

Memoria

Experiencia de usuario - Resumen No me hagas pensar

Diego Martín Fernández
UO276345

Índice

Índice	1
Resumen libro no me hagas pensar	2
Resumen del libro "No me hagas pensar" hecho por mí	2
Capítulo 1	2
Capítulo 2	2
Capítulo 3	3
Capítulo 4	3
Capítulo 5	4
Capítulo 6	4
Capítulo 7	5
Capítulo 8	5
Capítulo 9	5
Capítulo 10	6
Capítulo 11	7
Capítulo 12	7
Capítulo 13	7
Conclusión y opinión personal	8
Resumen del libro no me hagas pensar con inteligencia artificial	8
Introducción	9
Capítulo 1: "No me hagas pensar"	9
Capítulo 2: "Cómo realmente usamos la web"	9
Capítulo 3: "El diseño de la página web"	10
Capítulo 4: "Ser claro es mejor que ser inteligente"	10
Capítulo 5: "Omite palabras innecesarias"	10
Capítulo 6: "La experiencia de la primera visita"	10
Capítulo 7: "Navegación y cómo funciona"	11
Capítulo 8: "La prueba de usuario"	11
Capítulo 9: "Accesibilidad"	11
Capítulo 10: "Cómo vender el cambio"	11
Capítulo 11: "Usabilidad móvil"	12

Capítulo 12: "El diseño centrado en el usuario y la diferencia que hace"	12
Capítulo 13: "Únete al grupo"	12
Conclusión	13

Resumen libro no me hagas pensar

Resumen del libro "No me hagas pensar" hecho por mí

Capítulo 1


Este capítulo es el primero de una sección que trata sobre los principios a seguir. Krug muestra su primera regla de usabilidad. "No me hagas pensar". Esta es la clave para crear un sitio web fácil de usar. En otras palabras, tienes que crear una página web. Sus características se explican por sí mismas. No se requiere acción del usuario para entender cómo usar el sitio.

Necesitamos evitar que los usuarios hagan preguntas sobre cómo funciona nuestro sitio web. Krug te da algunos ejemplos de en qué tipo de cosas nos detenemos y hacemos preguntas; como botones que no sabes si se puede hacer click o nombres que no sean intuitivos. La página web tiene que ser autoexplicativa. Todo esto es importante porque los usuarios dedican muy poco tiempo a ello. Dar una buena impresión también es importante.

Capítulo 2

El autor nos muestra que hay una diferencia entre el pensamiento que tienen los desarrolladores de cómo se va a usar el sitio web y de cómo se usa en realidad.

Hay varios principios que se comentan en el libro, como que el usuario promedio no lee la web, sino que le da un vistazo por encima. Esto se da porque no queremos malgastar tiempo y somos buenos ojeando, por lo que con un vistazo a la página web podemos encontrar lo que buscábamos.



Por otra parte, no solemos tomar la mejor solución, si no una que nos parezca lo suficientemente aceptable. Esto es también porque el usuario tiene prisa y prefiere no malgastar su tiempo.

También nos da pereza saber cómo funcionan las cosas, y preferimos probar hasta encontrar la solución. Además, si conseguimos que el usuario comprenda el funcionamiento de la página web, es más probable que la vuelva a usar en un futuro.

Capítulo 3

La idea de este capítulo son las claves para que el usuario entienda la mayor parte del sitio web.

En primer lugar, hay que seguir una estructura clara en la página. Esta es una de las mejores formas de captar la atención del usuario. Para cumplirse esto hay que hacer que lo importante de la página llame la atención (por su tamaño, color, fuente...), que los elementos relacionados dentro de la página también tienen que hacerlo de forma visual.


Después habla del uso de las metáforas, ya que estas dan al usuario una explicación ya aprendida de cómo usar la página.

Otra de las claves sería eliminar el ruido visual que dificulta la experiencia del usuario en la web, un ejemplo podría ser anuncios excesivos que saturan al usuario.

Por último, sería separar las distintas partes de la página de forma que se diferencien. Esto valdría para que el usuario seleccionara más rápido la información que le parece útil.

Capítulo 4

En el capítulo 4 de *No me hagas pensar*, Steve Krug profundiza en el principio de usabilidad que da nombre a su libro: la importancia de reducir al máximo el esfuerzo mental que requiere navegar por un sitio web. Krug explica que, al crear interfaces digitales, debemos minimizar cualquier situación en la que el usuario deba detenerse a pensar, ya que esto crea fricción y obstaculiza la experiencia de uso. En lugar de presentar a los usuarios una única instrucción compleja, Krug sugiere descomponer la



información en varios fragmentos pequeños y manejables que se presenten de manera clara y accesible, logrando así que el usuario avance sin interrupciones.

Para lograr esto, recomienda proporcionar una guía concisa y bien ubicada, que solo debería volverse detallada o explícita en situaciones específicas donde sea absolutamente necesario. En otras palabras, la guía debe ser intuitiva y estar integrada al diseño, de forma que los usuarios apenas la noten pero que, si llegaran a necesitarla, esté ahí para orientarlos de inmediato. Krug destaca que una navegación sencilla y sin obstáculos logra que el usuario encuentre lo que necesita con facilidad y rapidez, lo cual incrementa su satisfacción y fidelidad al sitio o la plataforma.

Capítulo 5


En este capítulo, Krug explica la idea de deshacerse de información irrelevante o innecesaria. Esto pasa porque el usuario quiere ir a lo que busca sin leer texto que no aporta nada. También pasa que el usuario suele ignorar las instrucciones de la página, por eso lo que hay que hacer es eliminar todas las que no sean estrictamente necesarias.

Hasta ahora el autor estaba explicando los principios que consideraba para crear un sitio web.

Capítulo 6

El capítulo nos muestra una metáfora entre comprar algo de forma presencial en una tienda y buscar lo que queremos en la web. El comportamiento es muy parecido. Un ejemplo sería cuando vamos a buscar algo en una tienda, si no sabemos dónde está lo que queremos, preguntamos a alguien, al igual que hacemos con un buscador web. También explica los propósitos de la navegación.

Continuando con la metáfora, nos explica que a diferencia del mundo real, en una página web no hay sentido de la escala o la dirección. Para esto se usan los botones de retroceso, al igual que haríamos si nos perdemos en una tienda, volvemos a un lugar que



conozcamos. Por otra parte, también es importante tener una página principal que sirva como punto de partida.

Aunque siempre hay excepciones, como formularios, registros o pagos; es recomendable que el sitio siga una jerarquía. Como que el logo te devuelva a la página principal y englobe todo lo demás, proporcionar al usuario alguna forma de buscar en la página y enlaces a los diferentes sitios de la web.

Cuando menciona “migas de pan”, hace referencia al camino a través de los links que el usuario ha hecho para alcanzar un punto en concreto y nos propone una forma de comprobar si un sitio web tiene buena o mala navegabilidad.

Capítulo 7

Aquí se habla de cómo tiene que estar diseñada la página principal de nuestro sitio web y nos describe una serie de cualidades que tiene que tener: una jerarquía, un objetivo, una identidad, contenido temporal y accesos directos entre otros. También tiene que tener en cuenta mostrar lo que uno busca y mostrar dónde empezar a navegar.

Hay que considerar que la página principal va a tener más tráfico que el resto de las partes de nuestra web, por lo que al añadir elementos tenemos que mirar de no perder el objetivo de esta. Tiene que entenderse bien su utilidad y mostrar claramente lo que se puede encontrar en ella y lo que no.

Capítulo 8

Hablamos sobre los debates innecesarios entre los diseñadores por distintas causas. Para empezar, nosotros como usuarios, tenemos opiniones particulares y tendemos a generalizar los gustos de la mayoría en base a los nuestros. Después de esto, los desarrolladores pueden intentar encontrar lo que de verdad quiere el usuario general. Aunque el autor da a entender que no existe y que cada persona es única, por lo que se debería hacer para dar con un producto que funcione es probar el sistema con distintos tipos de usuarios y valorar los resultados.

Capítulo 9

El capítulo comienza explicando que las pruebas de accesibilidad hay que realizarlas desde el principio y no hacerlas solo al acabar el proyecto. Nos da algunas explicaciones sobre cómo hacerlas y hace comparaciones entre las que propone el autor y las que se suelen hacer. Aunque estas pruebas propuestas son menos rigurosas, lo compensan con un ahorro de tiempo y dinero.

Se recomienda hacer pruebas por la mañana y luego revisar lo encontrado por la tarde en intervalos de un mes. Con tres personas siendo guiadas por la aplicación valdría.


Es recomendable empezar cuanto antes a hacer las pruebas e incluso se pueden llegar a hacer con páginas ya existentes de otros equipos siempre que tengan un diseño parecido al que queremos comprobar. Problemas tales como que el usuario no comprenda el objetivo de la página, que busque cosas donde no debería o que no pueda encontrar algo, es lo que hay que considerar. Cabe resaltar que estas pruebas se pueden hacer a distancia ya que hay aplicaciones que facilitan esto.

Se nos han expuesto formas de hacer pruebas de usabilidad sin necesidad de invertir un gran capital. Además estas resultan de mucha utilidad y consiguen mejorar el producto final.

Capítulo 10

Ahora hablamos de los smartphones, ya que en el momento en que fue escrito el libro tenían bastante importancia. Por lo que el problema más obvio que se tuvo que solventar, fue la adaptabilidad de los sitios web a estos dispositivos (al tener una pantalla mucho más pequeña que los sobremesa).

Para solventar este problema, una posibilidad sería no añadir algunos elementos que por su tamaño puedan dificultar la adaptación del sitio web a dispositivos más pequeños. Por otra parte, también hay que tener en cuenta que no estamos usando un cursor, por lo que las funcionalidades de hovering para que aparezcan otros menús debería ser adaptada.



Luego, el autor procede a dar su explicación de usabilidad. Diciendo que el producto ha de ser atractivo, fácil a la hora de ser utilizado, útil, eficiente y memorable.

Capítulo 11

El autor da un ejemplo particular explicando que una vez había comprado un billete de avión y en la compañía había una huelga. Al no encontrar información de la huelga en su página web, le hizo perder confianza en esta y su “buena voluntad”. Explica que cada usuario tiene un medidor de su “buena voluntad” y a medida que navega se rellena o se gasta, si se gasta este se irá del sitio.

Hay que evitar que suceda esto. Para ello, se dan algunas recomendaciones:

- No esconder la información que se quiere.
- No castigar al usuario por hacer las cosas de otra forma
- No solicitar información innecesaria.
- Hacer las cosas obvias en función de lo que se usan.
- Darle al usuario la información que pide

Capítulo 12

Para que una página sea usable, primero debe ser accesible. Por eso hay que dar importancia a la accesibilidad, ya que es posible que mejore la experiencia de los usuarios con respecto a la página.

El autor sugiere resolver los errores de usabilidad que afecten a cualquier tiempo de usuario, porque puede haber casos en los que este tenga una discapacidad. También recomienda informarse sobre este tema para saber cómo usan estos la Web.

Algunos cambios que recomienda con respecto a este tema son usar el elemento `<label>` en los formularios, para que el usuario sepa lo que tiene que introducir en el campo y usar los encabezados correctamente de forma que sigan un orden lógico.



Capítulo 13

Aquí se intenta abordar la situación de tener que explicarle a nuestros superiores que la usabilidad web es importante y que tenemos que prestarle atención. Esto se puede conseguir mostrando cómo pueden aportar valor y hablar de forma en que lo entiendan. También hay cosas que no hay que hacer, como no usar letras pequeñas cuando haya poco contraste, diferenciar links visitados de los que no, entre otros.

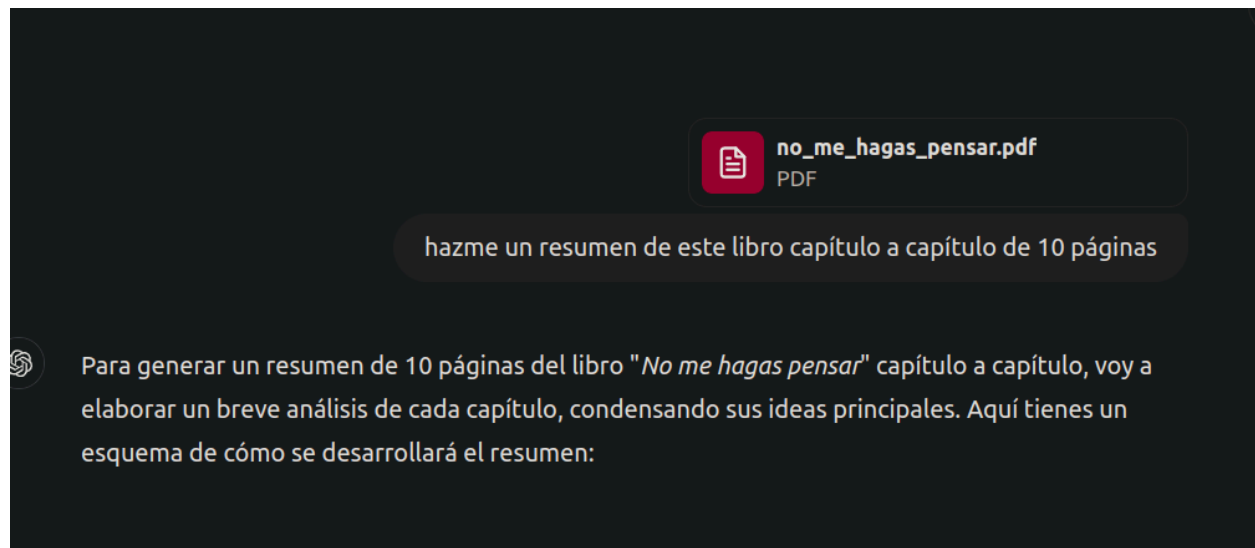
Conclusión y opinión personal

Este libro muestra cosas esenciales pero que se les puede pasar por alto a muchos desarrolladores por ser obvias. Trata varios temas interesantes y te muestra una opinión más cercana y amistosa de como hacer las cosas. Además de explicarlo bien.

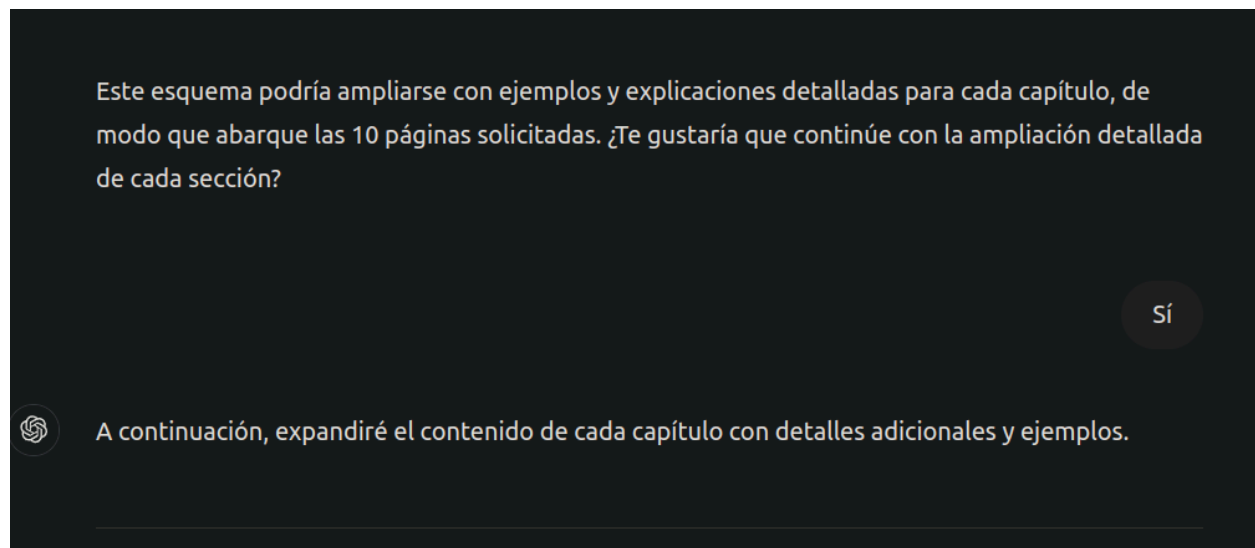
Con este libro me quedo con la idea de que siempre tenemos que valorar distintos puntos de vista y que la mejor forma de hacerlo es mediante la práctica. También hace hincapié en que con pocos recursos se pueden hacer bastantes cosas y no es necesario invertir mucho capital, aunque cuanto más dinero mejor.

Mi opinión es que este libro es muy útil para desarrolladores front-end ya que con los consejos que se dan, se pueden mejorar con creces una web. Además está todo explicado de forma práctica y no artificial como en otros libros.

Resumen del libro no me hagas pensar con inteligencia artificial




Me da un esquema de lo que va a hacer en cada capítulo y le pido que elabore:



Introducción

Krug comienza el libro destacando la importancia de la usabilidad en los sitios web y las interfaces digitales. Menciona que el éxito de un sitio depende de su facilidad de uso, lo cual hace que el usuario disfrute de una navegación intuitiva y eficiente. La idea central es que la



navegación debería ser tan clara que el usuario no tenga que hacer esfuerzo mental para entender cómo funciona la página, sino que pueda enfocarse en lo que busca.

Capítulo 1: "No me hagas pensar"

El autor introduce el principio fundamental de "no hacer pensar" al usuario. Explica que un sitio web debe permitir una navegación automática, en la cual los usuarios no tengan que detenerse a entender qué deben hacer. Krug ejemplifica cómo los menús, botones y otros elementos interactivos deben diseñarse para que el usuario los reconozca y use intuitivamente, sin necesidad de reflexionar sobre su funcionamiento. Esto se logra mediante una disposición lógica de elementos y una interfaz limpia que permita un flujo continuo de acciones.

Capítulo 2: "Cómo realmente usamos la web"


Krug desafía el mito de que los usuarios leen páginas web como si fueran un libro. En cambio, argumenta que la mayoría escanea las páginas rápidamente en busca de palabras clave o frases que los guíen al contenido deseado. Este comportamiento implica que los diseñadores deben estructurar la información de forma que los elementos importantes se destaquen. Esto se logra mediante la jerarquía visual y el uso de palabras clave que capten la atención rápidamente. Por ejemplo, un botón con el texto "Descargar ahora" atraerá más la mirada si está bien ubicado y tiene un color distintivo.

Capítulo 3: "El diseño de la página web"

Aquí se enfoca en los aspectos visuales del diseño, explicando cómo una buena estructura visual puede reducir la carga cognitiva. Un diseño efectivo utiliza una jerarquía visual clara, que indica qué elementos son prioritarios y facilita el movimiento del usuario a través del contenido. Krug explica que es útil pensar en el diseño como una serie de "zonas" que guían al usuario por la página, desde la información más importante hasta la secundaria. El uso de espacio en blanco, colores contrastantes y tipografía consistente son claves para lograr un diseño que permita una rápida comprensión sin esfuerzo.

Capítulo 4: "Ser claro es mejor que ser inteligente"

En este capítulo, Krug enfatiza que, en diseño web, ser claro es mucho más efectivo que intentar ser ingenioso o estilizado. Los usuarios aprecian el lenguaje claro y directo porque facilita la navegación. Por ejemplo, en lugar de titular un botón con un juego de palabras creativo, es mejor usar términos comunes y directos como "Inicio", "Contacto" o "Ayuda". Krug menciona que la



claridad no solo mejora la comprensión, sino que también transmite confianza, ya que el usuario siente que el sitio le habla en un lenguaje que entiende y en el cual puede confiar.

Capítulo 5: "Omite palabras innecesarias"

Aquí, Krug aboga por reducir el contenido textual para que los usuarios no se vean abrumados por la cantidad de información. Para lograr una comunicación efectiva, recomienda eliminar cualquier palabra que no aporte valor. Por ejemplo, en lugar de un párrafo largo que explique una funcionalidad, un par de frases concisas pueden transmitir el mismo mensaje de forma más efectiva. Al reducir el ruido visual, los usuarios pueden concentrarse en lo esencial y procesar la información más rápido, lo que se traduce en una experiencia de usuario más eficiente.

Capítulo 6: "La experiencia de la primera visita"


Este capítulo subraya la importancia de ofrecer una experiencia acogedora y clara para los usuarios que visitan el sitio por primera vez. Krug sugiere incluir elementos de navegación evidentes y mensajes de bienvenida que indiquen el propósito del sitio. La primera visita debe brindar una buena impresión, facilitando que el usuario entienda rápidamente de qué se trata el sitio y cómo puede beneficiarse de él. Para esto, Krug recomienda una estructura visual simple y mensajes orientadores que expliquen los beneficios o características principales de manera rápida y eficaz.

Capítulo 7: "Navegación y cómo funciona"

Krug analiza aquí los aspectos esenciales de una buena navegación. Explica que la navegación de un sitio debe ser clara y estar organizada para que los usuarios siempre sepan dónde están y cómo volver al inicio o moverse a otra sección sin problemas. Los menús deben ser visibles y fáciles de entender. Además, Krug sugiere incluir indicadores visuales, como barras de progreso o títulos destacados, para que el usuario comprenda en qué parte del proceso de navegación se encuentra.

Capítulo 8: "La prueba de usuario"

Este capítulo es clave, ya que Krug explica la importancia de realizar pruebas de usabilidad para identificar problemas y hacer ajustes en el diseño. Las pruebas pueden ser tan sencillas como observar a alguien usar el sitio y notar dónde se atasca o muestra confusión. Krug argumenta que, al ver cómo interactúan los usuarios reales con el sitio, los diseñadores pueden ajustar los



elementos que causan problemas, mejorando así la usabilidad general. Recomienda pruebas frecuentes y de bajo costo para obtener datos valiosos de forma continua.

Capítulo 9: "Accesibilidad"

En este capítulo, Krug destaca la importancia de hacer los sitios accesibles para personas con discapacidades, como quienes tienen problemas de visión o motricidad. Menciona prácticas específicas, como incluir texto alternativo en imágenes, usar tipografía legible y asegurarse de que los elementos interactivos sean accesibles mediante teclado. Krug insiste en que un sitio accesible no solo es éticamente importante, sino que también amplía el alcance de la página y mejora la experiencia para todos los usuarios, creando una interfaz más inclusiva y amigable.

Capítulo 10: "Cómo vender el cambio"


Aquí, Krug aborda cómo persuadir a los responsables de la toma de decisiones sobre la necesidad de mejorar la usabilidad. Explica que puede ser difícil cambiar mentalidades o justificar los gastos en usabilidad, pero que mostrar ejemplos concretos de problemas en la experiencia de usuario es clave para obtener su apoyo. Krug recomienda preparar una presentación clara y directa que muestre cómo un buen diseño aumenta la satisfacción del usuario y los beneficios del sitio, ayudando así a convencer a las partes interesadas de la importancia de invertir en mejoras de usabilidad.

Capítulo 11: "Usabilidad móvil"

En este capítulo, Krug aborda los desafíos particulares del diseño y la usabilidad en dispositivos móviles. Explica que, aunque los principios básicos de usabilidad se aplican igualmente en estos dispositivos, existen limitaciones específicas, como el tamaño de pantalla reducido, que exigen adaptaciones especiales. Krug recomienda simplificar aún más el contenido para pantallas móviles y asegura que la navegación sea directa y fácil de usar. Aconseja también el uso de botones y elementos táctiles lo suficientemente grandes para ser seleccionados cómodamente con los dedos. Otro aspecto clave es el rendimiento, ya que las páginas deben cargarse rápidamente para evitar que los usuarios abandonen el sitio debido a la lentitud.

Capítulo 12: "El diseño centrado en el usuario y la diferencia que hace"

Krug dedica este capítulo a explicar el concepto de diseño centrado en el usuario, un enfoque de diseño que coloca las necesidades y comportamientos de los usuarios en el centro de todas las decisiones de diseño. Describe cómo este enfoque implica investigar a los usuarios, comprender sus motivaciones y adaptar la experiencia del sitio para satisfacer esas necesidades.



específicas. Krug también menciona la importancia de involucrar a los usuarios en el proceso de diseño mediante pruebas y entrevistas, asegurándose de que el sitio no solo sea funcional, sino que también cumpla con las expectativas y deseos de su público objetivo. Este enfoque no solo mejora la satisfacción del usuario, sino que también aumenta las probabilidades de éxito del sitio al alinearse con las verdaderas necesidades de sus visitantes.

Capítulo 13: "Únete al grupo"

En el capítulo final, Krug invita a los diseñadores, desarrolladores y cualquier persona involucrada en la creación de sitios web a sumarse a la comunidad de usabilidad, aprender de otros y compartir sus propias experiencias. Resalta que el campo de la usabilidad es un área en constante crecimiento, donde siempre hay algo nuevo que aprender y aplicar. Krug sugiere participar en conferencias, talleres y eventos de la industria para mejorar el conocimiento y estar al tanto de las tendencias y prácticas emergentes. También recomienda aprovechar los recursos disponibles, como libros y comunidades en línea, para mantenerse actualizado y contribuir a mejorar el estándar general de usabilidad en la web.

Conclusión

Para concluir, Krug reafirma la idea central del libro: la simplicidad y la usabilidad son fundamentales para el éxito de un sitio web. Al hacer que el usuario no tenga que pensar y garantizando una navegación fluida y accesible, los diseñadores pueden crear sitios efectivos, satisfactorios y amigables. Krug anima a los diseñadores a adoptar un enfoque orientado al usuario, recordando que el éxito de un sitio depende de la facilidad con que los visitantes encuentren lo que buscan y de su deseo de volver.