

Universo audio desde el diseño UX



* infografía para el guión del capítulo en formato podcast acerca de **OBSERVAR DESDE LA VOZ**



Ley de hick

"el tiempo que se tarda en adoptar una decisión aumenta a medida que varía el número de opciones"

"**utiliza pausas dramáticas para relajar el proceso de decisión de tu oyente**"

Ley de Jakob

"los usuarios utilizan de forma más rápida aquellos diseños que se asimilan a otros que ya conocen previamente"

"**emplea el lenguaje al que está acostumbrado tu público, emplea su argot, sus palabras clave, la estructura de su lenguaje generacional, etc.**"
**el lenguaje generacional no es la jerga generacional*

Ley de Prägnaz

"interpretamos las imágenes ambiguas o complejas de la forma más simple posible porque así requerimos del menor esfuerzo cognitivo"

"**si empleas una metáfora usa una lógica y que tenga que ver con el tema que tratas, no compliques tu tema con explicaciones que puedan derivarse hacia malos entendidos**"

Ley de posición

"los usuarios recuerdan mejor el primer y último elemento de una serie"

"**refuerza tu mensaje indicando desde el principio qué vas a lograr tras escucharte y recuerda al final no solo que lo has conseguido sino lo próximo que contarás en el podcast siguiente**"

Ley de proximidad

"los objetos cercanos entre sí tienden a agruparse"

"**si incides sobre dos aspectos clave de tu charla, acércalos entre sí mientras lo cuentas**"

Ley de Miller

"los humanos podemos recordar hasta siete elementos en nuestra memoria de trabajo"

"**reduce el número de asuntos en tus audios a un máximo de tres, aunque mejor si solo tratas sobre uno**"

Ley de Fitts

"el tiempo necesario para alcanzar el objetivo va en función de la distancia y el tamaño que hay que recorrer hasta llegar a él"

"**sé concreto y ve al grano en tus audios**"

"**modula tu voz, vocaliza y sube un poco en tono cuando el tema sea**

Ley de Parkinson

"cualquier tarea se prolonga hasta que se agota el tiempo disponible para ella" / **ley de la productividad**

"**la duración de tu mensaje va en función de su interés y sobre todo de tu propia capacidad de comunicación**"

Efecto Zeigarnic

"es más fácil recordar tareas inacabadas o interrumpidas que las que han sido completadas"

"**deja algún tema pendiente para tu próximo audio, engancha el interés desde la carencia**"

Efecto Von Restorff

"cuando hay varios objetos siempre se recordará el que difiere del resto" / **efecto aislamiento**

"**utiliza la **disrupción** en tu mensaje de manera puntual, atraparás la atención y despertarás al dormido**"

