

¿Hacia un nuevo diseño de interfases digitales multimedia?

Sincretismo entre usabilidad y la búsqueda del placer.

Iván León Trujillo.

Universidad de Los Andes Mérida- Venezuela.

ivanleontrujillo@hotmail.com

Overestimate or sub estimate the average person's familiarity with Digital's computing interfaces, its one of the most today's common digital interfaces design problem. By other side, the technological advances are allowing that the media communications turns day by day into a hyper-multimedia-TV were every human been will have to face and use these multimedia interfaces. This paper focuses on stimulate to design students the importance of take care basic aspects that conforms a common stage to human been (usability) and hooked them on appropriate actual interface designs, until transform it beyond use to pleasure.

Ergonomía, diseño industrial, HIC (Human-Computer-Interaction), comunicación.

Funcionabilidad, Usabilidad y búsqueda de placer.

Un documento digital permite un acceso asociativo a la información aprovechando la naturaleza de su formato (digital) para fomentar la ruptura de la secuencialidad que encontramos en el papel (<http://cursouc.galeon.com/>).

En un documento digital el medio, el mensaje, el comercio y el producto son uno, cumpliéndose la famosa apreciación sugerida por McLuhan (1981) "el medio es el mensaje". A diferencia de los medios de comunicación tradicionales, los multimedios requieren de un usuario que tome decisiones en un proceso de administración de la información; tenemos un usuario activo y un "medio" con información estructurada de manera fraccionada, no secuencial, que no puede ser captada en su totalidad de un solo vistazo.

Precisaremos el término "**documentos digitales**" bajo parámetros de "**producto**" con la finalidad de aplicarle principios ergonómicos utilizados en los productos materiales para hacerles manejables y accesibles al usuario, mediante un acertado diseño de su interfaz.

Cuando un usuario se enfrenta a un instrumento de trabajo por vez primera, éste debería poder entender que puede hacer con él. "Las manifestaciones de las funciones que provienen con el producto, refieren al término FUNCIONABILIDAD" (www.grc.nasa.gov/WWW/usability)

Por otro lado, para conseguir ahorro de tiempo y esfuerzo existe la USABILIDAD. "Éste término refiere a la habilidad de usar un producto fácil, efectiva y eficientemente para desarrollar una tarea determinada" (<http://www.grc.nasa.gov/WWW/usability>).

Recientemente teóricos en Ergonomía y Factores Humanos han visto que usuarios acostumbrados a interactuar con objetos que presentan buenas condiciones ergonómicas, exigen la presencia de la ergonomía en los productos que adquieren e incluso exigen más.

P. Jordan (2000) esboza la influencia de la ergonomía en el diseño y a su vez la influencia de éste en los usuarios. Para él ésta, pasa por la "FUNCIONABILIDAD" que es el 1er. grado; el 2do. es la "USABILIDAD" y por último habiendo alcanzado los dos grados anteriores, el usuario busca beneficios emocionales mediante el uso de éstos productos, es decir, la búsqueda del "PLACER".

Así es que el usuario exige verdaderos productos no meras herramientas y ansía que estos objetos sean vivos, que le brinden placeres emocionales. Placeres que están directamente relacionados al desarrollo de sus interfaces.

Principios Básicos del sentido común.

Principios usabilidad apenas comienzan a implementarse en interfaces digitales, Instituciones como la ANSI-HFES ó ISO en la serie 9241 (*Laiserin, 2001*); se han encargado de procesar

estándares y establecer regulaciones para el diseño del hardware, interfases físicas, hasta lineamientos en lo concerniente a diseño y evaluación de software, interfases digitales. Algunos puntos marcados por la Norma del sentido común para el diseño con usabilidad:

Comunicación:

La palabra comunicación viene del latín communis (común); si no se tienen elementos comunes al establecer la comunicación, se comienza a mal interpretar el discurso. Sea lo que comunique tiene que saber qué, a quién y cómo lo está diciendo.

Debe convencer al usuario de las ventajas que encontrará mediante el uso de la interfase con palabras y un discurso apropiado a su nivel, es decir cumplir con sus expectativas o simplemente “ayude al usuario a encontrar lo que busca” (Nielsen, 2002)

Sencillez:

Evite las complejidades en el diseño de la interfaz, que el usuario no necesite aprender códigos nuevos o acciones para lograr su funcionamiento. Debe ganarse la confianza y evitar la preconcepción de las cosas que pueden llevarle a distorsionar el mensaje. No sobre cargue de información su diseño, esto puede traer como consecuencia la falta de interés y el aburrimiento por parte del usuario. Procure utilizar metáforas en el diseño de la información pues estas le permitirán evocar imágenes haciendo más fácil el reconocimiento de acciones a seguir.

Navegación.

Plantéese escenarios de navegación, en una especie de prototipo, que hará más fácil la comprensión de la navegación antes de empezar a programar. (Nielsen, 1994)

Deberá establecer un punto de interés inicial, e informarle a su usuario constantemente donde se encuentra durante la navegación. Evite introducir enlaces extraños que lleven a lugares que no son los indicados, o a páginas inexistentes. No trate de engañar al usuario y no lo desoriente.

Respecto a la cantidad y tipo de vínculos que deba colocar dentro de cada parte del documento dependerá de dos cosas:

Primero el número medio de ítems que se pueden recordar en la memoria a corto plazo es de (7 ± 2) . (Miller en Osborne 1990) es decir un mínimo de cinco y máximo de nueve.

En segundo lugar piense lo que le puede interesar al usuario en determinado sector de la navegación. (www.ainda.info) temas o enlaces similares, relacionados al que revisa en ese momento, versiones diferentes a la que está usted mostrando, listados de comentarios con información referida al tema.

Textos:

La Legibilidad, consiste en poder reconocer cada carácter y en la posibilidad de entender rápidamente lo que indica un texto en poco tiempo. Dependerá del tipo de letra, espaciado y líneas utilizadas en el texto.

Utilice fuentes proporcionales, sanserif con tamaños tipográficos de puntaje entre 10 y 12 puntos; con interlineado de 1,5 puntos; líneas de texto cortas y con unidades de significado completas; ajustando el espaciado entre caracteres y con abanderado hacia la izquierda. Deberá presentar alto contraste entre el color de la tipografía y el fondo.

No abuse del uso de las negritas, utilícelas para enfatizar alguna palabra o frase. Evite el uso de cursivas (por su poca legibilidad) y el uso de subrayados para que no se confunda con un enlace. Procure suministrar la información mediante viñetas o bullets points. (www.plainlanguagenetwork.org/type)

Interfaces Gráficas:

En una interfaz el énfasis está en lo visual, la comunicación rápida, fluida e intuitiva. Deberá tomar en cuenta en el diseño la resolución de los monitores (800x600 píxeles). Dentro de ésta área deberá tener

presente la estructura de diseño, un porcentaje no mayor al 60% del área de pantalla debe estar activo. (Van Der Henst 1999)

Procure diseñar apegado a una retícula, establezca en la diagramación si el texto priva sobre la imagen o viceversa, preferiblemente planteé la posibilidad de que se complementen entre sí. El uso de imágenes debe estar plenamente justificado y no debe abusarse en su implementación.

Las gamas de colores a utilizar no deben ser muy extensas. Deberá establecer parámetros referidos al uso del color para uniformar el contenido y permitir al navegante estar en control de la interfaz.

Los pesos en memoria de las imágenes y textos en general deben ser estudiados para que cualquier aplicación trabaje de forma eficiente y no haga esperar al usuario. Según Miller (1968) a los 0, 1 segundos el usuario tiene la percepción de respuesta instantánea; en un segundo no perciben la respuesta como instantánea, y comienza a notarse el retraso; a los 10 segundos se alcanza el límite máximo de espera que puede tener el usuario antes de comenzar el estado de frustración.

Todo diseño de interfaces debe procurar apegarse a las leyes del acoplado "fitt's law". La idea básica detrás de esta ley es que al usar el ratón en el área de pantalla las características de los objetos mostrados con los que se interactúa sean fáciles para "clickearlos". Berkun, <http://msdn.microsoft.com/ui/>

Evaluación:

Evalúe constantemente la elaboración de la interfaz asignando actividades de navegación a grupos no menores de cinco personas, (www.useit.com) según lo planteado por Nielsen déjelos pensar en voz alta a medida que transiten y usen la interfaz, tome nota de las victorias y fracasos en la adquisición de las metas asignadas y si es posible grabe esas actividades en video para posteriormente evaluarlas y poder detectar fallos o aspectos susceptibles de mejorar.

¿Convertir los usuarios en audiencia?

Los avances tecnológicos en materia de software están mostrando que se puede llegar a alcanzar un mega-medio que englobe a todos los medios. Ejemplos como las compañías de televisión digital por cable donde el usuario interactúa con interfaces digitales para luego convertirse en espectador, nos muestran lo común que llega a ser el uso de estas.

La desmaterialización de los objetos para pasar a ser parte de una interfaz digital se nos hace cotidiana. Pero ¿hasta dónde llegar en el uso de este tipo de diseño? ¿Cómo pueden hacernos sentir bien estas interfaces más allá de su mero uso?

La percepción tiende en cada individuo a mostrarse según un punto de vista muy subjetivo, sin embargo tomando en cuenta ciertos aspectos que conforman una base física común para los seres humanos podemos convertirlos en patrones que ayuden a canalizar diseños de interfaces apropiados o acordes con las exigencias actuales. La conversión de los medios de información en uno donde el usuario tenga el total control de su uso es la meta y los diseñadores son los encargados de alcanzarla.

Referencias

- Ansi-hfes American National Standards Institute and Human Factors and Ergonomics Society; www.ansi.org
Jordan, P. (2000) Diseño de productos de placeres. introducción nuevos factores humanos. (London. Taylor y Francis)
Laiserin J (2001) Ergonomics In The Digital Office, Architectural Record, 0003858X, Oct2001, Vol. 189, Issue 10
Manchón, E (2002). Copyleft Barcelona www.ainda.info.
Miller, R. B. (1968). Response time in man-computer conversational transactions
NASA usability engineering team Web site <http://www.grc.nasa.gov/WWW/usability>
Nielsen J (1994) Guerrilla HCI: Using Discount Usability Engineering to Penetrate the Intimidation
Nielsen's Website <http://www.useit.com/alertbox/20030107.html>
Osborne D. (1990) Ergonomía en Acción. "la adaptación del medio al trabajo del hombre" 2ª edición mexico. trillas.
Scott Berkun (2000) Fitts's UI Law Applied to the Web Microsoft Corporation May/June <http://msdn.microsoft.com/ui/>