

Construcción de experiencias digitales con perspectiva psicológica, de género y accesible.

Diana Leonor Distefano. diana.distefano@gmail.com

Las interfaces digitales, la tecnologización de la sociedad y el aumento de la conectividad motivada por la pandemia, evidencia la incorporación de Internet en la vida cotidiana (Internet of Things). En tanto las pantallas posibilitan la interacción, creación y producción de contenido, es relevante revisar saberes psico-tecno-sociales a la luz del mundo 2.0 y la transformación de nuestra subjetividad en este proceso.

Éste trabajo tiene como objetivo realizar un rastreo bibliográfico de conceptos psicológicos, accesibles y de estudios de género para mejorar la construcción de experiencias digitales. Por un lado, los dispositivos y sus interfaces gráficas han transformado nuestra manera de ser, sentir y estar en el mundo. Por otro lado, indagar a las personas usuarias y prosumidoras potencia el ciclo iterativo de diseñar, desarrollar y lanzar un producto digital (Hartson et al, 2012).

Algunas preguntas que motivan este ensayo, ¿cómo actualizar los saberes académicos en un contexto cambiante que observe los fenómenos con nuevos lentes? ¿Cómo promover la comunicación entre disciplinas que parecen distantes? ¿Qué permanece y qué cambia en el puente entre lo analógico y lo digital?

La psicología aporta su impronta de investigación y análisis del comportamiento humano para mejorar procesos. El diseño UX (experiencia de usabilidad) ubica a las personas en el centro (Human Centered Design) y estudia su experiencia al utilizar una plataforma (Garrett, 2010). Esto otorga una base empírica basada en datos que luego se convierten en decisiones de color, animaciones y estilos en el diseño de componentes UI (interfaz de usabilidad). Es interesante considerar tanto las leyes de la Gestalt, la psicología de los objetos cotidianos (Norman, 1998) como los procesos cognitivos desde las neurociencias y Behavioral Science (Wendel, 2020).

Además, es relevante remarcar la importancia del género y buscar maneras alternativas al masculino hegemónico desde una mirada empática y diversa que considere el gran espectro de personas que pueden utilizar una interfaz (Martín, 2016). En este sentido, las pautas para crear aplicaciones accesibles e inclusivas implica conocer herramientas de contraste visual, transcripción por voz, tipografías especiales, entre otras, para que ese producto produzca una experiencia buena e integral (Stull, 2018).

Por último, retomar los avances teóricos y conceptuales del pasado desde la mirada de la sociedad digital actual, no sólo enriquece los mecanismos sino también promueve una perspectiva interseccional que tome en cuenta múltiples variables y fomente el diálogo interdisciplinario.

Palabras claves: experiencia digital, UX, género, accesibilidad

Construction of digital experiences with a psychological, gender and accessible perspective

Abstract

Digital interfaces, the technologicalization of society and the increase in connectivity caused by the pandemic, show the incorporation of the Internet into everyday life (Internet of Things). As screens enable interaction, creation and production of content, it is relevant to review psycho-techno-social knowledge by the light of the 2.0 world and the transformation of our subjectivity in this process.

This work aims to carry out a bibliographic search of psychological, accessible and gender studies concepts to improve the construction of digital experiences. On the one hand, devices and their graphical interfaces have transformed our way of being, feeling and living in the world. On the other hand, inquiring into users and prosumers enhances the iterative cycle of designing, developing and launching a digital product (Hartson et al, 2012).

Some questions that motivate this essay, how to update academic knowledge in a changing context that observes phenomena with new lenses? How to promote communication

between disciplines that seem distant? What remains and what changes on the bridge between analog and digital?

Psychology contributes its base of research and analysis of human behavior to improve processes. UX design (usability experience) locates people at the center (Human Centered Design) and studies their experience when using a platform (Garrett, 2010). This provides an empirical, data-driven foundation that is then translated into color, animation, and style decisions in UI design components (usability interface). It is interesting to consider the Gestalt laws, the psychology of everyday things (Norman, 1998) and the cognitive processes from the neurosciences and Behavioral Science (Wendel, 2020).

In addition, it is relevant to highlight the importance of gender and to look for alternative ways to the hegemonic masculine from an empathic and diverse perspective that considers the wide spectrum of people who can use an interface (Martín, 2016). In this sense, the guidelines for creating accessible and inclusive applications involve knowing visual contrast tools, voice transcription, special fonts, among others, so that a product can provide a good and comprehensive experience (Stull, 2018).

Finally, taking up the theoretical and conceptual advances of the past from the perspective of today's digital society not only enriches the mechanisms but also promotes an intersectional perspective that takes into account multiple variables and encourages interdisciplinary dialogue.

Keywords: digital experience, UX, gender, accessibility

Referencias bibliográficas

Garrett, J. J. (2010). The elements of user experience: user-centered design for the web and beyond. Pearson Education.

Hartson, R., & Pyla, P. S. (2012). The UX Book: Process and guidelines for ensuring a quality user experience. Elsevier.

Martín, I. M. (2016). Construcción de una pedagogía feminista para una ciudadanía transformadora y contra-hegemónica. Foro de educación, (20), 129-151.



Norman, D. A. (1998). La psicología de los objetos cotidianos (Vol. 6). Editorial Nerea.

Stull, E. (2018). UX Fundamentals for Non-UX Professionals: User Experience Principles for Managers, Writers, Designers, and Developers. Apress.

Wendel, S. (2020). Designing for behavior change: Applying psychology and behavioral economics. O'Reilly Media.