

Interfaces Humano-Computador, CC52E

Profesor: Mauricio Sáenz C.

Auxiliar: Julio Villane

Santiago, Abril 25 de 2007

Control de Lectura #1

Get Your Product Used in Anger! (by Carl Myhill)

A. (1 punto) Priorice las técnicas de diseño presentadas en la lectura (Entrevistas a Usuarios, Evaluación de Usabilidad y Patrones de Diseño), y justifique su decisión.

1. Evaluación de Usabilidad. Gracias a la evaluación de usabilidad se detectan falencias de la interfaz tempranamente, y se puede hacer un desarrollo en espiral o de rapid prototyping, generando rápidamente prototipos que sean evaluables y donde el usuario forma parte del desarrollo. Con la evaluación se pueden detectar de manera similar los aspectos que se pueden detectar con una entrevista de usuarios. No así al revés.
2. Patrones de Diseño. Los patrones de diseño permiten minimizar los errores de los diseñadores al momento de crear un interfaz. Ahora bien, no necesariamente por ser un patrón de diseño, no se generarán errores en el diseño.
3. Entrevistas de Usuarios. Si se desea conocer mayormente las necesidades de los usuarios, se puede hacer una entrevista de usuarios.

B. (1 punto) Critique el concepto de *Normanian Natural Selection*.

El concepto de *Normanian Natural Selection* se refiere a que las fuerzas del mercado determinan un tipo de evolución basada en la selección natural a favor de buenos diseños y adaptaciones exitosas y en contra de los malos diseños, evitando su supervivencia en el largo plazo. Esto no es tan así, y viene dado por el problema de modelo mental. Si la interfaz es mala, pero es de un producto usado por todo el mundo, no necesariamente cambiará o desaparecerá. Ejemplos claros de esto son el clip y el mouse, si bien el mouse ha sufrido modificaciones ergonómicas a lo largo del tiempo, como interfaz en sí es mala. Junto con esto existen

otras variables que pueden llevar a la permanencia o extinción de una interfaz.

Search of the button *(by Melanie Wells)*

C. (1 punto) Discuta las técnicas que se presentan en la lectura, que son utilizadas para estimular la venta de un determinado producto.

Las diferentes técnicas buscan apelar a las emociones y al razonamiento de las personas, por medio de la persuasión, el perdón, asociación y estimulación. Esto es algo que se hace todo el tiempo, y lo difícil es definir el límite. Cuando en una interfaz se decide que color utilizar para cuál o tal efecto, se está utilizando el mismo conocimiento de reacción de las personas. Alguien podría decir que se utiliza para efecto benéficos, y no la venta, pero porque una cosa es buena y otra es mala. ¿Quién decide eso?, ¿Son estándares universales?. Es muy difícil definir el límite de hasta donde operar con este tipo de estímulos, y va en uno ponerse los límites según nuestras propias convicciones.

D. (1 punto) Según lo que se plantea en la lectura, ¿Cuánto puede influir una marca en la decisión de compra?

Si bien el estudio de Read Montague demuestra que el efecto que produce Pepsi sobre los mecanismos de recompensa y toma de decisiones es mayor que el efecto que produce Coca-Cola, esta última vende más que Pepsi por el poder de su marca. La corteza medial prefrontal se activa cuando las personas se enfrentan frente a imágenes a las que se encuentran fuertemente ligadas. Cuando los compradores optan por una marca que realmente les importa, su actividad indica que ellos realizan una elección emocional basada en su experiencia pasada.

Aprendizaje Visible, Computador Invisible *(by Jaime Sánchez)*

E. (1 punto) Según las cualidades planteadas y su concepción, analice el concepto de infodoméstico.

La concepción de los infodomésticos viene dado por tener tecnología que sea de gran usabilidad, gran versatilidad y gran disfrutabilidad. Las cualidades están asociadas a la especialización, siendo menos complejos.



Ciencias de la
Computación
FACULTAD DE CIENCIAS
FÍSICAS Y MATEMÁTICAS
UNIVERSIDAD DE CHILE

En definitiva los infodomésticos están asociados a tener tecnología que sea capaz de resolver problemas, sin que se transforme en otro problema. Están asociados a la ubicuidad y a centrar al usuario a que realice las tareas y no la tecnología. El problema entonces es, se necesitará andar con muchos dispositivos, cada uno para resolver un problema, o bien se deben mejorar los dispositivos actuales que permiten hacer muchas tareas tal que estos sean transparentes al usuario, de fácil uso, y móviles. Es una discusión no menor, y que debe estar en la conciencia de todos los que diseñamos, desarrollamos y ocupamos tecnología.

F. (1 punto) ¿A qué se refiere Jaime Sánchez con tecnología invisible?

Básicamente Jaime Sánchez se refiere a tecnología invisible, cuando esta es utilizada, pero el usuario no se da cuenta que la está usando. La tecnología ayuda a resolver problemas, no es uno más. Hoy en día, la tecnología es transparente en muchos objetos cotidianos, como la lavadora, lavavajilla, automóvil, metro, precios de supermercado, carreteras pagadas, etc. Muchos otros artefactos no son invisibles, y generan rechazo de muchos usuarios, pero sin embargo otros las utilizan libremente. La base central de la tecnología invisible es permitir que el usuario se centre en la tarea y no en la tecnología.