos elementos resumen prácticamente todo el comportamiento de la web: la gran mayoría de los usuarios de la web prefiere terminar sus tareas lo más rápido posible con el mínimo esfuerzo; visitan una página porque quieren encontrar una respuesta rápida en lugar de leer una disertación sobre el tema y educarse.

Cuando los escritores y diseñadores no han tomado ninguna medida para dirigir al usuario a la información más relevante, interesante o útil, los usuarios encontrarán su propio camino. En ausencia de señales para guiar el ojo, elegirán el camino de mínimo esfuerzo y pasarán la mayor parte de sus fijaciones cerca de donde comienzan a leer (que suele ser la palabra más a la izquierda en una página de texto). No es que las personas siempre escaneen la página en forma de F. Aunque años de lectura probablemente hayan capacitado a las personas para que piensen que el contenido más importante viene antes que el contenido menos importante, ningún usuario siente realmente que el contenido se ha organizado de manera que sea lo más importante. Las cosas aparecen en forma de F. El patrón F es el patrón predeterminado cuando no hay señales fuertes para atraer la atención hacia información significativa.

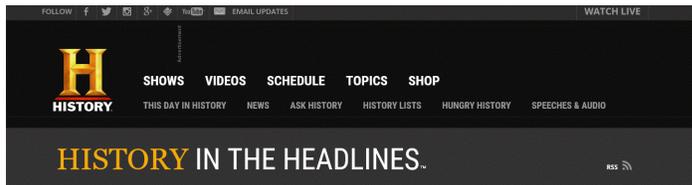
Las personas tienden a minimizar el costo de interacción y maximizar el beneficio que obtienen del trabajo que realizan. Para sus ojos, esto se traduce en gastar pocas fijaciones, sin dejar de recopilar la información que necesitan; ser productivos, comprometidos y exitosos con lo que obtienen de esas fijaciones. Ahorrar tiempo significa menos fijaciones, mirar menos palabras.

En algunos casos, las personas se aburrirán o fatigarán mientras escanean el texto. Otras veces, las palabras que leen ofrecen solo un débil olor a información, lo que puede ser suficiente gratificación para continuar escaneando, pero no lo suficiente para leer más texto.

La forma de F es mala para los usuarios y las empresas

Cuando las personas escanean en forma de F, se pierden grandes cantidades de contenido basándose simplemente en cómo fluye el texto en una columna. Las frases y

palabras omitidas son a menudo tan importantes, o incluso más importantes, como las palabras que se leen. Pero los usuarios no se darán cuenta de esto, ya que, por definición, no saben lo que no ven.



Remembering 9/11: 15 Years Later

SEPTEMBER 9, 2016 By Sarah Pruitt



September 11th: Why We Remember

Volunteers from the 9/11 Tribute Center reflect on the importance of sharing their stories of 9/11 with future generations.

TRENDING NOW

-  Scientists Virtually Unroll, Read Ancient Biblical Scroll
-  Why are countries classified as First, Second or Third World?
-  DNA Study Finds Aboriginal Australians World's Oldest Civilization

Since it opened in 2006, the 9/11 Tribute Center in Lower Manhattan has become a place where New Yorkers can share their stories of the Sept. 11 attacks. The center is a place where family members who lost loved ones, first responders, rescue and recovery workers, longtime Lower Manhattan residents and other trained volunteers tell their stories in the hopes of providing a greater understanding of the impact of 9/11, as well as the ongoing recovery and resilience of New York City. We asked five of those volunteers to share some of their thoughts, including how 9/11 changed them, what they want people to remember and what advice they would give future generations.

- **Joan Mastropalo**, 65, is in Jersey City, N.J., and has a wife and two children. She and her husband (who died in the Sept. 11 attacks) were in the World Trade Center on Sept. 11. She was a firefighter with the Fire Department in New York City. She was killed when the twin towers collapsed on 9/11. Crawford also worked on the construction of the new World Trade Center plaza.
- **Dave Hood**, who is an attorney for the Port Authority of New York & New Jersey, was on the 68th floor of the North Tower when the towers hit it on 9/11.
- **Paul Ianelli**, 62, works with the Brooklyn South Narcotics Unit of the New York Police Department (NYPD), took a ferry to Lower Manhattan from Bay Ridge, Brooklyn, with his fellow officers to get to the World Trade Center on 9/11. He then spent months working on the recovery effort.
- **Joe Powers** was the Director of Readiness Analysis for the Navy's Naval Air Station at the Pentagon. On 9/11, he walked seven miles to get home to his wife and children in the suburb of Washington, D.C. where they lived.

Looking back at the past 15 years, what has stayed the same for New Yorkers

Matt Crawford: I think what has stayed the same for New Yorkers is the rush to get on with life. I think we've accepted pretty quickly back to that get it done, get to work, get on with it. I think we've accepted pretty quickly back to that get it done, get to work, get on with it. I think we've accepted pretty quickly back to that get it done, get to work, get on with it. I think we've accepted pretty quickly back to that get it done, get to work, get on with it.

Joan Mastropalo: What has stayed the same in New York City is the tremendous pride and commitment that our residents have for our city. ...[W]hat has changed is the level of resilience on the part of New Yorkers in watching their

Eyetracking by Nielsen Norman Group nngroup.com NN/g

History.com. La gráfica de la mirada en forma de F de una participante del estudio, mientras escaneaba una página que contenía mucha prosa y muy poco formato (cada punto azul significa una fijación). Las líneas entre los puntos representan movimientos sacádicos en los que el usuario mueve los ojos y es prácticamente ciego. Estas líneas nos

ayudan a seguir las fijaciones más fácilmente. Los puntos más grandes representan fijaciones más largas y los números denotan la secuencia).

En el diseño receptivo, o en cualquier diseño de texto líquido, el texto fluye de manera diferente según el tamaño de la ventana. Por lo tanto, un usuario que escanea en forma de F en su teléfono, por ejemplo, no se fijaría en las mismas palabras si escaneara con F la misma página en un escritorio, solo por la forma en que fluye el contenido en diferentes tamaños de ventana gráfica.

No se equivoque, el patrón de escaneo en forma de F es malo para los usuarios y las empresas: significa que los usuarios pueden omitir contenido importante simplemente porque aparece en el lado derecho de la página. Un buen formato web reduce el impacto del escaneo F. Si sus páginas tienen grandes trozos de texto sin formato, la gente lo escaneará en forma de F.

Si escanear en un patrón F es malo para los usuarios, ¿por qué lo hacen con tanta frecuencia que es su comportamiento dominante en la web? Porque en realidad solo es "malo" en términos de su capacidad para obtener el máximo beneficio de su visita a su sitio web. Sin embargo, los usuarios no pretenden maximizar los beneficios de un solo sitio web. Su objetivo es optimizar su relación costo-beneficio a partir de su uso de la *web en su conjunto*. Su sitio web es como un grano de arena en la playa en comparación con todo Internet. Para construir un bonito castillo de arena, para seguir con la metáfora, no puede perder el tiempo buscando granos de arena particularmente suaves. Tienes que recoger arena por cubos llenos. Del mismo modo, los usuarios obtienen valor de la web al sumergirse en varios sitios web y gastar poco esfuerzo en cada uno, a menudo utilizando estacionamiento de páginas para mantener muchos sitios abiertos al mismo tiempo.

Los mejores antídotos para el patrón en forma de F

Haga el trabajo para los usuarios en lugar de obligarlos a esforzarse y tomar malos atajos. Priorice y formatee el texto para dirigir a los usuarios a lo que usted quiere que vean y a lo que sabe que quieren ver. Algunos consejos sencillos:

___ 1. Incluya los puntos más importantes en los dos primeros párrafos de la página.

2. Utilice títulos y subtítulos. Asegúrese de que se vean más importantes y sean más visibles que el texto normal para que los usuarios puedan distinguirlos rápidamente.
3. Empiece los títulos y subtítulos con las palabras que contengan la mayor parte de la información: si los usuarios ven solo las primeras 2 palabras, aún deben comprender la esencia de la siguiente sección.
4. Agrupe visualmente pequeñas cantidades de contenido relacionado, por ejemplo, rodeándolas con un borde o usando un fondo diferente.
5. Palabras y frases importantes en negrita.
6. Aproveche los diferentes formatos de los enlaces y asegúrese de que los enlaces incluyan palabras que contengan información (en lugar de "ir", "haga clic aquí" o más genéricos). Esta técnica también mejora la accesibilidad para los usuarios que escuchan los enlaces leídos en voz alta en lugar de escanear el contenido visualmente.
7. Utilice viñetas y números para destacar los elementos de una lista o proceso.
8. Elimina el contenido innecesario.

Resumen

El escaneo en la web viene dictado por:

- Motivación de los usuarios
- Metas que están tratando de lograr
- Disposición de la página y formato del texto
- Contenido de página

Es difícil controlar la motivación de las personas o sus objetivos, pero puede optimizar el contenido y la presentación para que los usuarios puedan encontrar lo que necesitan rápidamente. En particular, utilice buenas técnicas de formato web para llamar la atención sobre la información más importante en lugar de confiar en las palabras arbitrarias que las personas pueden fijar cuando escanean en forma de F.

Fuente: <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/>