

Nos visitó [Guido Guasqui](#), analista de Contenidos UX en Mercado Libre. Si vamos a escribir narrativas con androides, tenemos que conocer el mundo de la escritura de personas para interfaces, y él nos conectó con una disciplina relativamente nueva en el mundo de los productos digitales, pero con un gran valor a la hora de vincularnos con ellos. Nos compartió un poco el origen de la disciplina, lo vimos plasmado en WestWorld y otros casos concretos, y hacia el final coordinó un pequeño taller de escritura UX con los presentes. Aquí su presentación.

Escribir máquinas para que hablen con personas

En 1988 Don Norman publicó el libro *The Design of Everyday Things* (El diseño de los objetos cotidianos), el cual se convertiría en una pieza fundamental para la creación de una nueva disciplina conocida como UX o *user experience*. Fue el mismo Norman quien, por primera vez, usó esas palabras para describir su propio puesto de trabajo cuando ingresó en Apple en 1993: User Experience Architect.

En 1998 funda, junto con Jakob Nielsen, la consultora Nielsen Norman Group, que tiene como objetivo ayudar a diseñar productos y servicios que estén centrados en el usuario. Y cuando decimos diseñar no hablamos únicamente del diseño de la interface en manos de diseñadores gráficos o industriales, también hablamos de la información y el contenido que se presentan en los sistemas, software y apps mobile con las que interactuamos día a día.

En su libro, llamado en sus primeras ediciones *The Psychology of Everyday Things*, Norman provee un ejemplo claro para hablar de diseño centrado en el usuario: las puertas. El investigador plantea que las cosas deben estar diseñadas para ser fáciles de usar. Una puerta que necesita un cartel para indicar si se debe tirar de ella o empujarla es una puerta mal diseñada. Estas “puertas Norman”, como se las conoce en la jerga, son el ejemplo más frecuente para demostrar que no significa que las personas o usuarios no sabemos interactuar con un sistema, sino que es el sistema el que debería estar diseñado para que podamos interactuar con él. A la hora de diseñar deberíamos usar la empatía, colocarnos en el lugar de alguien que va a usar ese objeto, sistema o servicio y diseñar teniendo en cuenta siempre el contexto de uso y las emociones de las personas.

Este proceso de diseño es un trabajo en constante iteración, que parte desde un primer momento en el que generamos preguntas acerca de un problema que queremos resolver o modificar, y en pos de eso buscamos soluciones. Ahora, esa búsqueda de soluciones involucra volver hacia atrás en el proceso para volver a pensar el problema y volver a hacernos preguntas. Estas tres etapas de investigación son quizás las que más trabajo requieren, porque si no entendimos el problema, si no

hicimos las preguntas necesarias, difícilmente podamos diseñar soluciones, y generar soluciones que no atienden correctamente las preguntas-problema solo generará más retrabajo más adelante, cuando todo es más caro, en términos tanto de dinero, como de tiempo y consecuencias.

Las soluciones son trabajadas y puestas a prueba de la forma más rápida y eficaz posible, sabemos de antemano que no vamos a tener la respuesta en el primer intento, por ende es mejor si fallamos rápido y barato. Generamos prototipos, borradores, rápidamente bajamos todas las ideas y pensamientos que tenemos, seguramente de forma desprolija, pero de esta forma no perdemos ideas que pueden llegar a convertirse en herramientas y soluciones efectivas. Poner a prueba esos prototipos nos permite evaluar si las soluciones planteadas resuelven el problema en el que pensamos originalmente, si no lo resuelve podemos volver atrás y seguir probando, y si lo resuelve, podemos trabajar una versión final e ir mejorándola a través de más pruebas. Siempre en un proceso que va y viene, haciéndose preguntas, buscando información y proponiendo soluciones.

Contenidos UX es una de las secciones dentro de un grupo multidisciplinario que, por ejemplo puede incluir un equipo de diseño y otro de research. En este último podemos encontrar personas graduadas o estudiantes de carreras como Sociología, Antropología, Psicología, incluso Biología, realizando investigaciones a través de herramientas como focus groups, entrevistas personales, encuestas, entre otras.

El equipo de contenidos UX es aquel que le da voz al producto, que de cierta manera genera que el sistema con que se interactúa parezca humano, o al menos contemple el hecho de que lo que hay del otro lado de la pantalla es una persona interactuando con el producto. Por este motivo los contenidos deben ser claros, concisos, empáticos y motivadores. Buscan relacionarse con esa persona y ofrecerle compañía, no solamente responder sobre el estado del sistema, sino hacerlo con una voz que tiene en consideración a quien está tocando los botones. Por ejemplo, durante un proceso de compra en mejor mostrar cuántos pasos restan para completar esa compra, incluso dejar claro en los botones qué está por pasar. El contenido de estos botones debe ser pensado para que la persona no tema tocarlo y estar confirmando una compra sobre la que todavía no se aseguró de querer hacer o que tema que están por robarle datos de una tarjeta.

Para escribir estos contenidos es clave pensar la historia, diseñar la historia, porque al escribir también estamos diseñando. Al colocar a la historia primero, y no poner por delante lo que queremos lograr con el sistema, podemos crear contenidos que contemplan la necesidad de la persona y en base a eso poder responder y ofrecer herramientas útiles, usables y eficientes, que no generan esfuerzo cognitivo

innecesario y, no solo eso, sino que al contrario, resultan en experiencias agradables y motivadoras.

Por eso, a la hora de pensar contenidos debemos saber que pueden haber diversas historias, porque hay diversas personas, y cada una vendrá con sus propios sentimientos, contextos y experiencias. Es nuestro trabajo ofrecer la mejor historia posible.

Link a la ppt:
https://docs.google.com/presentation/d/1iUvVduyN8a0R5J5VQpJ5OWRIKMcayDLXoPrO-d6qEo/edit?ts=5e42e595#slide=id.g6eeda5b3e8_3_117

Embed link:

```
<iframe  
src="https://docs.google.com/presentation/d/e/2PACX-1vQZxjBWG2QQG9Wi4YxxRLA  
i3CGSt6JV8N9YT4-owy3LYfpDO2xUyS5BTcelRCsBagL-LEQkscF1an2i/embed?start=f  
alse&loop=false&delayms=3000" frameborder="0" width="960" height="569"  
allowfullscreen="true" mozallowfullscreen="true"  
webkitallowfullscreen="true"></iframe>
```