

Treball de Fi de Grau

Títol

SobreTaula: Proposta UX/UI del projecte

Autoria

Martí Díaz Colell

Professorat tutor

José Sánchez Ríos

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	
Publicitat i Relacions Públiques	
Comunicació Interactiva	X
Comunicació de les Organitzacions	

Tipus de TFG

Projecte	X
Recerca	

Data

Del 10 al 13 de juny de 2025	X
De l'1 al 2 de setembre de 2025	

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	SobreTaula: Proposta UX/UI del projecte			
Castellà:	SobreTaula: Propuesta UX/UI del proyecto			
Anglès:	SobreTaula: UX/UI Proposal for the Project			
Autoria:		Martí Díaz Colell		
Professorat tutor:		José Sánchez Ríos		
Curs:	2024/25	Grau:	Comunicació Audiovisual	
			Periodisme	
			Publicitat i Relacions Públiques	
			Comunicació Interactiva	X
			Comunicació de les Organitzacions	

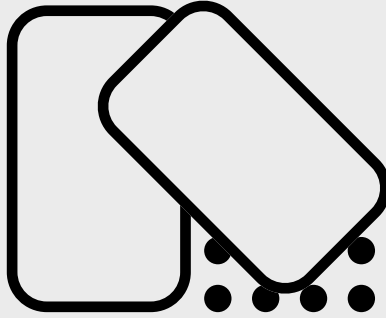
Paraules clau (mínim 3)

Català:	Usabilitat, user research, UX, UI, accessibilitat, arquitectura de la informació, user research, aplicació web, prototipat web.
Castellà:	Usabilidad, investigación de usuarios, UX, UI, accesibilidad, arquitectura de la información, aplicación web, prototipado web.
Anglès:	Usability, user research, UX, UI, accessibility, information architecture, web application, web prototyping.

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	El projecte és una aplicació que permet socialitzar als jugadors de jocs de cartes. Dona accés als usuaris per trobar noves persones amb qui jugar i organitzar partides. L'objectiu és facilitar l'entrada de nous jugadors i enriquir l'experiència dels més experimentats dins del nínxol. El projecte pretén obrir portes a nous jugadors de Catalunya i potenciar els jocs de cartes en botigues o locals oficials.
---------	--

Castellà:	El proyecto es una aplicación que permite socializar a los jugadores de juegos de cartas. Ofrece a los usuarios la posibilidad de encontrar nuevas personas con quienes jugar y organizar partidas. El objetivo es facilitar la entrada de nuevos jugadores y enriquecer la experiencia de los más experimentados dentro del nicho. El proyecto pretende abrir puertas a nuevos jugadores en Cataluña y potenciar los juegos de cartas en tiendas o locales oficiales.
Anglès:	The project is an application that allows card game players to socialize. It gives users the opportunity to find new people to play with and organize matches. The goal is to make it easier for new players to get started and to enhance the experience of more experienced ones within the niche. The project aims to open doors for new players in Catalonia and to promote card games in official stores or venues.



SobreTaula: proposta UX/UI del projecte

1. Introducció	6
2. Marc Conceptual	8
2.1. Què és una aplicació web?	8
2.2. Captar l'atenció de l'usuari	9
2.4. Principis, regles i lleis (Norman, Nielsen, Gestalt)	14
2.4.1. Principis del disseny de Norman Nielsen.	14
2.4.2. Regles d'usabilitat heurístiques de Nielsen	18
2.4.3. Lleis de la Gestalt	20
2.5. Accessibilitat	22
2.6. Métricas	24
2.7. Estructura de la informació	27
3. Aspectes metodològics	28
3.1. Paraules clau	28
3.2. Objecte d'estudi	28
3.3. Objectius	28
3.3.1. Objectiu principal	28
3.3.2. Objectius secundaris	29
3.4. Preguntes de l'investigació	31
3.4.1. Ordre de la competència	31
3.5. Preguntes de la investigació	32
4. Metodología	33
4.1. Definició del proyecto	34
4.2. Públic objectiu	35
4.3. Estudi de mercat	40
4.4. Benchmarks	44
4.4.1. Magic: Companion	44
4.4.2. Discord	54
5. Jerarquía de la información	66
5.1. Esquema de la arquitectura de la información	68

6. Disseny d'interacció	70
6.1. Resultats d'Investigació	70
6.2. Diagrames de flux d'usuari	72
6.3. Wireframing	75
6.3.1. Wireframe de mitja fidelitat	76
Wireframe de mitja fidelitat Registre	77
Wireframe de mitja fidelitat Home	79
6.3.3. Wireframing de mitja fidelitat Partida i accions	81
Wireframe de mitja fidelitat Àrea privada	83
6.3.2. Wireframe d'alta fidelitat	85
Elements	86
Wireframe d'alta fidelitat Registre	92
Wireframe d'alta fidelitat Home	92
Wireframe d'alta fidelitat Partida i Accions	93
Wireframe d'alta fidelitat Àrea privada	95
7. Conclusions	96
7.1. Futures actuacions	97
8. Bibliografia	99
9. Webgrafia	99
9. Annexos	101

Fig 1, 2, 3. Esquema realitzat en Figma on es mostren 3 figures amb 4 fogons i 4 botons de diferents colors de diferents configuracions. Font pròpia.

Fig 4. Esquema realitzat en Figma on es mostra una figura amb 4 fogons i 4 botons de diferents colors amb la mateixa configuració. Font pròpia.

Fig 5. Il·lustració on es mostra l'aplicació de les lleis de la Gestalt. Font: <https://gestaltinstitutua.com/formacion/>

Fig 6. Lean UX Canvas realitzat a Figma. Font pròpia.

Fig 7. Dades sociodemogràfiques del target. Font pròpia.

Fig 8. Buyer Persona amb experiència. Font pròpia.

Fig 9. Buyer Persona de jugador nou. Font pròpia.

Fig 10. Mostra del test heurístic realitzat a l'aplicació Discord. Font pròpia.

Fig 11. Matriu OTI realitzada en el test heurístic de Discord. Font pròpia.

Fig 12. Mostra d'Interfícies en la Matriu OTI realitzada en el test heurístic de Discord. Font pròpia.

Fig 13. Mostra dels partats d'heurístics generals i accessabilitat en el test heurístic. Font pròpia.

Fig 14. Diagrama de flux per entrar en una partida, Magic: Companion. Font pròpia.

Fig 15. Interfaç de torneig i partida de Magic: Companion. Font: Magic: Companion.

Fig 16, 17 i 18. Aplicacions amb la funcionalitat de comptador de vides. Fonts: Lotus, Lifetap i EDHLife.

Fig 19. Comptador de Vides de Magic: Companion. Font: Magic: Companion.

Fig 20. Diagrama de flux per buscar una partida, Magic: Companion. Font pròpia

.Fig 21. Diagrama de flux de registre de, Magic: Companion. Font pròpia.

Fig 22. Pantalla de registre de Wizards of the Coast. Font: Wizards of the Coast.

Fig 23. Esquema de l'arquitectura de la informació de Magic: Companion. Font pròpia.

Fig 24. Secció per jugar en físic. Font: Discord (Infrecuentes).

Fig 25. Diagrama de flux per buscar i trobar partida a Discord. Font pròpia.

Fig 26. Secció d'ajuda en els nivells de partida de MTG. Font: Discord.

Fig 27. Secció de búsqueda de partides. Font: Discord.

Fig 28. Diagrama de flux de registre a Discord. Font pròpia.

Fig 29. Taula de comparació entre nivells de subscripció de Discord. Font: Reddit (https://www.reddit.com/r/discordapp/comments/wi8jmc/nitro_plan_comparison_chart_classic_will_be/?tl=es-es).

Fig 30 i 31. Targeta d'usuari de Discord i botiga de cossmètics de Discord. Font: Discord.

Fig 32. Diagrama de flux del sistema per afegir amics a Discord. Font pròpia.

Fig 33. Esquema de l'arquitectura de la informació de Discord. Font pròpia.

Fig 34. Targeta de partida. Font pròpia.

Fig 35. Esquema de la arquitectura de la informació de SobreTaula. Font pròpia.

Fig 36. Diagrama de flux de registre de SobreTaula. Font pròpia.

Fig 37. Diagrama de flux d'amistats de SobreTaula. Font pròpia.

Fig 38. Diagrama de flux per buscar i trobar partida de SobreTaula. Font pròpia.

Fig 39. Wireframe de mitja fidelitat del formulari de registre de SobreTaula. Font pròpia.

Fig 40. Wireframe de mitja fidelitat de la Home page de SobreTaula. Font pròpia.

Fig 41. Targeta de partida de SobreTaula. Font pròpia.

Fig 42. Wireframe de mitja fidelitat del sistema de partides de SobreTaula. Font pròpia.

Fig 43. Wireframe de mitja fidelitat del d'Àrea privada de SobreTaula. Font pròpia.

Fig 44. Elements de disseny per a SobreTaula. Font pròpia.

Fig 45. Prova d'accessibilitat per a daltonics en la paleta principal. Font: Adobe Color (<https://color.adobe.com/es/create/color-accessibility>).

Fig 46. Mostra de la tipografia i la jerarquia d'estils utilitzats per al projecte.

Fig 47. Wireframe d'alta fidelitat del Registre de SobreTaula. Font pròpia.

Fig 48. Wireframe d'alta fidelitat de la Home page de SobreTaula. Font pròpia.

Fig 49. Wireframe d'alta fidelitat del sistema de partides de SobreTaula. Font pròpia.

Fig 50. Wireframe d'alta fidelitat de l'àrea privada de SobreTaula. Font pròpia.

1. Introducció

SobreTaula és un projecte que neix a partir de les dificultats experimentades durant els primers passos viscuts en un dels meus hobbies: els jocs de cartes. Quan ets nou en un entorn que no disposa d'una plataforma oficial per socialitzar, t'adones de les dificultats que existeixen per trobar persones amb qui jugar.

En un joc com *Magic: The Gathering*, amb més de 30 anys d'història, el factor més important són les persones. Els mètodes actuals per socialitzar partides o esdeveniments d'aquest nínxol s'estenen per xarxes socials com Instagram i TikTok, o pel boca-orella en locals i botigues especialitzades en jocs de cartes o de taula. Però, en el moment en què algú sense experiència decideix entrar en aquest món, es troba amb una gran barrera: la dificultat de joc, la desconexió de llocs on jugar o la manca de persones que busquin el mateix que ell.

Per això, l'objectiu de *SobreTaula* és oferir un espai als jugadors on puguin socialitzar les seves partides i formar taules abans d'arribar al local. L'aplicació ofereix informació útil als nous jugadors per saber quines partides s'ajusten al seu nivell, alhora que millora l'experiència dels jugadors experts facilitant la cerca de partides competitives on puguin desenvolupar-se.-

A *SobreTaula* s'identifiquen dos perfils d'usuari principals: nous jugadors amb ganes d'aprendre i trobar partides de nivell baix, amb l'objectiu de passar una bona estona, i jugadors d'alt nivell que busquen millorar el seu joc i enfocar-se en partides

competitives. Aquests dos perfils constitueixen les dues bases de *SobreTaula*: connectar i millorar.

Avui dia, el mòbil és una eina utilitzada gairebé com una extensió del nostre cos, i moltes de les tasques que fem són executades a través d'aquest dispositiu. Moltes de les aplicacions mòbils se centren en la interacció entre usuaris, i algunes són directament eines per socialitzar, com Instagram o LinkedIn.

A primera vista, pot semblar que desenvolupar una aplicació és tan senzill com crear un executable que interactua amb l'usuari. En termes purament tècnics, és cert que existeixen eines, llenguatges i biblioteques molt madures que permeten un desenvolupament àgil i eficient en l'àmbit web.

Tanmateix, quan parlem del disseny —tant visual com de l'experiència d'usuari—, el repte esdevé molt més complex. Una aplicació web ha de funcionar de manera òptima en una gran varietat de dispositius, pantalles i contextos d'ús. No és el mateix navegar per una aplicació des d'un ordinador portàtil que fer-ho des d'un telèfon mòbil amb connexió limitada o una pantalla petita. Aquest escenari obliga a plantejar un disseny responsiu, flexible i coherent en tots els entorns.

La comoditat i proximitat dels dispositius mòbils permet que *SobreTaula* es desenvolupi com una aplicació per a entorns mòbils, accessible per a tot tipus d'usuari, tenint en compte tant les limitacions tecnològiques com les humanes.

2. Marc Conceptual

2.1. Què és una aplicació web?

El 1989, el científic de la computació britànic va desenvolupar el concepte de la Web, que ha evolucionat al llarg dels anys fins a convertir-se en una part essencial de la vida digital humana.

El concepte de la Web es va llançar com un conjunt d'informació distribuïda en una interfície: un lloc pla on es mostrava informació al visitant. La World Wide Web (WWW) va néixer com un mitjà de comunicació unidireccional, en què l'usuari no tenia més interacció amb el que veia a la pantalla que passar d'una pàgina a una altra.

Amb l'avenç de la tecnologia al voltant d'Internet, s'ha aconseguit desenvolupar un sistema en què l'usuari interactua amb el sistema i aquest canvia en funció de les accions de l'usuari. Així, sorgeix el terme aplicació web.

D'aquesta manera, podem diferenciar els llocs web i les aplicacions web segons les seves capes d'interacció. Un lloc web és una interfície que mostra informació, com, per exemple, un diari digital. D'altra banda, una aplicació web és un entorn digital en què l'usuari es relaciona directament amb la màquina, com és el cas de Google Translate.

En termes d'enginyeria de programari, una aplicació web s'identifica com un programari que s'executa en un servidor web i està composta per tres capes:

- Capa de navegador o Presentation Layer: es refereix a la part front-end, on s'utilitzen llenguatges com HTML, CSS i JavaScript per crear la interfície a través de la qual l'usuari interactua amb la màquina.
- Capa de servidor o Business Layer: dins del back-end, aquesta capa opera amb les dades i desenvolupa els scripts que permeten la interacció entre l'usuari i el servidor.
- Capa de persistència o Data Layer: també dins del back-end, aquesta capa s'encarrega d'emmagatzemar les dades necessàries per treballar conjuntament amb la capa de servidor.

-

2.2. Captar l'atenció de l'usuari

Actualment existeixen milions d'aplicacions, i deixant de banda algunes que utilitzem com a eines (per exemple, la calculadora o l'aplicació de La Meva Salut a Catalunya), hi ha un factor que totes elles tenen en comú.

Aquest factor és el que ha generat una autèntica guerra econòmica i ha propiciat l'aparició de milions d'empreses noves o startups, totes amb el mateix objectiu: controlar aquest factor. No és ni més ni menys que l'atenció de l'usuari. L'atenció, el valor més preuat de la comunicació des dels seus inicis, s'ha convertit avui dia en un element clau per garantir l'èxit d'un producte o aplicació. Amb la gran diversitat d'identitats a la xarxa, aconseguir tan sols una petita part d'aquesta atenció resulta fonamental.

Tim Wu, al seu llibre *The Attention Merchants*, explica l'efecte del control de l'atenció utilitzant un cas que va ocórrer durant la Segona Guerra Mundial a Alemanya. Quan Adolf Hitler va arribar al poder, va ordenar que totes les emissores del país reproduïssin el seu discurs, de manera que es calcula que aquest missatge va arribar al 70% de les llars alemanyes. Un total de 56 milions de persones van escoltar aquell discurs, que, en realitat, era una manera de vendre un producte: la propaganda nazi. En aquella situació, el control total de l'atenció va permetre que el propòsit del discurs es complís: vendre la ideologia al públic.

Quanta més atenció aconseguim captar de l'usuari, més possibilitats tenim que aquest acabi adquirint el producte. Tot i que avui dia la situació no sigui tan devastadora com l'exemple de Wu, sabem que si aconseguim retenir l'usuari en les nostres aplicacions, podem fer que compri el producte o, en altres casos, com a les xarxes socials, on el producte és la comunitat, que en formi part.

Per completar l'equació hem d'entendre per què un humà voldria consumir alguna cosa, o prestar atenció a alguna cosa.

Scott Galloway, al seu llibre *Four: El ADN secret d'Amazon, Apple, Facebook i Google* (Galloway, 2017), menciona tres motius pels quals un humà actua per consumir alguna cosa:

1. **La racionalitat del cervell:** Els consumidors prenen decisions basades en l'anàlisi lògic. Productes que semblen econòmics o que es presenten amb

grans descomptes apel·len a aquesta part de la ment. Supermercats i botigues en línia com Aliexpress són exemples que utilitzen aquesta estratègia.

2. **Les emocions i el cor:** La motivació es basa a connectar amb els sentiments i emocions de les persones. Aquesta tècnica s'ha utilitzat àmpliament per generar vendes o atreure usuaris. Un exemple clar d'això és Facebook, que ens permet connectar-nos i comunicar-nos amb persones importants per a nosaltres, sense necessitat d'estar físicament presents.
3. **El desig d'estatus:** Aquesta motivació està relacionada amb el desig d'adquirir articles que ens ajudin a augmentar el nostre estatus social. Les marques de luxe, com Gucci, Chanel o els cotxes de marques com Jaguar i Mercedes, són representacions d'aquesta motivació.

1.

2.3. Què és UX i UI? Importància d'aquests en productes digitals

Quan parlem d'User Experience (Experiència d'Usuari), hem d'esmentar els "pares" d'aquest terme: Jakob Nielsen i Don Norman, creadors del grup *Nielsen Norman Group*, un grup d'investigació de l'experiència d'usuari. Aquests dos defineixen la UX com:

“La experiència d'usuari abasta tots els aspectes de la interacció de l'usuari final amb l'empresa, els seus serveis i els seus productes.” (*The Definition of User Experience (UX)*, s. f.)

El dissenyador Jesse James Garrett ens explica breument què és la UX en el seu llibre *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond* (Garrett, 2011):

“Quan s’està desenvolupant un producte, es presta molta atenció al que fa. La experiència d’usuari és l’altre costat de l’equació, sovint passat per alt: com funciona, i que sovint pot marcar la diferència entre un producte d’èxit i un fracàs.”

Bàsicament, l’experiència d’usuari se centra en com el producte interactua amb l’agent humà. Moltes vegades, aquesta interacció es produeix mitjançant botons, com en el cas de productes com alarmes, o en la tapa del dipòsit de combustible d’un cotxe.

Tot i que el terme UX pugui semblar molt relacionat amb l’àmbit digital, la experiència d’usuari es mesura en tot tipus de productes, ja siguin digitals o físics. La importància rau en el recorregut que el ser humà fa en ells.

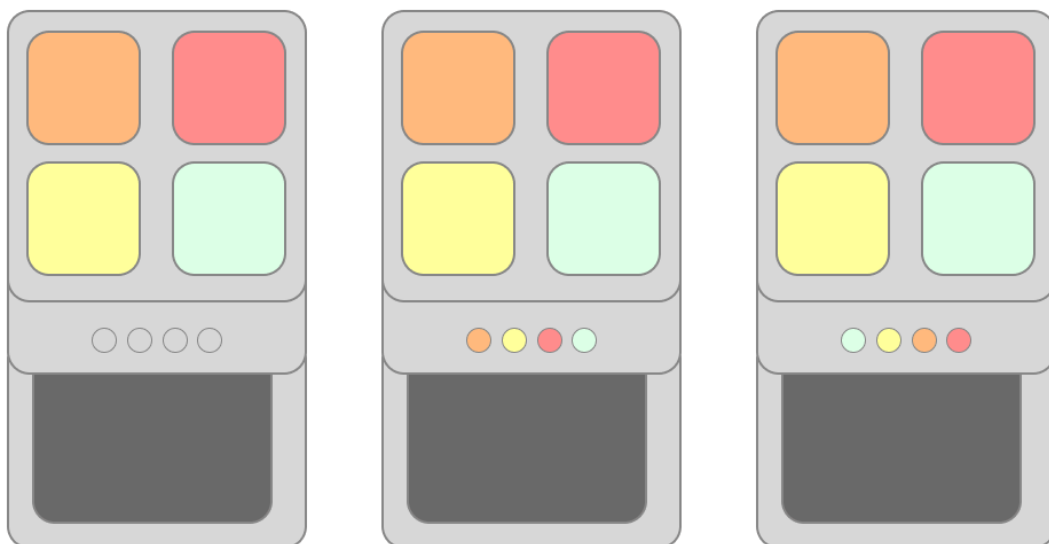
El **UI**, també conegut com a *User Interface* o Interfície d’Usuari, es refereix a la connexió física o virtual de l’ordinador (o màquina) amb l’usuari. Podem trobar exemples de UI en aparells com els botons d’un forn, o en un apartat virtual, com en una pàgina web.

Ens podem remuntar a la història de l’ordinador per veure el moment clau en què els ordinadors començaven a comercialitzar-se intensament, fins que va arribar Apple amb una revolució que va fer que el valor de l’empresa es disparés: l’arribada del GUI (*Graphical User Interface*) amb el sistema operatiu d’Apple. Aquesta millora en la UI

dels ordinadors d'aquella època va canviar la visió del mercat i ha establert l'estàndard d'avui dia: ordinadors amb interfície gràfica.

Normalment, parlem de UX i UI conjuntament, ja que la influència mútua entre ambdues és enorme. Podem veure la relació d'interfície amb usuari en el següent cas:

Fig 1, 2, 3. Esquema realitzat en Figma on es mostren 3 figures amb 4 fogons i 4 botons de diferents colors de diferents configuracions.



Font pròpia.

En les 3 figures tenim una disposició de 4 fogons. A sota es despleguen 4 botons. A la figura 1 veiem que els botons no estan pintats de cap color, i l'usuari hauria de provar amb cada botó per esbrinar com funcionen. Sense tenir en compte els colors, una

experiència d'usuari correcta utilitzant la interfície seria connectar els fogons amb els botons de la manera que es mostra a la figura 2. Així, l'usuari podria entendre que existeix un ordre lògic en els botons.

En cas d'utilitzar la configuració de la figura 3, estaríem donant a l'usuari un ordre no tan lògic. Si tenim en compte els colors, els usuaris que utilitzin la configuració de la figura 2 podrien entendre que cada botó s'assigna al fogó del mateix color. En canvi, a la figura 3, l'usuari podria pensar que cada botó i fogó tenen una potència diferent. Tot i així, hauríem de fer proves amb els usuaris, trobar la millor configuració i ajustar la interfície si cal.

2.4. Principis, regles i lleis (Norman, Nielsen, Gestalt)

2.4.1. Principis del disseny de Norman Nielsen.

The Design of Everyday Things és un llibre de Norman Nielsen que es centra a mostrar els usos, problemes i solucions que aporten els bons dissenys en objectes quotidians. En aquest mateix llibre, Nielsen parla de sis principis que, quan es posen en pràctica per avaluar productes, es coneixen com a principis d'usabilitat o heurístics.

Visibilitat

Una bona pràctica és donar visibilitat a les funcions del producte. Com més visibles siguin, més probable serà que l'usuari sàpiga què ha de fer a continuació. Tot i que sembli un principi molt bàsic, encara hi ha dissenyadors que hi fallen, per exemple,

amagant funcions importants dins de menús desplegable.

L'habilitat que s'ha d'adquirir amb aquest principi és conèixer la prioritat de les funcions. Fer tot visible pot generar soroll en el disseny, cosa que pot confondre l'usuari.

Feedback

L'usuari ha de saber que les accions que fa estan funcionant. Per això, el feedback de les accions que un usuari realitza en un producte és clau. L'objectiu és que l'usuari no es quedi preguntant quina acció ha fet i què ha passat en conseqüència. Respostes visuals o hàptiques després de prémer un botó són una bona pràctica d'aquest principi.

Restriccions

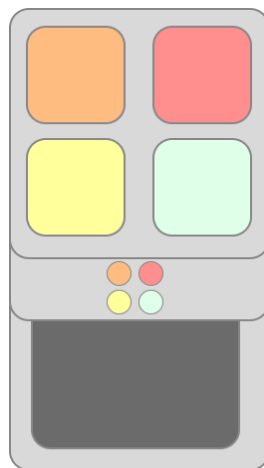
No sempre les coses il·limitades són bones. Quan estem dissenyant un producte, hem de posar límits a l'usuari i utilitzar aquests límits perquè, sense adonar-se'n, l'usuari arribi de manera segura a la següent acció. L'ús de massa possibilitats pot deixar l'usuari "atordit" sense saber què escollir.

Si analitzem dispositius d'assistent virtual com Alexa, veurem que tenir una conversa amb una màquina ens obre moltes possibilitats, però, pot el dispositiu complir-les totes? La resposta és no. El disseny darrere d'aquest assistent personal corregeix l'usuari mostrant límits o educant-lo perquè es mantingui dins dels límits d'interacció que el dispositiu pot oferir.

Mapping o configuració

Configurar correctament l'entorn és establir una relació clara entre els controls i els efectes del nostre disseny. Seguint l'exemple dels fogons, la millor opció davant d'aquesta distribució de botons i colors hauria estat canviar la distribució dels botons perquè seguís la distribució dels fogons.

Fig 4. Esquema realitzat en Figma on es mostra una figura amb 4 fogons i 4 botons de diferents colors amb la mateixa configuració.



Font pròpia.

Consistència

Amb aquest principi es busca donar una certa identitat a les accions dins del nostre disseny, de manera que sempre que vulguem fer aquesta acció, l'element causant sigui igual o semblant durant tota l'experiència.

La millor manera de mantenir una bona consistència en els dissenys és utilitzar *guidelines* com les *iOS's Human Interaction Design* o les *Google's Material Design Guidelines*.

Assequibilitat

El nostre producte ha de donar algunes pistes perquè l'usuari sàpiga com utilitzar-lo. Per veure com s'aplica aquest principi, podem observar el teclat de l'ordinador i comprovar que cada tecla ofereix dues pistes essencials: és un botó que es pot prémer, i l'acció que provoca està impresa a sobre.

En el seu llibre, Don Norman explica la poca assequibilitat del disseny de les portes i la solució que hi van trobar: els poms. No només els poms que s'han de girar, sinó també els que amb una part metàl·lica fan entendre que la porta funciona empenyent.

L'assequibilitat és un principi que ha anat evolucionant amb l'arribada de nous dissenys i la normalització d'alguns elements. L'arribada del disseny web i per a dispositius mòbils ha fet que alguns elements que proporcionaven assequibilitat es modifiquessin, com l'eliminació del color blau dels hipervincles.

Sempre hauríem de considerar l'usuari objectiu del nostre disseny, ja que alguns d'aquests principis poden variar segons el cas. Un dels camps on l'usuari objectiu defineix com s'utilitzen principis com l'assequibilitat és el dels videojocs. Quan dissenyem un videojoc per a nens petits o usuaris poc familiaritzats amb aquest món, hem d'utilitzar més elements que permetin entendre com funciona. Per contra, en

videojocs per a jugadors experts, molts elements com els tutorials són eliminats del procés.

2.4.2. Regles d'usabilitat heurístiques de Nielsen

El grup *Nielsen Norman Group* es va preguntar quines pautes poden ajudar una interfície o sistema a millorar la seva usabilitat. L'objectiu és identificar i resoldre problemes comuns, garantint que els sistemes siguin intuïtius i eficients.

Visibilitat de l'estat del sistema

El disseny ha d'informar l'usuari del que està passant mitjançant *feedback*. Aquesta pauta ajuda a l'usuari a saber on es troba i quin serà el següent pas. Un exemple és l'indicador "Estàs aquí" dels mapes.

Una bona pràctica és mantenir l'usuari informat el més ràpidament possible.

Concordança entre el sistema i el món real

El disseny ha d'adaptar-se al món de l'usuari. Utilitzar conceptes, frases i elements familiars per a ell és clau. La manera més senzilla d'executar aquesta pauta és fer un disseny lògic.

Control i llibertat de l'usuari

És normal que l'usuari es confongui i faci una acció per error. El disseny ha de tenir una manera ràpida i eficaç de tornar-lo al punt inicial. Proporcionar *Undo*, *Redo* o botons per Cancel·lar són bones pràctiques.

Consistència i estandardització

Els usuaris no haurien d'esforçar-se a comprendre nous significats en el disseny.
Utilitzar formats coherents amb allò que ja coneixen redueix la càrrega cognitiva.
Aplicar estàndards de la indústria és essencial.

Prevenició d'errors

És millor prevenir errors que solucionar-los. Això es pot aconseguir eliminant condicions que portin a errors o posant verificacions en accions delicades.

Reconèixer millor que recordar

Minimitzar la càrrega mental de l'usuari fent que els elements clau siguin visibles.
Això evita que l'usuari hagi de recular per comprovar accions anteriors.

Flexibilitat i eficiència d'ús

Els usuaris experts haurien de tenir opcions per accelerar la seva interacció, com els *shortcuts*. Permetre personalitzar l'entorn millora la navegació.

Estètica i disseny minimalista

Cada element competeix per l'atenció de l'usuari. Hem de prioritzar només el que és essencial i evitar informació irrellevant.

Ajuda a l'usuari

Quan hi hagi un error, hem de proporcionar un missatge clar i comprensible que ajudi a evitar-lo en el futur.

Ajuda i documentació

Tot i tenir un disseny òptim, és recomanable crear seccions de documentació i ajuda per a un ús segur i eficient.

2.4.3. Lleis de la Gestalt

La Gestalt és una corrent psicològica centrada en explorar la percepció i l'organització d'estímuls. Max Wertheimer, Kurt Koffka i Wolfgang Köhler van establir aquestes lleis a principis del segle XX.

Els principis fonamentals són:

Emergència: El cervell unifica formes per donar sentit al conjunt.

Reificació: Completa espais buits per formar una imatge coherent.

Multiestabilitat: Identifica primer la forma més senzilla i després la més complexa.

Invariabilitat: Reconeix objectes simples malgrat canvis d'escala, rotació o posició.

D'aquests principis sorgeixen altres aplicables al disseny digital:

Proximitat: Els elements propers es perceben com relacionats.

Regió comuna: Els elements dins d'una mateixa zona es veuen com una unitat.

Similaritat: Elements amb característiques visuals iguals semblen estar més relacionats.

Tancament: Un grup d'elements pot percebre com una forma completa, encara que estigui incomplet.

Simetria: Els elements simètrics es perceben com una mateixa forma.

Continuïtat: Els elements d'una línia o corba es veuen com part del mateix conjunt.

Destí comú: Els elements que es mouen en una mateixa direcció es perceben com una unitat.

Fig 5. Il·lustració on es mostra l'aplicació de les lleis de la Gestalt.



Font: <https://gestaltinstitutua.com/formacion/>

2.5. Accessibilitat

A l'hora de dur a terme un disseny, hem de pensar en tot el rang de persones que utilitzaran el nostre producte. Tot i que sovint es considera el públic objectiu segons gustos, costums o factors demogràfics, també hem de tenir en compte que el nostre públic pot patir alguna discapacitat o tenir limitacions a l'hora d'interactuar amb el producte.

Ens podem recolzar en articles d'investigació com l'article "Considerando la Perspectiva del Usuario: Un Resumen de Problemas de Diseño" de WebAIM, que ofereix una visió dels reptes amb què s'enfronten les persones amb diverses capacitats a l'hora d'interactuar amb un contingut web.

La **ceguesa** és un dels reptes principals que es troben alguns usuaris, i cal tenir-la en compte. Els reptes inclouen la incapacitat de veure el contingut visual, el consum lineal del contingut degut al funcionament dels lectors de pantalla, i la dificultat d'utilitzar dispositius com el ratolí. Aquestes dificultats es poden mitigar mitjançant:

- Una bona estructura del contingut.
- L'ús de text alternatiu en continguts audiovisuals i elements interactius.
- Una estructura correcta del codi web, assegurant que els lectors de pantalla puguin identificar elements com títols i paràgrafs.
- Evitar dependre únicament del color per transmetre significat.

Un altre repte visual és la **baixa visió**, que pot provocar dificultats per distingir colors amb poc contrast o problemes per ampliar el contingut amb zoom. Per solucionar aquests problemes, podem:

- Treballar amb contrastos adequats entre colors.
- Assegurar-nos que la informació essencial no es perdi quan es modifica la mida del text o es fa zoom.

Els usuaris amb **discapacitats auditives** poden tenir dificultats per escoltar continguts d'àudio o concentrar-se en aquests si hi ha soroll de fons. Una bona pràctica per solucionar aquests reptes és:

- Afegir subtítols als continguts audiovisuals.
- Mantenir un àudio clar i ben tractat per millorar l'experiència.

Les **discapacitats motores** també són un factor clau a tenir en compte en el disseny. Aquestes poden impedir l'ús de perifèrics com el ratolí o provocar fatiga quan l'usuari ha de navegar entre molts elements. Algunes millores senzilles inclouen:

- Garantir que el nostre disseny sigui navegable amb el teclat.
- Considerar tecnologies com l'eye-tracking per oferir una experiència més accessible.

2.6. Métricas

Saber dissenyar no ho és tot. També hem de conèixer quines eines i de quina manera podem mesurar com de bo és el nostre resultat. El disseny d'una interfície no només depèn de la creativitat o estètica, sinó també de la seva capacitat per resoldre els problemes dels usuaris. En aquest sentit, és fonamental utilitzar mètodes i eines adequades per mesurar l'eficàcia del nostre disseny. Així, en el camp de l'experiència d'usuari (UX), podem trobar diferents maneres de mesurar els resultats del nostre disseny, sempre amb l'objectiu d'optimitzar i millorar l'experiència global dels usuaris.

Per una banda, podem trobar dades quantitatives, que ens permeten mesurar mètriques numèriques de manera objectiva. Aquestes dades són útils per obtenir una visió general de l'eficàcia del disseny i identificar patrons en el comportament dels usuaris. Per altra banda, també existeixen les dades qualitatives, que se centren més en les percepcions subjectives dels usuaris, com ara les seves emocions, actituds i opinions, proporcionant informació més profunda i detallada sobre les seves experiències.

Les dades quantitatives són numèriques i mesurables, fet que les fa especialment útils per al seguiment continuat i la comparació de resultats al llarg del temps. Aquestes dades es poden obtenir a partir de diferents sistemes de recollida, com ara eines d'anàlisi web o plataformes de testatge d'usabilitat. Amb les dades quantitatives, podem identificar els problemes més comuns en el nostre disseny i el grau de gravetat d'aquests, fet que ens permet prioritzar les millores de forma eficaç.

Algunes de les mètriques quantitatives més utilitzades són:

- Taxa d'èxit i d'error: Aquestes dades ens permeten veure quin percentatge d'usuaris aconseguixen completar una tasca (taxa d'èxit) i quin percentatge no ho aconseguixen o cometen errors (taxa d'error). Aquesta informació és crucial per identificar punts crítics que cal millorar en el disseny.
- Temps mitjà de tasca: Aquesta mètrica mesura el temps mitjà que un usuari tarda a completar una tasca específica. Si el temps és massa alt, pot ser un indicador de problemes d'usabilitat o complexitat excessiva.
- Taxa de retenció i d'abandonament: Mentre que la taxa de retenció mesura el percentatge d'usuaris que continuen interactuant amb el producte després d'un temps determinat, la taxa d'abandonament indica en quin moment els usuaris deixen de completar una tasca o abandonen la plataforma.

Les dades quantitatives també poden ser el resultat de les següents qualificacions, que ens ajuden a comprendre millor l'opinió global dels usuaris sobre el producte o servei:

- Satisfacció del client (CSAT): Qualificació numèrica que els usuaris atorguen al producte o servei després d'una interacció. Aquesta puntuació és una mesura directa de la seva satisfacció general.
- Net Promoter Score (NPS): Aquesta qualificació indica la probabilitat que un usuari recomani el teu producte a altres persones. Un NPS alt pot ser un bon indicatiu de la qualitat de l'experiència de l'usuari i la seva fidelitat al producte.

- Puntuació de l'esforç del client (CES): Aquesta mètrica mesura el grau d'esforç que els usuaris han de fer per completar una tasca, la qual cosa ens ajuda a entendre la facilitat o dificultat de la seva interacció amb la interfície.

A més d'aquestes mètriques, hi ha altres bones pràctiques per aconseguir mesurar l'èxit del nostre producte. Algunes eines addicionals són les enquestes, que permeten obtenir informació directa dels usuaris sobre la seva experiència, els widgets de feedback, que recullen comentaris de manera contínua, i els heatmaps, que mostren visualment les àrees de la interfície més clicades o les zones de major interacció. Aquests últims són útils per entendre on els usuaris centren la seva atenció i si la disposició dels elements a la pàgina està alineada amb les seves expectatives. Els desplaçaments (scrolling maps) també poden revelar fins a quin punt els usuaris interactuen amb el contingut de la pàgina. Finalment, una pràctica molt eficaç és realitzar exàmens en laboratoris, on podem gravar les pantalles dels usuaris mentre realitzen tasques en diversos entorns controlats i nivells de dificultat. Això ens permet observar directament els problemes que enfronten els usuaris i realitzar ajustos específics per millorar l'experiència.

En resum, les mètriques quantitatives i qualitatives són fonamentals per mesurar l'eficàcia d'un disseny d'UX. Tant les dades numèriques com les subjectives ajuden els dissenyadors a comprendre millor les necessitats dels usuaris i a prendre decisions informades per millorar l'experiència global. La combinació d'aquestes eines i pràctiques és essencial per garantir que el producte final sigui eficaç, fàcil d'utilitzar i satisfactori per a l'usuari.

2.7. Estructura de la informació

Segons Peter Morville, l'estructura de la informació ajuda els usuaris a entendre on són, què han trobat, què poden esperar i què hi ha al seu voltant. L'objectiu és ajudar-los a comprendre les possibilitats que tenen al seu abast.

El treball darrere d'una bona estructura de la informació consisteix a organitzar-la de la manera més clara i lògica possible.

La majoria d'usuaris i persones poden dir que tenen una bona orientació caminant per una ciutat, navegant per una pàgina web o movent-se dins d'una universitat, però sovint no són conscients que hi ha hagut una feina prèvia per oferir-los la informació d'una manera que els permet sentir-se ubicats sense adonar-se'n que aquests elements existeixen.

El procés de crear una bona arquitectura de la informació implica identificar tot allò que volem incloure en el projecte, tant continguts com funcionalitats. A partir d'aquí, cal agrupar aquests continguts en diferents blocs, establir les relacions entre ells i, finalment, definir un mapa que mostri les agrupacions i connexions establertes entre els diferents elements.

3. Aspectes metodològics

3.1. Paraules clau

Usabilitat, User research, UX, UI, Arquitectura de la informació, Aplicació web, Prototipat web, Interfície d'usuari, Accessibilitat.

3.2. Objecte d'estudi

En aquest projecte final del grau de Comunicació Interactiva, presentat a la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona, es proposa una interfície per a l'aplicació *SobreTaula*, que té com a objectiu facilitar la socialització dels jocs de cartes col·leccionables i optimitzar les sessions de partida. Per a això, s'ha dut a terme una investigació centrada en l'optimització de l'experiència d'usuari i l'accessibilitat. Aquesta investigació busca oferir un entorn optimitzat per a l'usuari, tenint en compte els principis i les lleis que influeixen en el desenvolupament d'una experiència en un entorn digital.

3.3. Objectius

3.3.1. Objectiu principal

L'objectiu principal d'aquest projecte és desenvolupar una proposta òptima i accessible per l'aplicació *SobreTaula*. El producte final és un wireframe d'alta fidelitat amb una investigació aplicada sobre les millores d'experiència, usabilitat i accessibilitat.

3.3.2. Objectius secundaris

Per assolir l'objectiu principal del projecte, cal completar una sèrie d'objectius específics que garanteixin la màxima qualitat del producte final i assegurin que compleixi amb els requisits establerts. Aquest procés es fonamenta en l'estudi de mercat, l'anàlisi de la competència i la definició detallada del producte.

Estudi de mercat

Per desenvolupar la nostra proposta, ens hem de situar en un mercat o ecosistema on cal investigar quines són les altres entitats que representen una competència per al nostre producte. Aquest objectiu permet obtenir resultats que ajuden a identificar com posicionar-nos dins del mercat, entendre el comportament de les altres entitats, determinar a quin perfil d'usuari es dirigeixen, detectar els problemes que afronten i trobar solucions per millorar la nostra proposta.

Aquest estudi també inclou una anàlisi a nivell d'UI, UX i accessibilitat. A més, es realitzarà una anàlisi de les entitats competidores per identificar quines funcionalitats es poden incorporar al nostre producte. També es durà a terme una avaluació de qualitat mitjançant tests heurístics dels productes competidors.

Estudi de l'usuari

Estudiar l'usuari es un objectiu essencial a l'hora de crear un producte. Aquest estudi ajuda al desenvolupador a saber quins coneixements té l'usuari, quines experiences semblant ha tingut, quins problemes té i el que vol. Aquest punt es pot assolir de

diferents maneres. El nostre producte es busca preguntar de forma indirecta amb una enquesta online al nostre target una serie de preguntes que ens ajuda a definir el nostre producte. També es pot realitzar un focus group amb el qual podem conèixer de forma detallada el que necessita el nostre usuari en les diferents parts del procés de creació.

Definició del producte

Per poder desenvolupar el producte final s'ha de definir com és el nostre producte, quines funcions té, l'estructura del producte i altres punts que es nodreixen a partir de resultats extrets en pràctiques anteriors com el *benchmarking*, tests heuristics i l'estudi de l'usuari.

Estructura de la informació

Tenir en compte l'estructura de la informació i la organització de la mateixa és una pauta que hem d'assolir per tal de que el nostre contingut sigui més accessible i tingui una bona estructura per tal d'optimitzar l'experiència de l'usuari i la usabilitat del producte. El que es vol aconseguir amb això és que el nostre producte sigui més fàcil de trobar pels usuaris i rastrejadors de Google de forma que ens posicionem més amunt en les búsques. Per completar aquest objectiu caldrà una pràctica de card sorting i analitzar l'estructura dels competidors.

Wireframing

Per realitzar el producte final primer s'han de seguir diferents productes més conceptuals i esquemàtics per poder visualitzar una aproximació del nostre producte final. A partir de proves i pràctiques anteriors podem realitzar canvis en aquests prototips per acabar tenint el producte final en la màxima qualitat.

3.4. Preguntes de l'investigació

Com en tot projecte s'han de traçar una serie de preguntes per tal de conduir el projecte de certa manera i marcar punts que ajudaran a la definició d'aquest. SobreTaula al ser una web app es centra en conèixer el públic potencial del projecte, d'aquesta manera, el que es busca en la investigació és conèixer els problemes i les necessitats de l'usuari per, un cop aplicat, conseguir una aplicació que s'ajusti als problemes i necessitats dels usuaris.

3.4.1. Ordre de la competència

L'organització, la jerarquia i l'arquitectura de la informació són aspectes clau que poden fer triomfar en un projecte d'aquest àmbit. Analitzar com han organitzat la informació dins de la seva aplicació web els productes i projectes de la competència és un procés indispensable per dur a terme el projecte de manera satisfactòria.

3.5. Preguntes de la investigació

En el plantejament de la investigació han sorgit diferents preguntes. L'objectiu que tracem durant el desenvolupament del projecte és poder resoldre-les i aplicar el coneixement en el resultat final. Les preguntes de la investigació són les següents:

- Què busca un jugador en el moment de trobar una partida on jugar?
- De quina manera podem diferenciar els jugadors experimentats dels nous?
- Com podem assegurar que el jugador mantingui una experiència òptima?
- Quines característiques destaquen en la competència?
- Quins elements visuals i funcionals no poden faltar en una plataforma?
- Compleix l'aplicació el seu objectiu?
- Com podem introduir ajudes per millorar l'accessibilitat dels usuaris sense afectar el ritme de l'experiència?
- Quin protocol hem de seguir per prevenir que l'usuari se senti perdut dins la nostra plataforma?
- Quins són els elements que permeten que l'usuari se senti còmode a la plataforma?

4. Metodología

La metodologia adoptada en aquest projecte reflecteix el desenvolupament de disciplines pràctiques fonamentals per aconseguir una proposta òptima i accessible per a l'aplicació SobreTaula. El procés s'inicia amb una fase d'anàlisi detallada, que inclou l'estudi de mercat, l'exploració de la competència i la definició del producte, garantint que aquest compleixi amb els requisits establerts i respongui a les necessitats dels usuaris.

Per començar, es realitzarà una anàlisi dels usuaris mitjançant enquestes en línia i entrevistes a persones amb coneixements dins del hobby. Aquesta informació permetrà entendre el seu comportament, les seves necessitats i les seves expectatives respecte a aplicacions similars. Un dels punts que es vol descobrir amb les entrevistes i l'estudi de l'usuari és trobar la manera que l'usuari se senti còmode en l'experiència abans d'una trobada.

Paral·lelament, es desenvoluparà un estudi de mercat per situar el producte dins del seu ecosistema competitiu. Aquest procés inclourà una anàlisi de la competència per entendre com altres aplicacions similars resolen problemes d'usabilitat i quines funcionalitats implementen. A més, es duran a terme tests heurístics basats en els Principis d'Usabilitat de Nielsen, així com un benchmarking d'altres aplicacions per extreure'n les millors pràctiques i detectar punts de millora.

Un altre aspecte clau és l'estructura de la informació, que es definirà tenint en compte les pràctiques de card sorting i l'anàlisi de les arquitectures d'informació de

la competència. Això garantirà una organització coherent i intuïtiva del contingut, afavorint tant la navegació dels usuaris com el posicionament SEO de l'aplicació.

A partir de tota aquesta anàlisi, es procedirà al desenvolupament dels wireframes, començant amb prototips de baixa fidelitat per establir una primera distribució d'elements i fluxos de navegació. Aquests evolucionaran cap a wireframes d'alta fidelitat. Finalment, es validaran les propostes mitjançant tests d'usabilitat iteratius per optimitzar l'experiència d'usuari abans d'implementar la versió final de la plataforma.

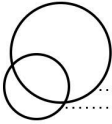
4.1. Definició del proyecto

Per donar forma al prototip de *SobreTaula* des dels seus inicis, és fonamental reunir tota la informació clau del projecte en un sol espai. Això facilita una visió global i ajuda a estructurar el procés de desenvolupament de manera eficient.

El *Lean UX Canvas* és una adaptació del *Business Model Canvas* que permet plasmar en una sola pàgina els elements essencials del model de negoci. Gràcies a aquest enfocament, podem identificar de manera àgil els conceptes més rellevants i les necessitats dels usuaris.

Aquesta eina posa el focus en el problema principal a resoldre i, a partir d'aquí, permet desenvolupar i validar solucions de manera iterativa. En el meu cas, he dissenyat el model utilitzant *Figma* en la seva versió d'escriptori, una plataforma especialitzada en disseny i prototipatge.

Fig 6. Lean UX Canvas realitzat a Figma.

1. Problema de negoci • Els nous jugadors del sector tenen dificultats per conèixer altres jugadors. • No existeix un sistema per trobar llocs on jugar. • Les aplicacions que compleixen objectius semblants no ofereixen una bona experiència i acaben en desús.	2. Usuaris • Jugadors nous, casuais i experimentats del joc de cartes Magic: The Gathering. No hi ha cap franja d'edat. • Botigues i locals on es juga el joc que busquin donar accés a nous jugadors als seus espais. • Jugadors que estan fora de la seva zona habitual i volen trobar llocs on jugar.	3. Resultat del negoci • L'aplicació té una densitat d'usuaris que permet la creació de taules a diari. • Popularitzar la proposta i trobar perfils per crear un equip de desenvolupament. • Capital per poder avançar en el projecte
4. Resultat pels usuaris • Integrar nous jugadors en el hobby. • Augment en el coneixement dins la cultura popular d'aquest hobby. • Col·laboració amb les botigues i locals per tal de promocionar els espais.	5. Suposicions clau • Els usuaris volen saber el nivell dels altres jugadors per poder trobar un lloc on s'adeqüi al seu nivell. • Els jugadors volen estar poc temps dins l'aplicació per tal de passar ràpid a la partida. • L'aplicació ha de presentar una manera senzilla de donar a entendre les característiques de la taula de joc.	6. Hipòtesis més arriscada • Una categorització dels jugadors segons el nivell oficial del hobby pot facilitar partides entre jugadors competius. • Utilitzar arquetips de jugadors (donats oficialment pels creadors del joc) pot facilitar partides als nous jugadors o els més casuais. • Poder parlar amb les persones abans de trobar-se ajuda a millorar l'experiència després d'utilitzar l'aplicació.
7. Experiments per fer • Tests heurístics de la competència. • Persona UX. • Anàlisi DAFO. • Test d'usabilitat. • Card Sorting. • Focus group.	8. Aprenentatge • De quina forma els jugadors estableixen les normes en una taula de joc. • Quins entorns virtuals (aplicacions, webs,...) han utilitzat prèviament els usuaris i de quina forma afecta al nostre projecte. • Quines diferenciacions hi ha dins del hobby que permetin personalitzar l'experiència.	SobreTaula Lean UX Canvas Definició de projecte Martí Díaz Colell 

Font pròpia

Durant el procés de definició del projecte, es van dur a terme diverses pràctiques per ultimar detalls i comprendre amb més precisió el públic objectiu i la manera d'adreçar-nos-hi.

4.2. Públic objectiu

Una clau a l'hora de definir el nostre projecte i crear una experiència d'usuari és conèixer qui és el nostre usuari. Per això, hem de definir el nostre target.

Tot i que el nostre projecte se centra en un nínxol dins dels jocs de cartes, concretament Magic: The Gathering, l'objectiu de *SobreTaula* és socialitzar el joc i facilitar que els nous jugadors tinguin un primer contacte amb el hobby. Per tant, hauríem de considerar com a target els potencials perfils que poden descobrir aquest nínxol. Això implica identificar quins problemes, patrons i elements en comú comparteixen.

Fig 7. Dades sociodemogràfiques del target.

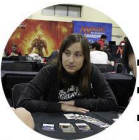
Característiques	Usuaris
Edat	12-35 anys
Nivell socioeconòmic	Baix-Mig
Ubicació geogràfica	Grans ciutats de catalunya i perifèria
Interessos	Jocs de cartes col·leccionables, jocs de taula, cultura de fantasia i ciència-ficció, jocs d'estratègia, activitats socials en persona.
Problemes	Complicacions a l'hora de trobar persones amb qui jugar, jugadors novells en el sector, diferents nivells d'experiència, dificultats per trobar jugadors segons horaris o ubicació.
Necessitats	Trobar nous jugadors, noves maneres d'aprendre i millorar, descobrir grups i locals que s'ajustin als horaris i a la ubicació, trobar partides de diferents nivells.
On interactuen?	Locals de joc oficials, centres cívics, competicions oficials o extraoficials, esdeveniments relacionats amb el sector.

Font pròpia.

Un cop donada la descripció sociodemogràfica del nostre usuari podem posar en pràctica el *buyer persona*, un perfil com seria el de una xarxa social on es mostrin els dubtes, necessitats i com afecta el nostre producte en ell.

En el cas de SobreTaula s'elaboren 2 *buyer persona*, un dedicat als jugadors amb experiència i un altre dedicat als potencials nous jugadors.

Fig 8. Buyer Persona amb experiència.



Sandra 26
Creadora de contingut sobre el joc Barcelona

background
Porta 10 anys jugant a Magic: The Gathering en botigues del Triangle Frikí de Barcelona.

Té un gran coneixement del joc de cartes i ha participat en algun torneig.

tags
Passió pel hobby
Coneix varies botigues de MTG
Juga casi cada dia
Consumeix contingut del joc

+ Objectius

Millorar el seu nivell dins del joc per aconseguir guanyar tornejos de més categoria.

Trobar jugadors del seu mateix nivell o superior amb qui jugar sense haver d'estar inscrit en un torneig.

Donar-se a conèixer a ella i al seu contingut audiovisual entre els jugadors.

Crear una petita comunitat de jugadors que volen millorar les seves partides a nivell professional.

+ Reptes

Disposa de molt temps per dedicar al joc, però no troba jugadors del seu nivell.

Alguns jugadors prefereixen no jugar amb ella, ja que té massa nivell per a ells.

A alguns jugadors els incomoda que vulgui gravar partides per a les seves xarxes socials.

+ Com ajudem?

La plataforma ofereix una selecció de taules de joc segons el nivell, utilitzant l'escala de nivells oficial de Wizards of the Coast.

Creació de sales o taules de joc on s'especifiqui que l'experiència consisteix a posar a prova baralles d'alt nivell.

Possibilitat de trobar taules de joc i jugadors que coincideixin amb el seu horari i la seva zona de joc.

Un espai on, abans de quedar per jugar una partida, pugui avisar si vol gravar l'experiència per a les seves xarxes.

"Millorar no és només jugar, també sortir de la teva zona de confort."

"Vull crear un ambient professional dins de la taula de joc."

"A vegades no trobo jugadors del meu nivell en els meus horaris."



Font pròpia.

La nostra primera *buyer persona* és la Sandra, una noia de 26 anys creadora de contingut que viu a Barcelona. Fa temps que juga al joc de cartes i busca portar l'experiència a un nivell més professional i competitiu. Aquest és un dels casos

esmentats anteriorment: jugadors que ja coneixen el sector i busquen viure noves experiències o participar en partides més especialitzades.

Fig 9. Buyer Persona de jugador nou.



Xavi¹⁷
Estudiant de batxillerat
Sabadell

background
Li agrada la saga de El Señor dels Anells i alguns altres universos cinematogràfics de ficció.

Alguna vegada ha jugat a jocs de cartes, però no n'és un expert.

tags
Buscant persones amb qui jugar
Passar una bona estona amb gent nova
Poc temps pels estudis
Acaba d'entrar al hobby

+ Objectius

Trobar un lloc a prop d'on viu on poder jugar la seva primera partida de Magic: The Gathering.

Aprendre els conceptes bàsics del joc i les col·leccions disponibles.

Conèixer jugadors que estiguin preparant-se per la Selectivitat.

Entaular una conversa sobre El Señor dels Anells.

+ Reptes

No sap amb quina baralla de joc començar a provar Magic: The Gathering.

No coneix llocs a prop d'on viu on es pugui jugar.

Li fa vergonya jugar amb jugadors més experimentats o més grans que ell.

Té un horari molt estret.

+ Com ajudem?

A part dels nivells establerts de manera oficial, podem trobar altres maneres d'expressar el nivell segons el tipus de joc.

Podem buscar taules de joc dins de la nostra zona de preferència i també adaptar-les als horaris de l'usuari.

Es pot especificar que és la seva primera vegada en el hobby i trobar jugadors disposats a explicar-li com funciona.

Alguns jugadors poden aconsellar-lo sobre quina baralla de joc comprar, i fins i tot descobrir-li la col·lecció oficial de El Señor dels Anells.

"M'agradaria saber jugar a Magic però no trobo la manera de començar."

"Hi han moltes baralles per començar i vull una que s'adapti al meu estil."

"Vull passar una bona estona a la taula de joc i trobar gent amb qui parlar."



Font pròpia.

El segon exemple de buyer persona tracta d'en Xavi, un estudiant de 17 anys que s'ha començat a interessar pel joc i busca gent per fer els primers passos dins la comunitat. Aquest cas s'adapta més al perfil d'usuaris al qual s'enfoca el projecte de SobreTaula.

Podem observar que, tot i que els dos perfils als quals es dirigeix SobreTaula presenten diferències, comparteixen un objectiu comú: trobar persones amb qui compartir espai dins del joc.

4.3. Estudi de mercat

Per assegurar l'èxit del nostre projecte hem de realitzar un estudi de quins altres projectes es troben en el mateix sector que el nostre. Durant la recerca de projectes amb el mateix objectiu s'ha trobat que no existeix una aplicació o projecte que tracti de solventar el mateix problema, malgrat això, s'ha pogut seleccionar 4 projectes que segueixen una línia semblant amb el projecte de SobreTaula i dels quals podem extreure informació

Per tal de traçar de quina manera es mou el usuari target de la nostre proposta es van duu a terme diferents maneres de nodrir-se d'informació.

Per dur a terme els tests heurístics, s'ha elaborat una taula a Excel en què es recullen els aspectes clau basats en els principis heurístics de Jakob Nielsen.

En aquest test heurístic definim un objectiu que serà el mateix per a tots el projectes, en el nostre cas hem definit com a objectiu: trobar un lloc o persona amb qui jugar una partida. També hem definit una serie de tasques que poden ser vitals a la hora de complir el nostre objectiu:

- Registre en la plataforma
- Trobar una partida

- Personalitzar el perfil
- Filtrar partides

Fig 10. Mostra del test heurístic realitzat a l'aplicació Discord.

Nom del projecte			
Discord (Servidor de Infrecuentes)			
URL del projecte			
https://discord.com/			
Data del test			
30/03/2025			

Tasques del test			
Objectiu	Tasca	Puntuació	Observacions
Trobar un lloc o persona amb qui jugar una partida	Registre en la plataforma		5 El registre es senzill, en pocs passos i agradable. Les pantalles son fàcils d'entendre i es nota un procés en el qual s'hi ha dedicat temps
	Trobar una partida		3 La manera de trobar partides pot arribar a ser difícil pels nous jugadors degut a la naturalesa de l'aplicació però pels que ja coneixen el sector, és una manera ràpida i directe
	Personalitzar el perfil		5 Els perfils de Discord i la seva edició permeten que els usuaris es sentin únics dins de l'entorn.
	Filtrar partides		3 Forma fàcil i directe pels jugadors experimentats. Pels jugadors nous s'han de formar dins el sector per conèixer la nomenclatura

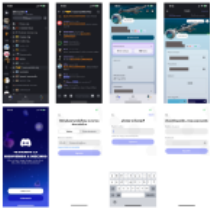
Medicions	
Valor	Observacions
1	Es dona la mínima expressió de l'heurístic a les pàgines avaluades.
2	Es dona una expressió baixa de l'heurístic a les pàgines avaluades.
3	Es dona una expressió mitjana de l'heurístic a les pàgines avaluades.
4	Es dona una expressió alta de l'heurístic a les pàgines avaluades.
5	Es dona la màxima expressió de l'heurístic a les pàgines avaluades.

Font pròpia.

Per detallar més la zona d'estudi hem utilitzat una matriu OTI; una matriu OTI, adaptada al context del disseny d'experiència d'usuari (UX/UI), és una eina que serveix per alinear els objectius del projecte amb les tàctiques (accions o estratègies de disseny) i, en lloc d'indicadors, es mostren les interfaces o pantalles que es dissenyaran per assolir aquests objectius. Aquesta versió de la matriu permet visualitzar clarament quines funcionalitats o experiències es volen aconseguir, com

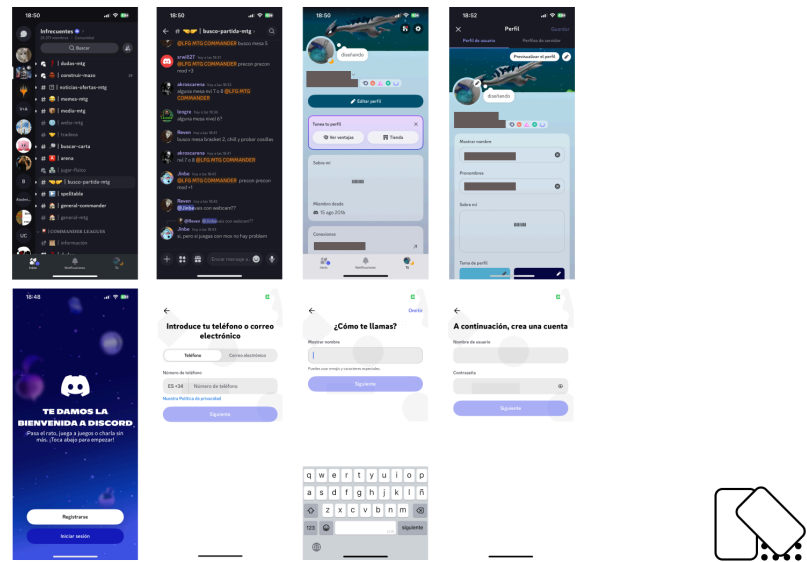
es durà a terme a nivell estratègic i quins dissenys concrets (com ara la pàgina d’inici, el formulari de registre o el perfil d’usuari) es desenvoluparan per donar resposta a cada objectiu. És una manera pràctica i visual de planificar un projecte digital centrant-se tant en l’estratègia com en l’execució visual.

Fig 11. Matriu OTI realitzada en el test heurístic de Discord.

Matriu OTI		
Objectiu	Tasca	Interfícies
Trobar un lloc o persona amb qui jugar una partida	Registre en la plataforma	
	Trobar una partida	
	Personalitzar el perfil	
	Filtrar partides	

Font pròpia.

Fig 12. Mostra d'Interfícies en la Matriu OTI realitzada en el test heurístic de Discord.



Font pròpia.

A més, s'han evaluat unes qüestions referenciant els aspectes d'heurístics generals i accessibilitat dels projectes analitzats.

Fig 13. Mostra dels partats d'heurístics generals i accessibilitat en el test heurístic.

Heuristics Generals	
Generals	Puntuació
Quins són els objectius del lloc web? Són concrets i ben definits?	
Els continguts i serveis que ofereix es corresponen amb aquests objectius?	
Mostra de manera precisa i completa quins continguts o serveis ofereix realment el lloc web?	
L'estructura general del lloc web està orientada a l'usuari?	
El look & feel general es correspon amb els objectius, característiques, continguts i serveis del lloc web?	
És coherent el disseny general del lloc web?	
És reconeixible el disseny general del lloc web?	
El lloc web s'actualitza periòdicament? Indica quan s'actualitza?	
Total	

Accessabilitat	
Generals	Puntuació
La mida de la lletra s'ha definit de manera relativa o, almenys, és prou gran per no dificultar la llegibilitat del text?	
El tipus de lletra, els efectes tipogràfics, l'amplada de línia i l'alineació emprats faciliten la lectura?	
Hi ha un alt contrast entre el color de la lletra i el fons?	
És compatible el lloc web amb els diferents navegadors? Es visualitza correctament amb diferents resolucions de pantalla?	
Pot l'usuari gaudir de tots els continguts del lloc web sense haver de descarregar i instal·lar plugins addicionals?	
S'ha controlat el pes de la pàgina?	
Total	

Font pròpia.

La versió completa de l'avaluació, amb el detall de cada criteri valorat i la puntuació obtinguda (en una escala de l'1 al 5), es pot consultar als annexos del document, on es recullen de manera exhaustiva totes les observacions i valoracions corresponents a cada projecte.

4.4. Benchmarks

4.4.1. Magic: Companion

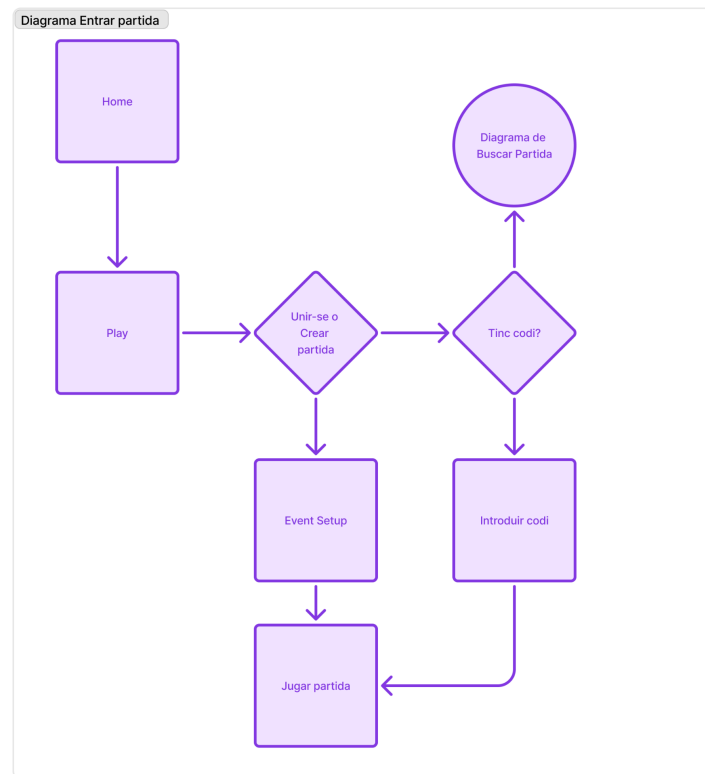
Magic: Companion és una aplicació creada per *Wizards of the Coast*, els mateixos creadors del joc de cartes *Magic: The Gathering*. Aquesta aplicació s'utilitza principalment com a suport directe al joc de cartes i està estandarditzada per a la creació i participació en tornejos oficials del joc.

L'aplicació no només es centra en la gestió de tornejos oficials, sinó que també ofereix altres funcionalitats com un comptador de vides —una eina molt popularitzada dins del nínxol— i una base de dades oficial per consultar informació sobre les cartes del joc.

Centrant-nos en les funcions de gestió de tornejos, farem un desglossament del que ofereix l'aplicació. En primer lloc, Magic: Companion es basa en tornejos oficials; això vol dir que, de manera pública, només mostra informació sobre esdeveniments que han estat aprovats i anunciats per *Wizards of the Coast* a les botigues cooficials de Magic, aquelles que tenen un *partnership* directe amb l'empresa per poder distribuir i crear esdeveniments que afecten directament l'estructura competitiva del joc de cartes. En altres paraules, l'usuari només pot trobar tornejos oficials.

Tanmateix, també existeix la possibilitat que els usuaris puguin crear i unir-se a tornejos de la comunitat, però per fer-ho es genera un codi com a contrasenya amb el qual s'han d'unir. Això implica que els esdeveniments de la comunitat només poden ser descoberts per aquells que ja formen part d'aquesta comunitat.ç

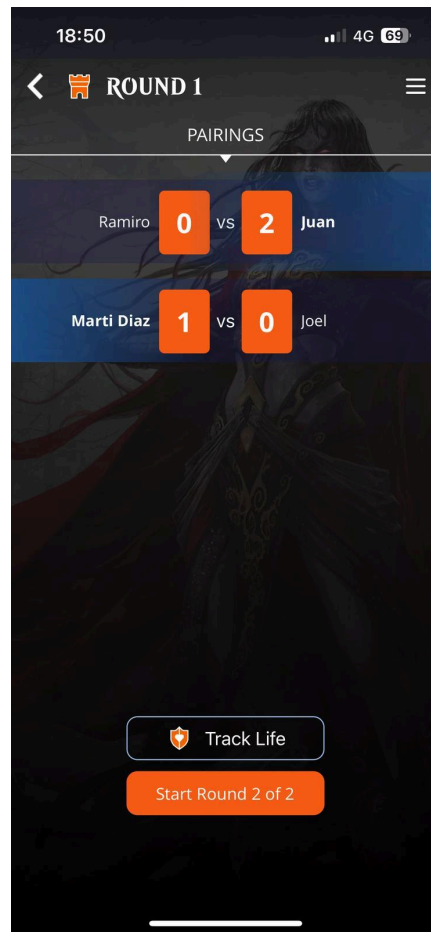
Fig 14. Diagrama de flux per entrar en una partida, Magic: Companion.



Font pròpia.

Un cop dins d'un torneig, trobem funcions com el comptador de vida esmentat anteriorment —del qual en parlarem més endavant— i també un sistema per assignar punts als diferents enfrontaments entre jugadors. A més, observem que la manera com es presenten els usuaris és mitjançant un nom que escullen en el moment d'entrar al torneig, el qual pot no coincidir amb el nom d'usuari del seu perfil de *Wizards of the Coast*. Això pot donar lloc a frauds d'identitat, situacions incòmodes o fins i tot a l'ús de llenguatge groller.

Fig 15. Interfaç de torneig i partida de Magic: Companion.



Font: Magic: Companion.

En les enquestes realitzades als jugadors, es parla de l'aplicació com una eina mediocre i amb poca utilitat real. A l'entrevista realitzada, es fa referència a la funcionalitat de tornejos com un “popurri” de funcions mediocres, les quals poden ser substituïdes fàcilment per altres aplicacions que executen millor cadascuna d'aquestes tasques.

En resum, la percepció general dels jugadors és que l'aplicació serveix més com a entrada o tiquet per participar en tornejos oficials, més que no pas com una eina útil per controlar o gestionar les teves pròpies partides.

Una de les funcions que ofereix Magic: Companion és el comptador de vides o *life counter*. Aquesta és una interfície que els jugadors utilitzen per controlar les mecàniques de la partida (vides, comptadors, daus, etc.). Aquesta funció s'ha popularitzat i és utilitzada per la majoria de jugadors del nínxol, a més d'haver-se creat una gran quantitat d'aplicacions que se centren exclusivament en aquesta funció i ofereixen diferents estils i maneres d'interactuar amb el comptador.

Fig 16, 17 i 18. Aplicacions amb la funcionalitat de comptador de vides.

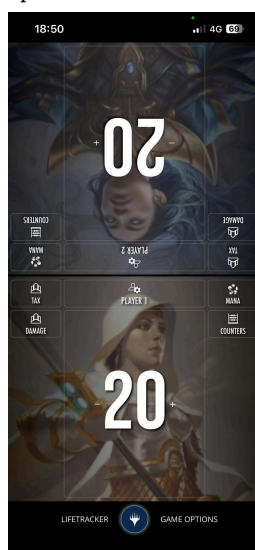


Fonts: Lotus, Lifetap i EDHLife.

Quan analitzem el comptador de vides de Magic: Companion podem detectar diferents errors. Aquest comptador ofereix funcions que, o bé no s'utilitzen en la majoria d'aplicacions de comptadors de vides, o bé s'executen d'una manera diferent

de la resta. En termes d'accessibilitat, comet una errada greu, que també es repeteix en altres parts de la interfície de l'aplicació. La interfície falla a l'hora d'equilibrar el contrast dels elements i facilitar-ne la llegibilitat. L'ús d'imatges amb molts detalls i colors per sota d'elements amb icones i lletres petites, pensats per a una pantalla de dispositiu mòbil, dona una primera impressió molt carregada de la funció. La situació empitjora si tenim en compte que aquesta funció es fa servir deixant el dispositiu damunt la taula i compartint-lo entre diverses persones, cosa que dificulta encara més la lectura dels elements, ja que s'ha de fer des d'una distància superior.

Fig 19. Comptador de Vides de Magic: Companion.



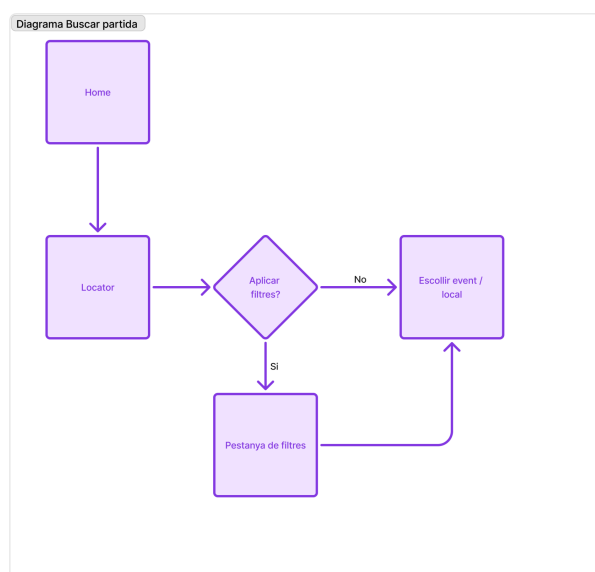
Font: Magic: Companion.

Com que els esdeveniments que es mostren a l'aplicació són oficials, aquesta també ofereix una funció per localitzar les botigues i tornejos o esdeveniments que tens a prop. Aquesta funció es mostra com una llista ordenada inicialment per data, on apareixen la data i hora de l'esdeveniment, el nom de l'esdeveniment, el nom de la botiga, la distància a la qual et trobes de la botiga i una etiqueta descriptiva de

l'esdeveniment. També disposa d'un cercador amb el qual pots buscar esdeveniments o botigues, o bé seleccionar la ubicació del dispositiu perquè es reordenin els resultats segons la proximitat.

Per analitzar el procés s'ha elaborat un diagrama de flux per concretar ens quants passos es pot completar la tasca.

Fig 20. Diagrama de flux per buscar una partida, Magic: Companion.



Font pòpia.

Hi ha dos filtres (cal destacar que estan separats): un és un botó situat al costat del cercador i l'altre és un botó que es troba a sobre de la llista.

El primer, el que es troba al costat del cercador, permet ordenar els resultats segons data o distància, filtrar una àrea de distància (amb l'opció d'escollir entre milles o quilòmetres), filtrar per dates específiques, format de les partides i tipus

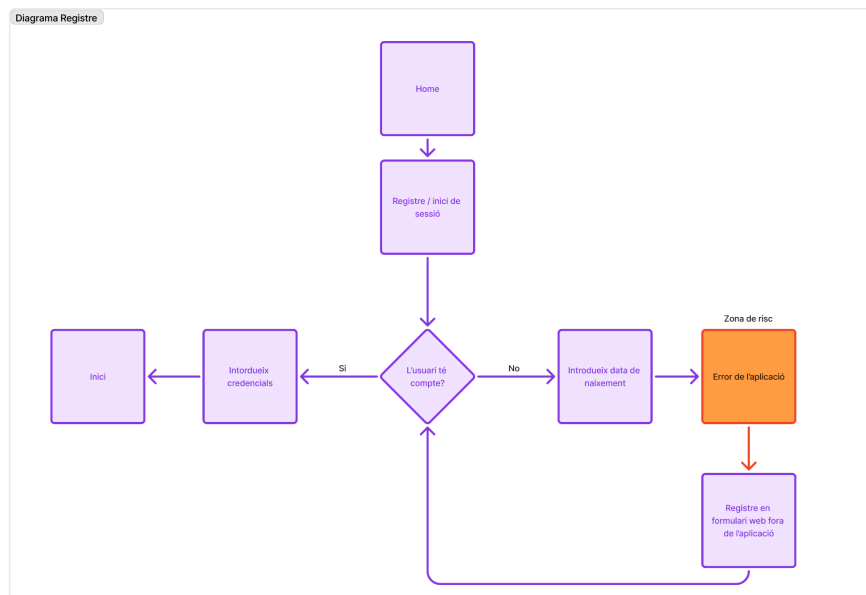
d'esdeveniments. En els dos últims filtres (format de partides i tipus d'esdeveniments) s'utilitza una nomenclatura pròpia del joc de cartes, la qual pot resultar confusa per a usuaris nous, però que proporciona una experiència més familiar per als jugadors amb més experiència dins del nínxol.

El segon botó, situat a sobre de la llista, permet alternar entre mostrar esdeveniments o mostrar botigues. En cas de mostrar esdeveniments, la llista es presenta com s'ha descrit anteriorment; en cas de mostrar botigues, es mostren el nom de la botiga, la distància i l'adreça. En alguns casos, també es mostra un segell "WPN Premium", que fa referència a les botigues més exclusives de Magic, on es poden trobar esdeveniments de presentació únics oferts per partners dels creadors del joc.

Una altra de les funcions que hem d'analitzar per tenir en compte en el desenvolupament de la nostra experiència és el sistema de registre, inici de sessió i personalització de comptes que ofereix l'aplicació Magic: Companion. Dins d'aquestes funcions, analitzarem quin és el recorregut que fa l'usuari per crear un compte, com accedeix a la seva sessió un cop creada i quines opcions té perquè el compte actuï com a identitat pròpia.

Si ens centrem en el procés de registre d'un compte, trobem un error molt greu que pot provocar una gran pèrdua d'usuaris. Aquest error va ser identificat durant l'anàlisi heurística, però cal aprofundir-hi durant el benchmarking de l'aplicació.

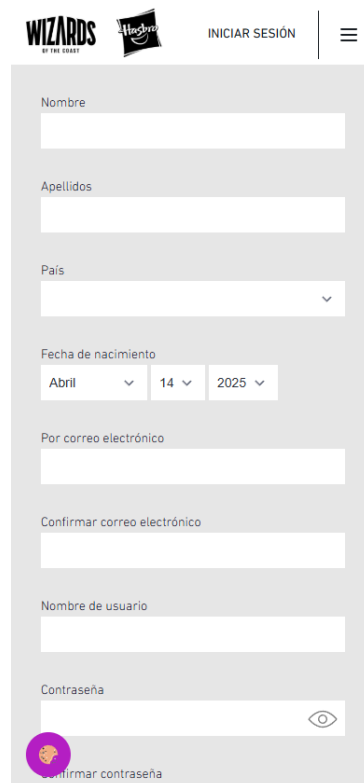
Fig 21. Diagrama de flux de registre de, Magic: Companion.



Font pròpia.

L'error en qüestió es produeix quan, durant el procés de registre, l'usuari introdueix la seva data de naixement i, en continuar, se li mostra una finestra que el redirigeix al navegador del dispositiu per crear el compte a través de la web oficial de Wizards of the Coast. Aquest error, que per a alguns pot semblar només un pas més, pot fer que molts usuaris se sentin desorientats, pensin que han comès un error, no sàpiguen com tornar a l'aplicació o, en general, es perdi una gran quantitat d'usuaris en el procés de conversió. Un cop completat el registre, l'usuari no és redirigit automàticament a l'aplicació per continuar amb la seva activitat, sinó que hi ha de tornar manualment. És evident que la solució a aquest problema seria dur a terme tot el procés dins de l'aplicació, ja que és allà on comença l'experiència de registre.

Fig 22. Pantalla de registre de Wizards of the Coast.



The image shows a registration form for Wizards of the Coast. At the top, there are logos for 'WIZARDS OF THE COAST' and 'Hogwarts', followed by a link 'INICIAR SESIÓN' and a hamburger menu icon. The form fields are: 'Nombre' (text input), 'Apellidos' (text input), 'País' (dropdown menu), 'Fecha de nacimiento' (date picker with month 'Abril', day '14', and year '2025'), 'Por correo electrónico' (text input), 'Confirmar correo electrónico' (text input), 'Nombre de usuario' (text input), 'Contraseña' (password input with an eye icon), and 'Confirmar contraseña' (password input). A purple circular icon with a brain symbol is located at the bottom left of the form.

Font: Wizards of the Coast.

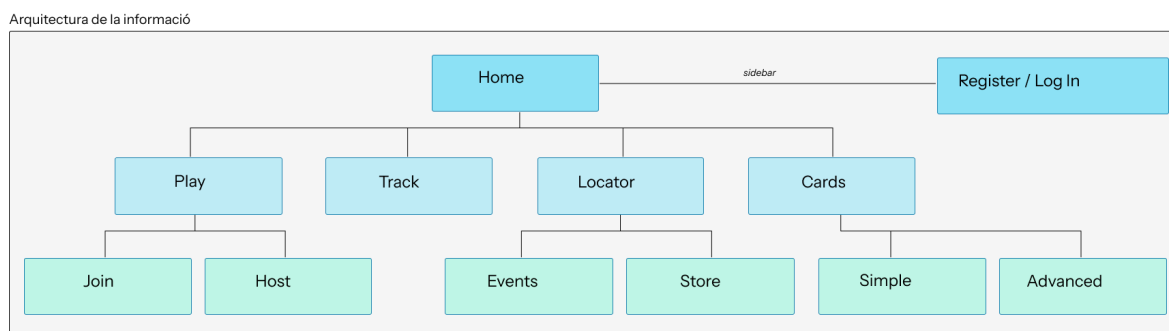
Sense tenir en compte l'error comentat, s'ha analitzat el procés de registre web per determinar el seu funcionament. L'anàlisi revela que el registre es duu a terme en una única pantalla, la qual cosa contribueix a simplificar el procediment i pot afavorir una experiència d'usuari més fluida. Durant aquest procés, es requereix a l'usuari la introducció de dades de caràcter privat vinculades al seu compte, com ara el correu electrònic, la contrasenya o altres credencials.

No es detecta cap element relacionat amb la creació d'un perfil públic de caràcter social. Aquesta absència suggereix que el sistema de registre està concebut únicament per a finalitats d'autenticació i accés, exclouent qualsevol funcionalitat

orientada a la construcció d'una identitat pública dins de la plataforma.

En l'anàlisi de l'arquitectura de la informació darrere de la aplicació s'identifica una estructura que sorgeix de una homepage on l'usuari pot accedir a les diferents funcions de l'aplicació. A part de un menú inferior on l'usuari pot navegar a les diferents pàgines, també existeix un menú lateral desplegable que accedeix a les mateixes pàgines i a l'apartat de registre. Tot i que l'aplicació té com a nexa la homepage, aquesta no presenta un utilitat, sinó que mostra algun text d'ajuda i té bastant espai buit. Si ens fixem en el diagrama, l'aplicació no conté més de 3 nivells de pàgines. Això vol dir que Magic Companion opta per pàgines que abarquin les funcions de forma eficient abans de crear moltes pàgines amb poca informació.

Fig 23. Esquema de l'arquitectura de la informació de Magic: Companion.



Font pròpia.

En l'anàlisi de l'apartat visual i interactiu de l'aplicació, s'observa que destaca per una estètica visual carregada, amb elements com imatges molt saturades. S'utilitzen tres tipografies, dues de les quals són sans serif i s'empren en tamanyes petits, mentre que l'altra és una tipografia serif que podria resultar carregada i comprometre algunes

normes d'accessibilitat. Tanmateix, aquest risc es minimitza emprant aquesta tipografia només en tamany grans i per a números.

Pel que fa als elements interactius, cal destacar l'ús de recursos visuals com canvis de color o efectes que ressalten els elements interactius, indicant clarament a l'usuari amb quines parts de la pantalla pot interactuar. Els icones utilitzats són adequats i fàcils de reconèixer, excepte pel logotip de la marca *Magic: The Gathering*, que s'utilitza en alguns apartats com a botó per jugar, fet que pot generar certa confusió.

4.4.2. Discord

Discord és una aplicació creada per Jason Citron i Stanislav Vishnevskiy. Es tracta d'una plataforma de missatgeria instantània i xarxa social que es caracteritza per la creació de servidors amb diferents canals de text i veu, els quals funcionen com a comunitats. En certs aspectes, pot recordar a un fòrum web o a altres aplicacions com TeamSpeak 3.

El potencial de Discord rau en els usuaris, que han transformat l'eina en una plataforma versàtil, útil en molts escenaris. Un d'aquests escenaris va sorgir durant la pandèmia de la COVID-19, quan els jocs de cartes presencials no es podien jugar. En resposta, molts jugadors van començar a crear servidors per trobar partides i jugar entre ells, ja fos enfocant la taula amb la càmera o utilitzant suports web.

Tot i que existeixen molts servidors on la gent pot trobar partides físiques o en línia, s'ha escollit el servidor *Infrecuentes*, una productora dedicada als jocs de taula, per la

seva estructura clara i perquè és el servidor amb més presència entre els països hispanoparlants.

El benchmark d'aquesta aplicació pot ser vist de diferent manera, ja que, com s'ha presentat anteriorment, l'estructura i objectiu de l'aplicació no és el que busquem, tot i això s'investiga com la comunitat ha desenvolupat un sistema que compleix el nostre objectiu i com s'integra amb el sistema que ofereix Discord.

Deixant a part moltes de les funcions que ofereix Discord, podem centrar-nos en que ofereix la comunitat de *Infrecuentes* i de quina forma aconsegueix que els jugadors puguin trobar partides. A diferència del nostre objectiu, *Infrecuentes* està preparat de manera que les partides que es juguin siguin online utilitzant els canals de veu i vídeo que ofereix el servidor de Discord, però a diferència de Magic: Companion el tipus de partida que trobarà un jugador es potencialment de la comunitat, i no tornejos o events oficials. Tot i això, *Infrecuentes* també contempla els events i tornejos oficials en un dels seus discussion-channel¹ on les botigues publiquen posts per anunciar events, tornejos o locals en sí. *Infrecuentes* es divideix en diferents canals de text agrupats segons el topic; centrant-nos en buscar partida cobreix tots el tipus de TCG² i també jocs de rol, però sobretot esta especialitzat en la modalitat de Commander, la modalitat més popular de *Magic: The Gathering*.

¹ Discord utilitza canals de veu, canals de text i canals de discussió, sent aquest últim el que funciona a mode partida de forum, on els usuaris poden crear publicacions.

² Trading card game. Joc de cartes coleccionables com Magic: The Gathering, Pokémon TCG o Yu Gi Oh!

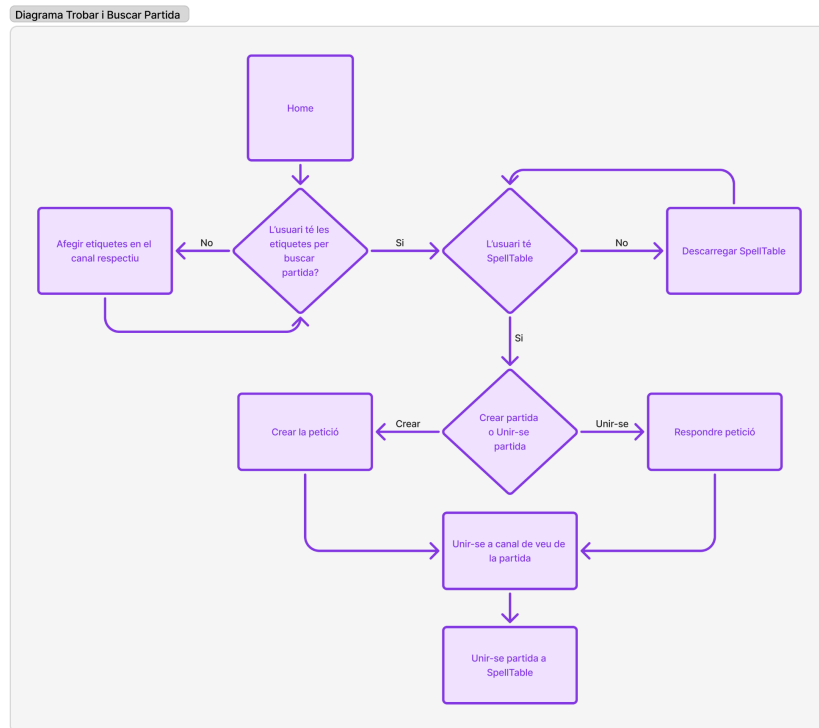
Fig 24. Secció per jugar en físic.



Font: Discord (Infrecuentes)

L'anàlisi dels processos de cerca i participació en partides revela que el servidor ofereix una metodologia específica per trobar partides, diferent de la que es pot observar habitualment en altres plataformes, a causa de la pròpia estructura de l'aplicació.

Fig 25. Diagrama de flux per buscar i trobar partida a Discord.



Font pròpia.

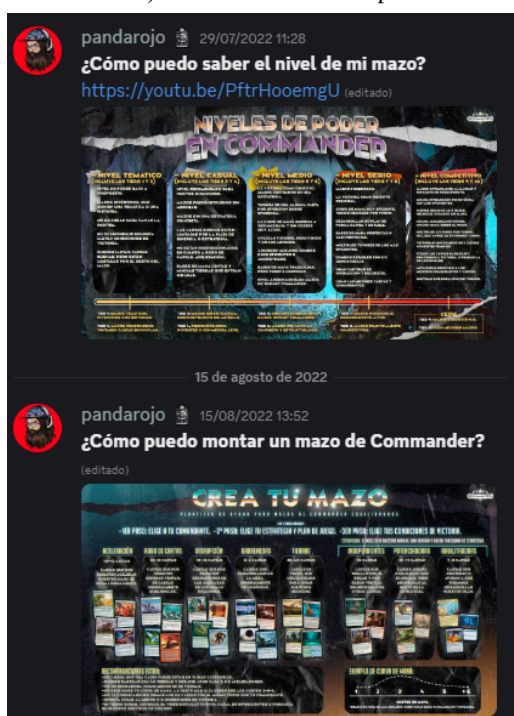
En un canal de text del servidor s'explica el protocol que cal seguir per cercar o accedir a una partida. Aquest procediment consisteix a redactar un missatge en un canal específic on els usuaris poden publicar sol·licituds per organitzar partides. Per tal de poder enviar aquestes sol·licituds, l'usuari ha d'haver obtingut prèviament els rols corresponents —etiquetes amb permisos— que varien en funció del tipus de partida que es desitgi jugar.

Un cop obtinguts aquests rols, l'usuari pot enviar la seva sol·licitud, la qual ha d'incloure una menció als usuaris amb l'etiqueta corresponent i el nivell de partida desitjat, facilitant així l'organització de trobades entre perfils compatible

El nivell de partida fa referència a un conjunt de regles que, en el cas de la comunitat d'Infrecuentes, es defineixen dins del mateix servidor, ja que actualment no existeix una normativa oficial establerta. Aquestes regles es basen en una escala del 1 al 10 i es determinen segons el nivell de la baralla utilitzada —nivell que depèn del pressupost invertit i d'altres criteris propis del joc de cartes.

Hi ha llocs web especialitzats que permeten avaluar el nivell d'una baralla de manera aproximada. Aquesta classificació serveix per ajustar les expectatives dels participants i facilitar partides equilibrades segons el tipus d'experiència que es desitgi, ja sigui una trobada competitiva o una partida més informal i lúdica.

Fig 26. Secció d'ajuda en els nivells de partida de MTG.



Font: Discord.

Fig 27. Secció de búsqueda de partidas.



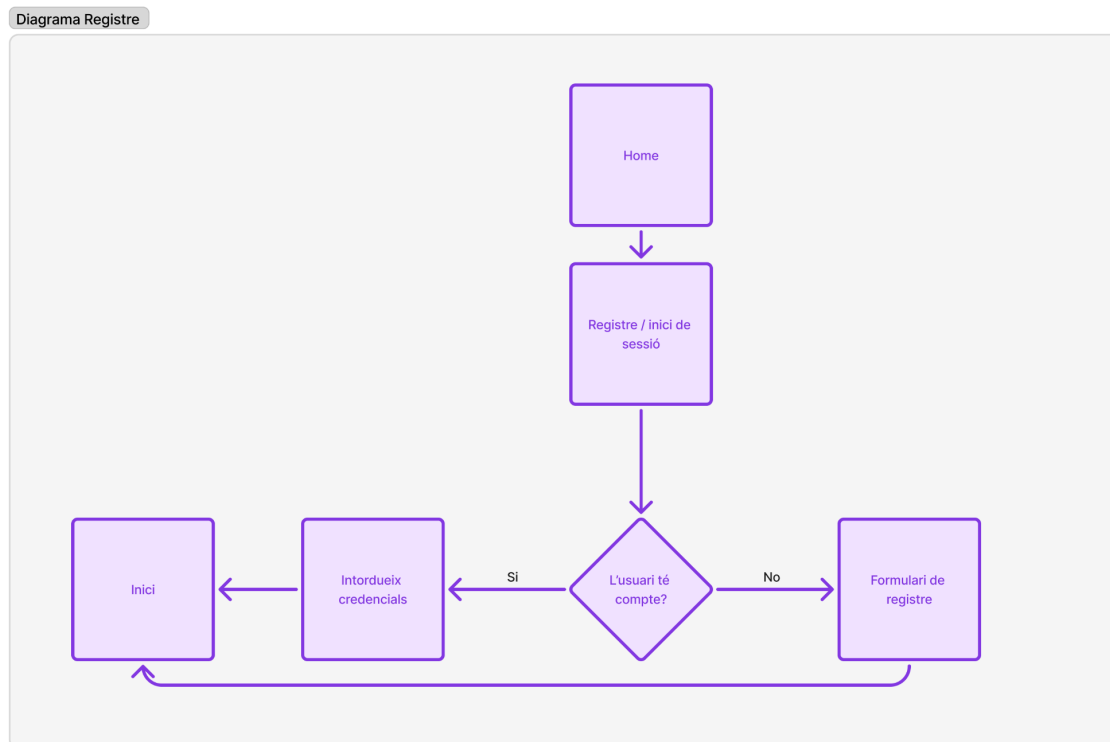
Font: Discord.

Un cop localitzats els usuaris que conformaran una partida de *Magic: The Gathering*, aquests han d'utilitzar una aplicació externa oficial de MTG, anomenada *SpellTable*, i unir-se a un dels canals de veu de Discord per poder iniciar la partida.

L'experiència de cerca, trobada i joc mitjançant aquesta aplicació resulta eficaç gràcies a les regles establertes i el protocol ben definit. Tanmateix, es pot observar clarament que l'aplicació està orientada a jugadors experimentats i coneixedors de l'entorn del joc. Molts dels conceptes utilitzats tant en les explicacions com en les normes del servidor no estan pensats per a usuaris novells.

El procés de registre a Discord consisteix en una pantalla inicial amb un formulari on es demana a l'usuari el correu electrònic, el nom visible, el nom d'usuari (a mode d'ID), la contrasenya i la data de naixement. Un cop completat aquest pas, l'usuari accedeix a una pàgina principal (*home page*) on pot trobar recursos d'ajuda per començar a utilitzar l'aplicació.

Fig 28. Diagrama de flux de registre a Discord.



Font pròpia.

Pel que fa a la comunitat d'Infrecuentes, no hi ha un procés de registre estructurat com a tal, sinó que l'entrada al servidor implica llegir i acceptar les normes de convivència, registrar les etiquetes personals, i, un cop finalitzat aquest pas, l'usuari ja pot començar a jugar.

Una de les funcionalitats destacades de Discord és la personalització del perfil. L'aplicació ofereix diverses opcions, tant en la versió gratuïta com en els diferents plans de subscripció, que permeten ampliar les possibilitats de personalització i millorar altres aspectes de l'experiència d'ús.

En el pla gratuït, Discord permet modificar la imatge de perfil, el nom a mostrar, l'estat i el color del perfil. A més, tots els plans, inclòs el gratuït, inclouen una secció al perfil on es mostren icones de recompensa per haver participat en esdeveniments de Discord o de la seva comunitat.

Finalment, cal destacar que l'usuari *advait1*, del sub-reddit de Discord, ha creat una taula comparativa (*benchmark*) on es poden visualitzar les funcions i millores que ofereix cada pla de subscripció.

Fig 29. Taula de comparació entre nivells de subscripció de Discord.

	Base	Nitro Basic	Nitro Classic	Nitro
Monthly Price		\$2.99	\$4.99	\$9.99
Yearly Price			\$49.99	\$99.99
Per-Server Profiles				✓
Custom Video Backgrounds		✓		✓
Animated Avatars			✓	✓
Custom Discriminator			✓	✓
Profile Banner				✓
Global + Nitro Stickers		✓		✓
Global + Animated Emoji		✓	✓	✓
Server Boosts			30% Off	2 Free + 30% Off
Nitro Badge		✓	✓	✓
Upload Limit	8 MB	20 MB	50 MB	100 MB, soon 500 MB
Screenshare Resolution	720p / 30fps	720p / 30fps	1080p / 60fps	4K / 60fps
Character Limit	2000	2000	2000	4000
Server Limit	100	100	100	200
			@advait1	u/advait1

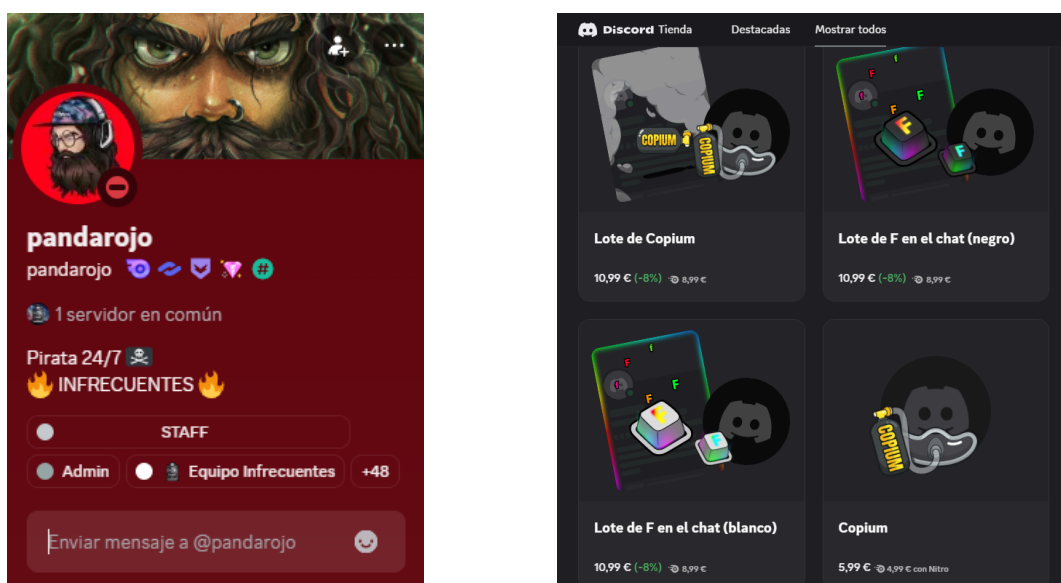
Font: Reddit

(https://www.reddit.com/r/discordapp/comments/wi8jmc/nitro_plan_comparison_chart_classic_will_be/?tl=es-es)

Les millores relacionades amb el perfil de l'usuari se centren en la possibilitat de mostrar imatges de perfil i de capçalera animades, així com en l'assignació d'una etiqueta distintiva que diferencia l'usuari de la resta. A més d'aquests avantatges, l'usuari també disposa d'una botiga digital on pot adquirir diversos elements de personalització per al seu perfil.

Els plans de subscripció Nitro ofereixen, a més, millores en l'àmbit de la comunicació, tant des d'una perspectiva tècnica —millorant la qualitat de l'àudio i del vídeo durant les transmissions en directe— com des d'un vessant social, proporcionant accés a adhesius i altres funcions avançades del xat de text i veu.

Fig 31 i 32. Targeta d'usuari de Discord i botiga de cosmètics de Discord.

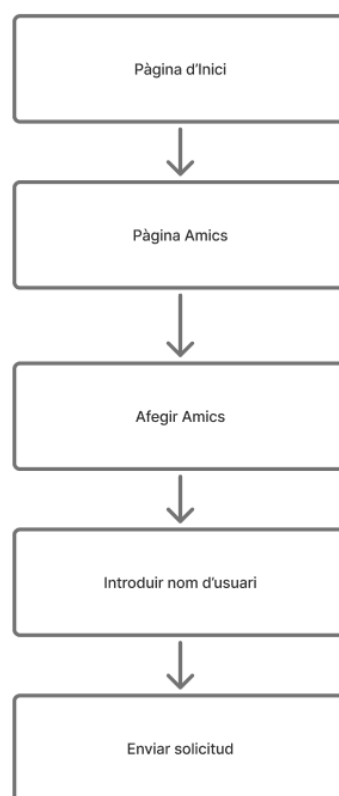


Font: Discord.

Dins del servidor d'Infrecuentes, existeix una funcionalitat addicional per dotar l'usuari de personalitat mitjançant l'ús d'etiquetes, ja esmentades prèviament en el procés de cerca de partida. Aquestes etiquetes no només actuen com a identificadors que assignen propietats i permisos a l'usuari, sinó que també poden emprar-se per personalitzar el perfil i afegir-hi informació rellevant de valor. En aquest sentit, el servidor d'Infrecuentes incorpora un sistema d'etiquetatge addicional per enriquir la descripció dels usuaris

Un dels aspectes que presenta Discord i del qual podem extreure informació és el sistema d'amistats, ja que permet tenir els amics dins la plataforma, accedir-hi fàcilment i veure'ls en altres comunitats.

Fig 33. Diagrama de flux del sistema per afegir amics a Discord.

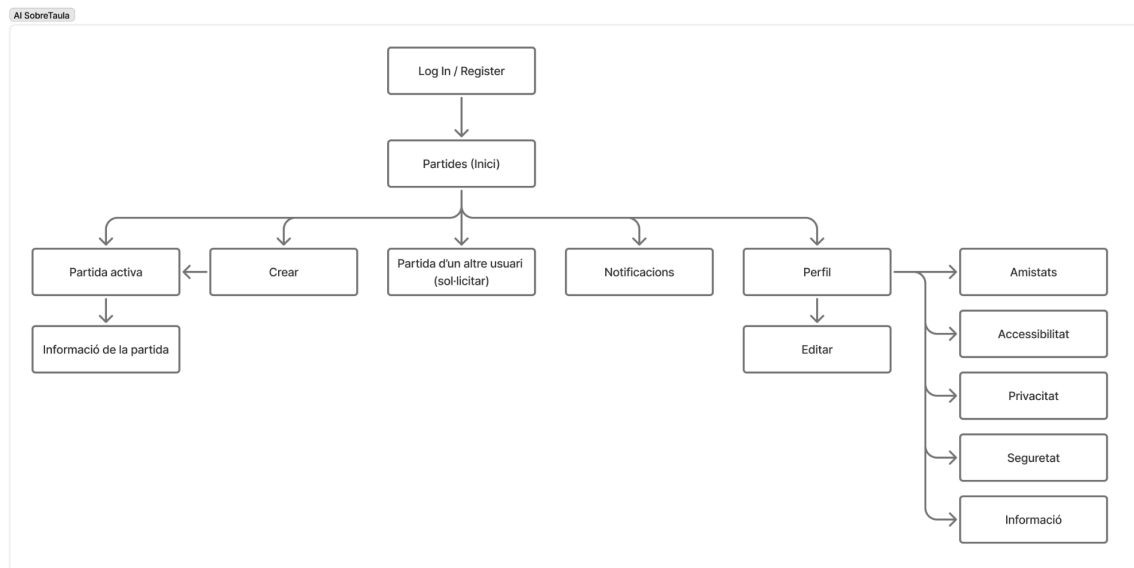


Font pròpia.

El diagrama de flux mostra que Discord presenta una tasca amb pocs objectius i un sistema de sol·licituds en què l'usuari que rep la invitació l'ha d'acceptar. En altres plataformes existeixen diferents sistemes com els follows o les connexions, però

aquest sistema presenta un grau de privacitat més elevat, ja que tots dos usuaris han d'estar d'acord per ser amics.

Fig 34. Esquema de l'arquitectura de la informació de Discord.



Font pròpia.

En el diagrama de l'arquitectura de la informació es pot observar una divisió entre tres tipus de canals que utilitza Discord. Principalment s'empren els canals de text i de veu, mentre que els *discussion threads* actuen com un taulell de notícies o informació de la comunitat destinat a l'usuari.

L'estructura en què es distribueix la informació pot semblar complexa a causa de la naturalesa mateixa de l'aplicació. Discord està dissenyada per a un ús diferent del que se li ha donat al servidor de *Infrecuentes*, tot i que aquest ha pogut adaptar-se de

manera efectiva. L'organització recorda més a la d'altres aplicacions de comunicació per veu com Skype o TeamSpeak 3, on la informació s'estructura mitjançant xats. En el cas de Discord, aquesta organització depèn de l'administrador del servidor, tot i que també hi ha una dimensió d'ús personal, similar a Skype, centrada en les amistats.

Pel que fa a l'estètica, Discord ofereix una interfície visualment agradable amb un estil minimalista i modern. Utilitza un paquet d'icones propi, fàcilment comprensible per a la majoria d'usuaris, així com codis de colors per indicar notifikacions i alertes.

L'aplicació també compta amb una pestanya de configuració dedicada a l'accessibilitat, on es poden ajustar aspectes com el nivell de detall dels missatges visibles, l'ús de colors, elements visuals de suport per a botons i enllaços, i opcions de text a veu.

Tot i l'esforç que fa Discord per mantenir una interfície amigable, hi ha un aspecte que destaca negativament en l'anàlisi de la seva usabilitat. L'enfocament de Discord com a eina orientada a un públic vinculat als videojocs i la tecnologia fa que s'hi emprin conceptes i elements de disseny que poden resultar confusos per a usuaris menys habituats a entorns digitals. Decisions com utilitzar hashtags per als canals de text, nomenclatura amb snake case (com ara nom_del_canal), l'ús de comandaments similars als de consola (/command (atribut)), i la gestió de permisos mitjançant rols poden generar dificultats i frustració entre usuaris novells.

5. Jerarquía de la información

A l'aplicació SobreTaula, la jerarquia de la informació és un aspecte fonamental per garantir una experiència d'usuari clara, intuïtiva i eficient. Mitjançant l'ús d'elements visuals com la mida, el color, la tipografia i la disposició espacial, es pot establir un ordre de lectura i importància que ajuda l'usuari a entendre ràpidament la informació presentada i a prendre decisions amb facilitat.

Aplicar correctament la jerarquia visual no només facilita la navegació dins de l'aplicació, sinó que també contribueix a destacar els elements clau que poden condicionar la participació de l'usuari en una partida. És essencial que, en un sol cop d'ull, es pugui captar quina és la informació més rellevant per determinar si una partida encaixa amb les seves preferències i disponibilitat.

Per tal de complir amb aquests objectius, cal estructurar i prioritzar els següents elements d'informació:

1. Nom de la partida

És l'element més destacat, ja que identifica la sessió de joc i pot donar pistes sobre el seu contingut o temàtica. Hauria d'estar en una mida gran i amb una tipografia clara, ja que és el primer punt d'atenció.

2. Nom d'usuari del creador

Saber qui ha creat la partida pot ser rellevant per als usuaris que ja han jugat amb aquesta persona o que busquen partides d'algú en concret. Aquesta dada pot anar just a sota del nom de la partida, en una mida lleugerament menor.

3. Nivell de la partida

Aquest camp indica la dificultat o el grau d'experiència recomanat per participar. És important destacar-lo amb un estil visual que el diferenciï, com una etiqueta de color o un símbol que permeti entendre ràpidament si és per a principiants, intermedis o avançats.

4. Mode de joc

Informació essencial que indica quina de totes les modalitats de MTG es vol jugar. Aquesta categoria pot influir directament en l'interès de l'usuari i per tant ha de ser fàcil de detectar.

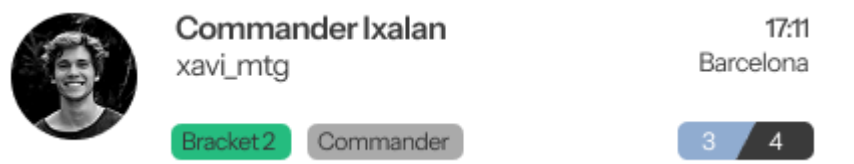
5. Ubicació i hora

Aquestes dades logístiques són crucials per saber si l'usuari pot assistir. Es recomana mostrar-les de manera destacada.

6. Places disponibles a la partida

Indicar si hi ha espai disponible és clau per incentivar una acció ràpida o, en cas contrari, evitar frustracions. Pot mostrar-se com un comptador visible i, si s'està a punt d'arribar al límit, utilitzar colors d'alerta com el taronja o el vermell per cridar l'atenció.

Fig 35. Targeta de partida.



Font pròpia.

Aquesta targeta actua com una mostra visual del contingut que l'usuari pot trobar dins d'una partida. Funciona com un element de resum o previsualització, que presenta la informació essencial de manera sintètica i atractiva, permetent a l'usuari fer-se una idea ràpida del tipus de partida que s'ofereix.

Quan l'usuari prem sobre la targeta, aquesta acció desplega una nova interfície amb el detall complet de la partida seleccionada. En aquesta nova vista, es mostren tots els camps d'informació ampliats i ordenats segons la jerarquia definida, així com funcionalitats addicionals com la possibilitat d'unir-se a la partida o trobar una descripció més àmplia on el creador pot detallar normes o aspectes a tenir en compte.

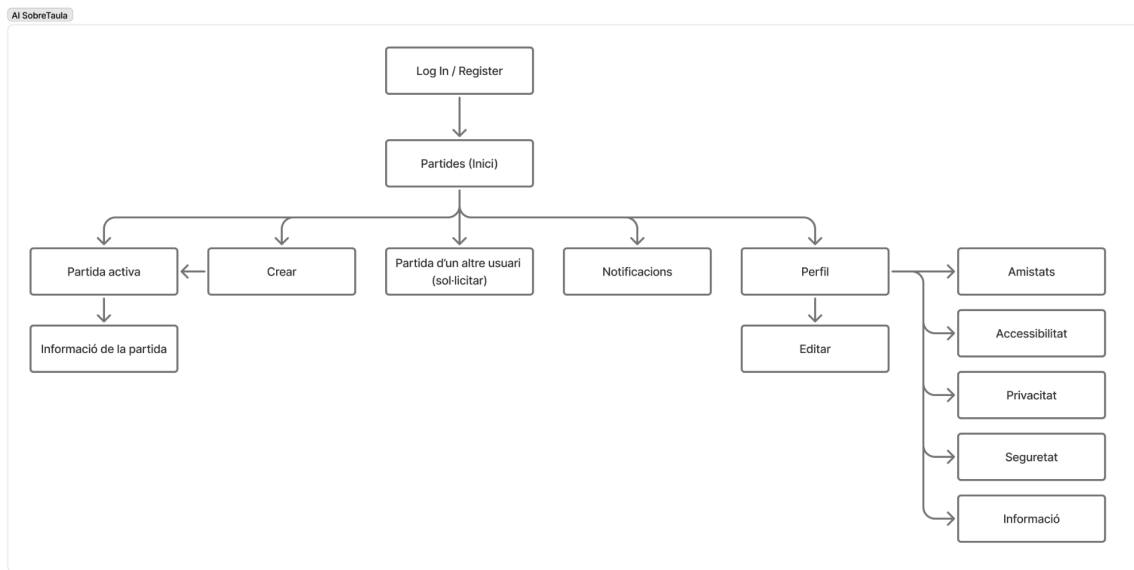
Aquest comportament dinàmic ajuda a mantenir una navegació fluida i enfocada, ja que evita sobrecarregar la pantalla principal i permet que l'usuari decideixi quin nivell de detall necessita en cada moment.

5.1. Esquema de la arquitectura de la información

L'arquitectura de la informació és un factor molt important tant en l'experiència d'usuari (UX) com en el posicionament als motors de cerca (SEO).

Després de fer una recerca prèvia dels competidors, s'ha desenvolupat un esquema de l'arquitectura de la informació (AI).

Fig 35. Esquema de la arquitectura de la informació de SobreTaula.



Font pròpia.

Aquesta arquitectura busca que, un cop dins del compte, els usuaris accedeixin directament a la llista de partides, de manera que es redueixin els passos per trobar-ne una. Així, cada vegada que obrin l'aplicació podran veure l'oferta disponible, fomentant la creació de noves partides.

6. Disseny d'interacció

El disseny d'interacció se centra en definir tots aquells elements i punts del lloc web amb els quals els usuaris establiran contacte. És fonamental garantir que aquesta interacció sigui intuïtiva i clara per evitar confusions, amb l'objectiu de proporcionar una experiència satisfactòria i evitar la pèrdua d'usuaris durant el recorregut.

6.1. Resultats d'Investigació

Durant l'etapa d'investigació duta a terme en el projecte, s'han pogut identificar els punts febles dels projectes que orbiten al voltant de SobreTaula.

La definició del projecte ha permès establir uns límits, uns objectius i les necessitats que cal cobrir, cosa que ha ajudat, al llarg de la investigació, a determinar quins punts són essencials per al producte final. Estipular quin tipus d'usuari es vol abordar, quines hipòtesis es plantegen, quin resultat s'espera dels usuaris i altres aspectes treballats en el UX Canvas ha permès tenir un enfocament més clar durant altres processos metodològics.

Un dels casos és la definició del públic objectiu: tenir clar el propòsit del projecte ha ajudat a detectar que existeixen dos tipus de públic per a SobreTaula. El fet que un d'ells tingui poca experiència i l'altre en tingui molta ens ha dut a la decisió de crear una interfície fàcil d'utilitzar però amb opcions que optimitzin l'ús per a aquelles persones amb més experiència en el sector.

Durant l'estudi de mercat, es va descobrir la manca de projectes amb objectius similars als de SobreTaula, fet que va posar de manifest el seu potencial. Tot i així,

l'anàlisi d'altres projectes amb objectius semblants ens va permetre investigar com es realitzaven les tasques més importants i en quins punts les interfícies fallaven o bé creaven punts clau.

Un dels aspectes més destacables és la barrera d'entrada present en tots els casos analitzats. Aquesta barrera fa referència al llenguatge i a la manera com es distribueix la informació, ja que moltes aplicacions estan orientades a usuaris amb experiència prèvia en aplicacions similars o amb coneixements d'informàtica, com és el cas de Discord.

S'ha pogut constatar que un dels principals problemes del sector és la gran varietat d'aplicacions existents per a funcions específiques, combinada amb la manca de detall i manteniment de les aplicacions oficials dels creadors. Un exemple clar és Magic: Companion, una aplicació que hauria de ser un referent però que es percep com abandonada i amb poc treball pel que fa a una interfície interactiva i accessible per als usuaris.

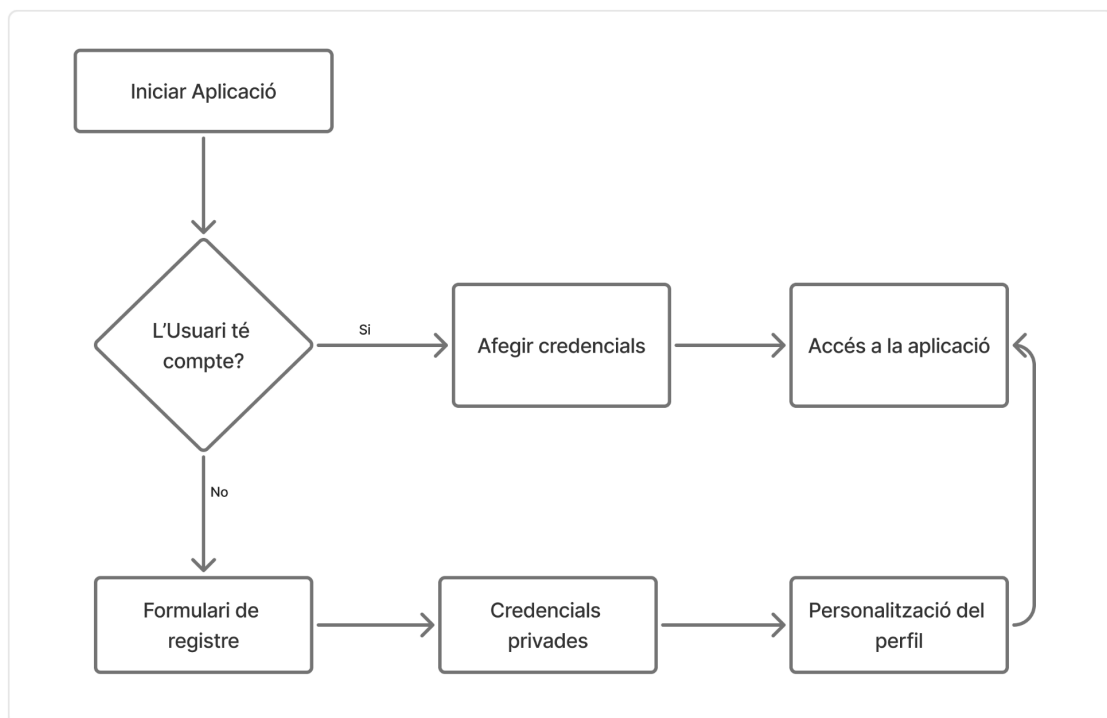
També s'ha detectat la gran importància de la creació de perfils personalitzats. Els usuaris volen poder adaptar el seu espai per diferenciar-se dels altres i mostrar quin tipus de jugador són només amb una ullada al perfil. A més, s'han identificat altres detalls rellevants en la socialització entre usuaris, com ara la possibilitat de crear un xat per partida, on es pugui compartir informació abans de trobar-se.

Si vols que et doni una versió més formal o més adaptada a un treball acadèmic, també la puc revisar en aquest sentit.

6.2. Diagrames de flux d'usuari

Abans de plantejar visualment una proposta de disseny d'interacció (IXD), és essencial tenir ben definits els camins, passos i interaccions que faran els usuaris per dur a terme les accions principals. Per això, he desenvolupat diversos diagrames de flux que representen detalladament el procés de les accions més rellevants dins del lloc web.

Fig 36. Diagrama de flux de registre de SobreTaula.

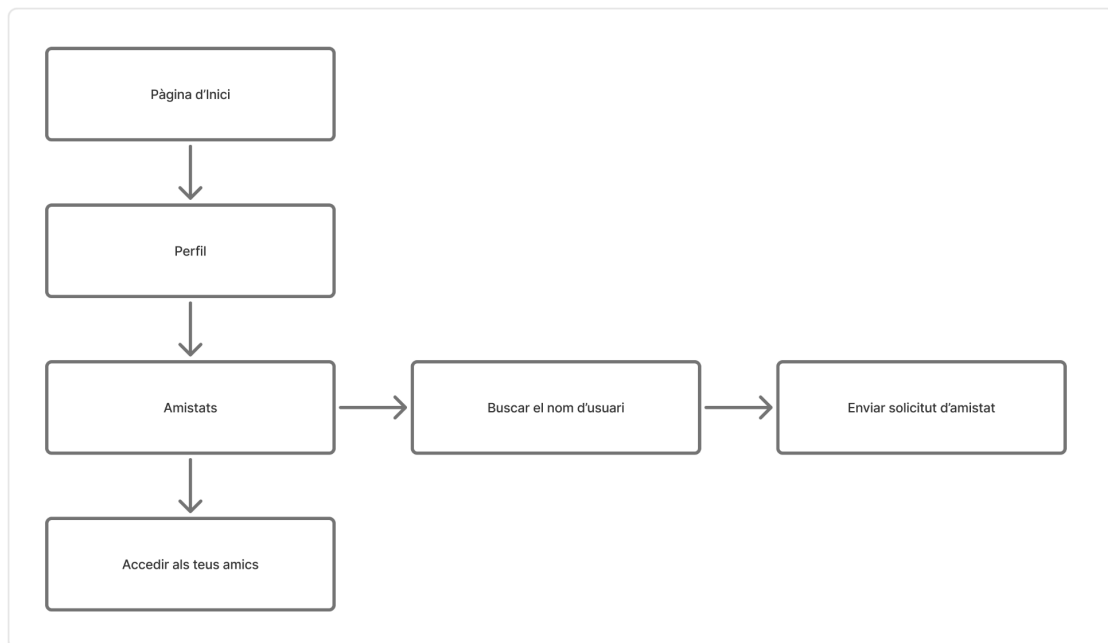


Font pròpia.

El registre de l'usuari és una tasca obligatòria per poder utilitzar l'aplicació. És per això que s'ha de realitzar el procés de manera que a l'usuari no li suposi un repte i sigui lleuger, per poder arribar abans a l'interior de l'aplicació.

Per agilitzar aquells usuaris que tornen a l'aplicació, existeix l'opció d'iniciar sessió i estalviar tot el procés de creació del compte.

Fig 38. Diagrama de flux d'amistats de SobreTaula.

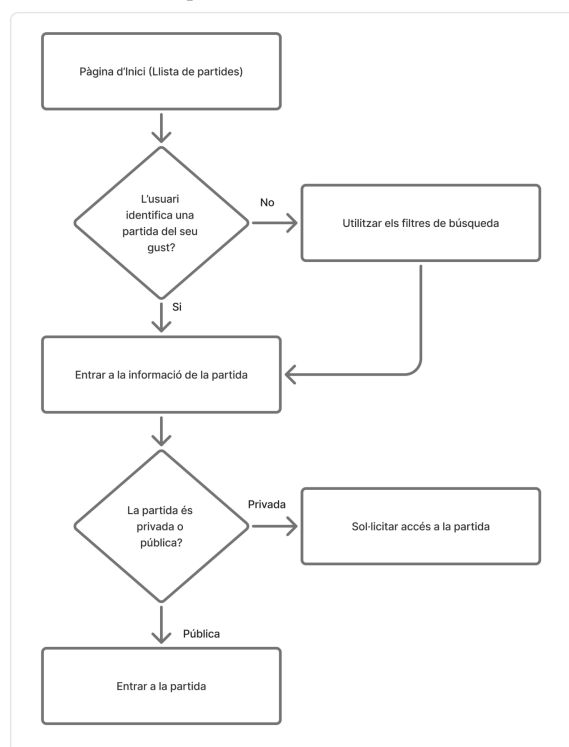


Font pròpia.

Durant el *benchmark* de Discord es va analitzar el sistema per afegir amics dins la plataforma, i s'ha decidit incorporar aquesta funcionalitat per tal de millorar el prototip final.

El sistema d'amistats té com a objectiu que els usuaris amb experiència en el joc de cartes i amb una petita comunitat puguin utilitzar l'aplicació per formalitzar les quedades i agilitzar, mitjançant filtres, la cerca de les partides que ells mateixos creen.

Fig 39. Diagrama de flux per buscar i trobar partida de SobreTaula.



Font pròpia.

El sistema per buscar o trobar a una partida (directament des de la pantalla inicial) ha de ser ràpid i fàcil, ja que és el valor principal de l'aplicació. Aquesta acció es pot dur a terme tan bon punt l'usuari accedeix a l'aplicació, ja que la pantalla principal actua també com a punt d'inici, de manera similar als xats de WhatsApp.

Uns filtres analitzats previament amb professionals del sector fomenten que els usuaris consgueixin trobar el que volen exactament sense haver de configurar moltes variables.

L'usuari pot configurar la partida perquè sigui privada o pública. En cas que sigui privada, els usuaris hauran d'enviar una sol·licitud per ser acceptats i, un cop aprovats, podran accedir a la partida. Si és pública, no cal fer cap pas previ per entrar-hi. També existeix la possibilitat de configurar la partida perquè només sigui visible per als amics del creador.

6.3. Wireframing

El wireframing és una etapa fonamental dins del procés de disseny d'interfícies, ja que serveix com a esbós inicial que defineix l'estructura i jerarquia de la informació en una pantalla, sense entrar encara en detalls visuals com els colors, tipografies o imatges. Es tracta d'una representació esquemàtica que permet validar ràpidament idees, entendre el flux de navegació i assegurar-se que l'experiència d'usuari és coherent i funcional abans d'invertir temps en el disseny definitiu.

Aquestes maquetes bàsiques poden anar des de dibuixos a mà ràpids fins a prototips digitals interactius, segons el grau de detall necessari i el moment del projecte. En el cas de SobreTaula, he decidit treballar directament amb Figma per construir els wireframes, ja que m'ofereix flexibilitat per iterar i fer canvis fàcilment.

Aquesta fase també m'ha servit per posar en pràctica tot allò que he après durant la recerca prèvia: he pogut traslladar necessitats detectades, comportaments dels

usuaris i propostes d'intel·ligència artificial a una estructura clara i orientada a l'ús real.

Els wireframes es poden trobar al següent enllaç:

<https://www.figma.com/design/zVV056Bk17w4TT1nfe9EZd/SobreTaula-Lean-UX-Canvas?node-id=170-431&t=cEn8aIV9ei00CPD8-1>

6.3.1. Wireframe de mitja fidelitat

Són utilitzades com una primera proposta per representar gràficament l'arquitectura de la informació de l'aplicació. La intenció és oferir més informació que en un wireframe de baixa fidelitat i entrar en detall en alguns elements i en com es visualitzen en el resultat final.

Les interfícies dissenyades per al wireframe corresponen a les funcionalitats essencials per al funcionament de l'aplicació. Les interfícies realitzades són les següents:

- Formularis de registre 1, 2 i 3
- Pàgina principal (llistes de partides)
- Crear partida
- Sol·licitar partida
- Informació de la partida
- Xat
- Notificacions
- Perfil

- Editar perfil
- Amics

Wireframe de mitja fidelitat Registre

Per utilitzar l'aplicació de SobreTaula és essencial disposar d'un compte a la plataforma, ja que totes les tasques que l'usuari pot realitzar-hi depenen de tenir aquest compte.

En la investigació prèvia al disseny, s'han identificat dues maneres principals d'introduir el registre. Una d'elles permet a l'usuari navegar per l'aplicació i executar algunes de les seves funcions sense haver iniciat sessió. En aquest cas, les opcions de registre o inici de sessió queden amagades en un menú desplegable. En el segon cas, hi ha aplicacions que deneguen l'accés si no hi ha cap sessió iniciada, i presenten directament a l'usuari les opcions d'inici de sessió i registre com si es tractés d'una barrera d'entrada.

Tenint en compte les decisions preses durant el desenvolupament de SobreTaula, s'ha optat per mostrar l'inici de sessió i el registre com una barrera d'entrada a l'aplicació.

Fig 40. Wireframe de mitja fidelitat del formulari de registre de SobreTaula.

Font pròpia.

A la primera interfície es mostra una intenció clara: que els usuaris que tornin a l'aplicació puguin accedir-hi directament i evitar processos innecessaris. En una segona opció, l'usuari pot iniciar el procés de registre.

Aquest formulari de registre busca ser molt clar i demanar només la informació mínima necessària per a la creació d'un compte, agilitzant així el pas de l'usuari per aquesta pantalla. Un cop l'usuari ha proporcionat la informació bàsica del seu compte privat, accedeix a una segona pantalla on pot personalitzar el seu perfil públic. L'objectiu de presentar aquesta segona pantalla és que, un cop el perfil estigui

complet, l'usuari pugui començar a utilitzar l'aplicació sense necessitat de tornar a la seva pestanya de perfil.

Wireframe de mitja fidelitat Home

Quan parlem de la *Home page*, ens referim a la pantalla que probablement rebrà més visites dins de la nostra aplicació. Cada vegada que un usuari accedeix a l'aplicació, aterra en aquesta pantalla.

En altres aplicacions analitzades en el *benchmark*, s'han identificat *Home pages* que no ofereix cap tipus d'informació rellevant, fet que portava l'usuari a voler abandonar aquella pantalla. En altres casos, però, la *Home page* s'utilitza com un centre d'accés a les accions disponibles dins de l'aplicació.

En el cas de SobreTaula, s'ha optat per utilitzar la *Home page* com la pantalla on es mostren les partides, és a dir, el punt d'inici de tota l'activitat de l'usuari. En aquesta interfície es persegueixen dos objectius:

- Que l'usuari pugui començar una partida amb el mínim nombre de clics: una acció ràpida.
- Que l'usuari pugui accedir a partides actives sense necessitat de canviar d'interfície.

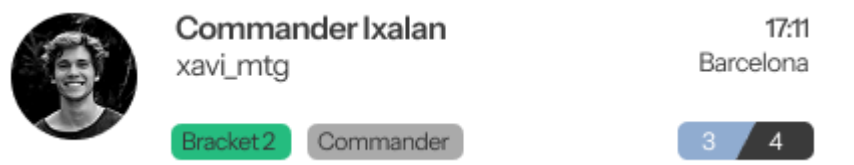
Fig 40. Wireframe de mitja fidelitat de la Home page de SobreTaula.



Font pròpia.

Els elements principals d'aquesta pantalla són les diferents targetes de partida que es despleguen al llarg de la interfície. Aquestes targetes tenen com a objectiu mostrar la informació necessària perquè l'usuari pugui determinar quina partida vol unir-se. El procés de selecció de variables o etiquetes que ajuden en l'elecció de partides —un aspecte extret del marc teòric del projecte— es va resoldre en l'entrevista esmentada anteriorment.

Fig 42. Targeta de partida de SobreTaula.



Font pròpia.

Així doncs, les targetes utilitzades en la *Home page* mostren informació com el nom de la partida, el nom d'usuari del creador, l'hora d'inici, la ubicació, la capacitat i etiquetes afegides pel creador com a informació extra.

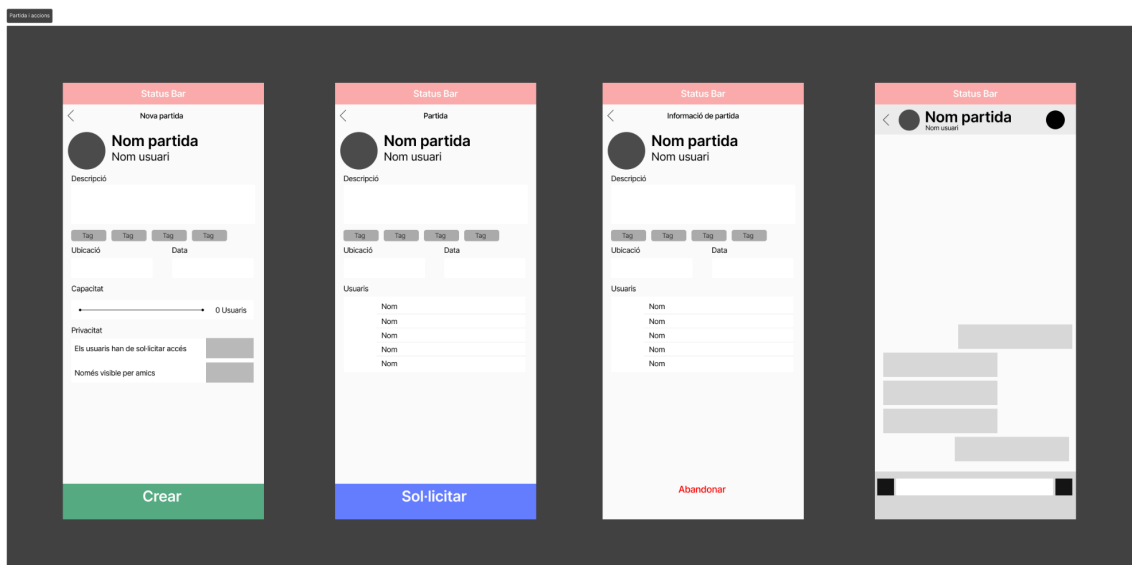
Un altre element destacat en la *Home page* és el motor de cerca, que incorpora filtres predefinits ajustables per l'usuari.

Finalment, també hi ha l'element de partida activa, que permet als usuaris que ja formen part d'una partida en curs accedir-hi directament. En aquest element trobem el color verd que destaca els objectes actius, tant la partida activa, com la secció en la que està l'usuari en la barra inferior.

6.3.3. Wireframing de mitja fidelitat Partida i accions

L'objectiu principal de SobreTaula es crear partides entre els usuaris, es per això que s'ha creat un sistema de pantalles al voltant de les partides per poder mesurar com serà l'experiència de l'usuari a la hora de crear, entrar i actuar dins de la partida.

Fig 43. Wireframe de mitja fidelitat del sistema de partides de SobreTaula.



Font pròpia.

Durant el procés de creació, s'han definit les característiques que es poden personalitzar en una partida. Algunes d'aquestes responen a un marc més contextualitzat en relació amb el joc de cartes, mentre que d'altres estan orientades a qüestions de privacitat o a proporcionar informació rellevant per a l'actuació dels usuaris.

Els creadors han d'establir un nom i una descripció per a la seva partida. Aquesta secció permet al creador explicar de manera més extensa com planteja la partida. A més, es poden afegir *tags* per donar més context a la descripció de la sala. També s'han de configurar la ubicació —obtinguda mitjançant un sistema GPS—, la data, la capacitat de la sala i les opcions de privacitat. A la part inferior de la pantalla, hi ha un botó per crear la partida.

Un altre element que apareix per primera vegada en aquest *wireframe* —i que estarà present en la majoria de pantalles— és la barra superior. Aquesta barra ofereix informació sobre la ubicació de l'usuari dins l'aplicació i permet tornar enrere. Compleix diverses funcions d'usabilitat, ja que ajuda l'usuari a saber on es troba i a recuperar-se en cas d'error.

A la segona pantalla es pot veure una partida des del punt de vista d'un usuari extern. La informació que se li mostra és una mica més detallada que la que apareix a les targetes de partida.

Un cop creada la sala, els usuaris tenen dues opcions. La primera és visualitzar la informació de la sala. Aquesta pantalla és similar a l'anterior, però afegeix la possibilitat d'abandonar la partida. L'altra opció —i última pantalla— mostra un xat que permet als usuaris concretar amb més precisió com es durà a terme l'esdeveniment. Aquesta funcionalitat sorgeix com una necessitat detectada durant l'entrevista realitzada en la fase d'investigació.

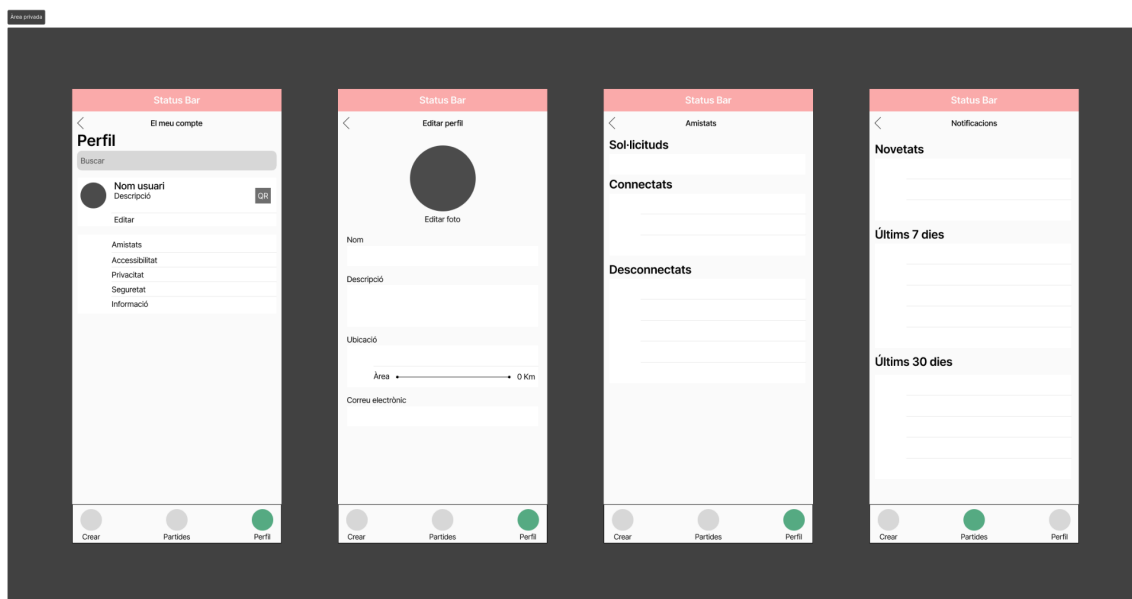
La disposició del xat s'ha inspirat en una petita investigació sobre aplicacions de missatgeria com WhatsApp i Telegram, d'on s'ha extret informació sobre la forma en què es mostren els missatges, els usuaris i la informació del xat.

Wireframe de mitja fidelitat Àrea privada

La creació d'un compte permet una personalització ajustada a cada usuari, i per tant un sistema on l'usuari pugui ajustar com es comporta l'aplicació amb la seva interacció. El disseny de la àrea privada de l'usuari tracta de planificar un espai on

l'usuari pot organitzar i personalitzar els seus elements. Dins del wireframe s'han elaborat pantalles per la personalització del perfil, pantalla de notificacions i sistema d'amistats.

Fig 43. Wireframe de mitja fidelitat del d'Àrea privada de SobreTaula.



Font pròpia.

Un cop l'usuari accedeix a l'àrea privada, se li presenta una pantalla principal de perfil des de la qual pot accedir a diverses funcionalitats. En aquesta secció es plantegen opcions de configuració relacionades amb el perfil i el sistema d'amistats, així com apartats d'accessibilitat, privacitat, seguretat i informació. Aquestes quatre últimes seccions no es desenvolupen en detall, ja que no estan directament relacionades amb l'objectiu principal del projecte.

Pel que fa a l'accessibilitat, aquesta es deixa en mans del desenvolupament del producte final, on es podria suggerir la incorporació de funcionalitats com l'activació de *Text-to-Speech* o altres eines que millorin l'experiència d'usuari.

L'opció d'editar el perfil connecta amb una segona pantalla on es mostra la informació rellevant de l'usuari. Part d'aquesta informació es manté en altres seccions, com la de seguretat pel que fa a la contrasenya, mentre que en aquesta pantalla es prioritzen camps més enfocats a la construcció d'un perfil públic i social.

Dins d'aquesta àrea privada, també s'inclou un sistema d'amistats que permet a l'usuari connectar amb altres usuaris. Gràcies a aquest sistema, la llista de partides es pot personalitzar en funció de l'entorn social de l'usuari, permetent filtrar per amics o convidar-los directament a les seves partides. Aquest sistema es complementa amb una pantalla de notificacions, on l'usuari pot consultar les interaccions rebudes i missatges del sistema.

A la pantalla d'amistats s'ha optat per mostrar els usuaris en tres blocs diferenciats: usuaris connectats, desconnectats i aquells amb sol·licituds pendents d'acceptació o rebuig per part de l'usuari. La pantalla de notificacions, per la seva banda, es divideix en tres apartats que organitzen els missatges segons la seva temporalitat.

6.3.2. Wireframe d'alta fidelitat

El *wireframe* d'alta fidelitat persegueix essencialment els mateixos objectius que el de mitja fidelitat, però amb un nivell de detall molt més elevat pel que fa als elements de

la interfície d'usuari (UI). Aquest detall pot abastar tant aspectes visuals, com els estils, com també les interaccions entre els diferents components de la interfície.

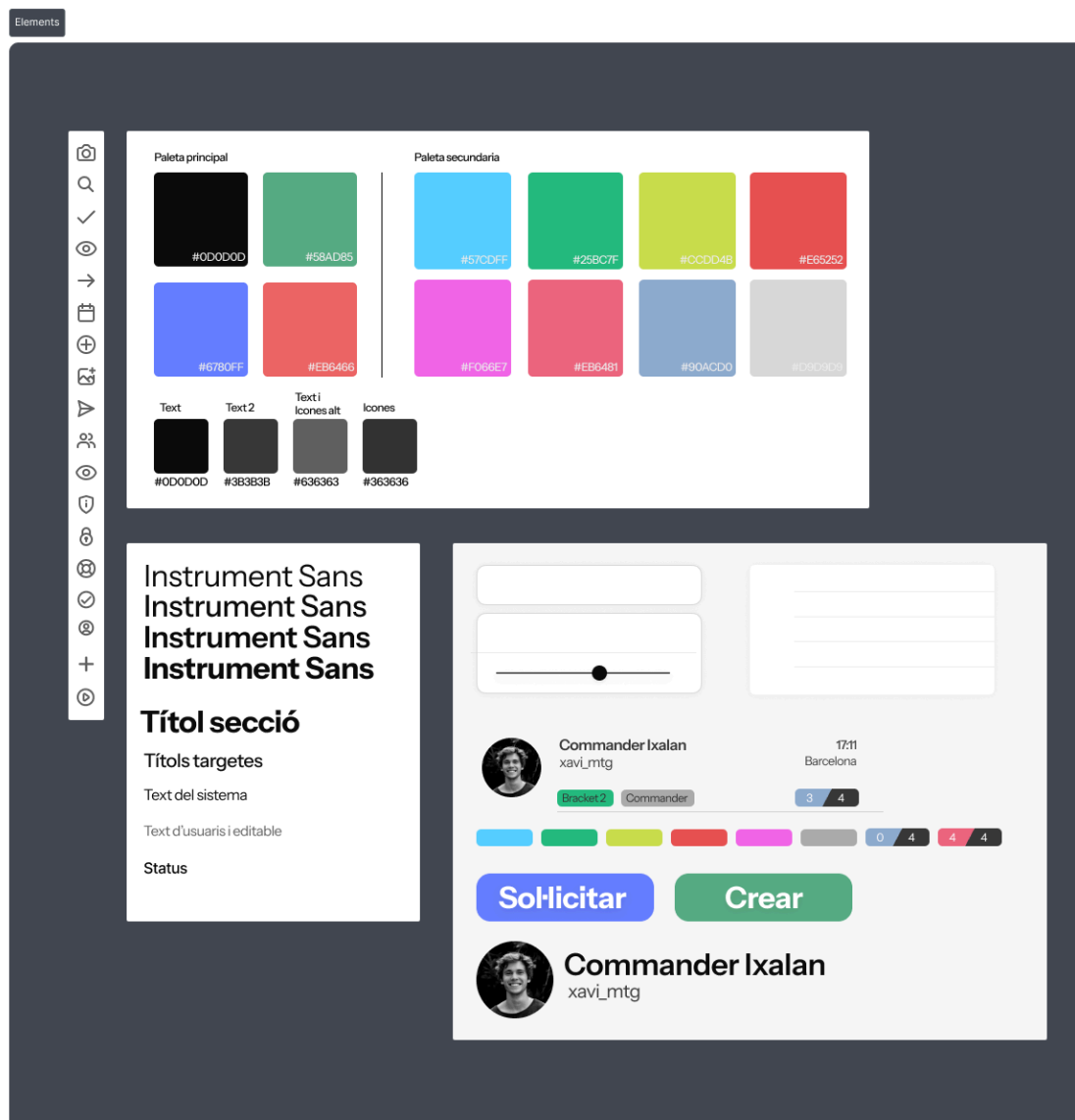
En el cas de SobreTaula, s'han replicat les mateixes interfícies explorades en el *wireframe* de mitja fidelitat, però amb una representació visual més precisa i acurada.

Elements

Tenint en compte que l'objectiu del *wireframe* d'alta fidelitat és aproximar-se al màxim al resultat final del producte, s'ha desenvolupat un procés creatiu de disseny que ha donat lloc a la definició dels diferents elements que conformen la UI.

En aquest document es detallen aspectes com les tipografies utilitzades, els estils de botons i targetes, la paleta de colors, així com els conjunts d'ícones emprats.

Fig 44. Elements de disseny per a SobreTaula.



Font pròpia.

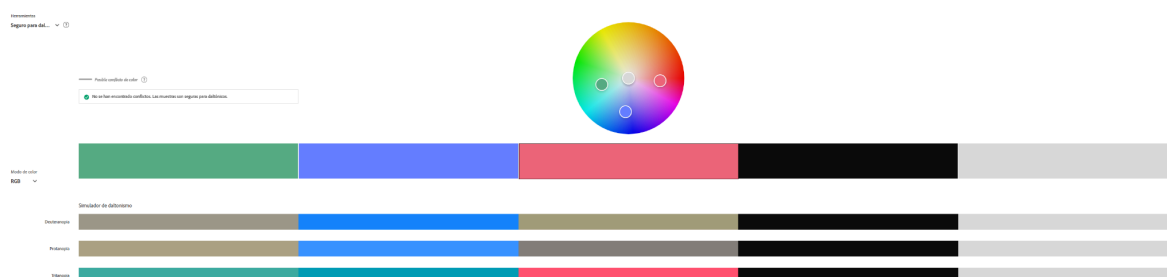
Pel que fa al disseny creatiu, s'ha optat per un estil minimalista i modern, similar al que predomina en les principals aplicacions actuals, especialment dins l'ecosistema iOS. L'elecció d'aquest estil respon al principi fonamental del minimalisme: obtenir els millors resultats utilitzant només els elements estrictament necessaris.

A aquest enfocament s'hi suma un disseny amb contrast tipogràfic respecte al fons i als elements visuals, amb l'objectiu de millorar l'accessibilitat, especialment per a usuaris amb dificultats visuals.

La paleta de colors no es basa en criteris merament estètics, sinó que té com a finalitat assignar significats funcionals als colors, representant estats o accions concretes per tal d'orientar l'usuari de manera intuïtiva. Els colors han estat escollits inspirant-me en els que utilitzen comunitats de Discord com *Infrecuentes* per indicar l'estat d'elements o d'usuaris.

Els colors seleccionats per a la tipografia tenen tots un nivell de contrast que compleix les pautes establertes per les WCAG (Web Content Accessibility Guidelines), que defineixen els requisits d'accessibilitat que ha de tenir una web per ser útil per a tothom. Pel que fa a la paleta de colors triada per als elements gràfics, és cert que alguns tons no compleixen els criteris per a ús en textos, però sí que són adequats per a elements visuals. Aquesta anàlisi d'accessibilitat s'ha dut a terme mitjançant l'eina d'Adobe per analitzar paletes de colors.

Fig 45. Prova d'accessibilitat per a daltonics en la paleta principal.



Font: Adobe Color (<https://color.adobe.com/es/create/color-accessibility>)

En aquesta prova s'analitzen els diferents colors de la paleta aplicant el filtre per a daltònics, de manera que no hi hagi cap conflicte entre colors i els usuaris puguin identificar-los com a colors diferents. L'anàlisi es realitza tenint en compte que el daltonisme amb grau de protanopia afecta el vermell, la deuteranopia el verd (tot i que sovint es confon amb el vermell) i la tritanopia, tot i que afecta de manera diferent, afecta principalment el blau.

Podem observar que el color vermell pot ser crític en el cas de la deuteranopia, ja que tendeix a percebre's més proper al verd. Després de l'anàlisi, podem veure que no crea conflicte amb les altres paletes, però per millorar l'accessibilitat, en un mode per a daltònics s'hauria d'utilitzar un color com el violeta, que s'ajusta millor a la deuteranopia.

Pel que fa als icones, s'han extret del paquet Kalai, desenvolupat pel grup Kalaiism i disponible a Figma. S'ha escollit aquest conjunt d'icones perquè estan dissenyats amb un enfocament minimalista i un ús reduït de detalls, complint eficaçment la seva funció, en línia amb l'estil de disseny adoptat en el desenvolupament del wireframe d'alta fidelitat.

La tipografia escollida és Instrument Sans, una sans-serif geomètrica variable dissenyada per Rodrigo Fuenzilada i Jordan Egstad, fruit de la col·laboració entre un dissenyador tipogràfic i un dissenyador UI. Aquesta tipografia busca oferir un equilibri entre precisió i formes creatives.

La raó per la qual he escollit aquesta tipografia és per la seva gran llegibilitat en diferents mides i pesos, i per la seva capacitat d'adaptar-se a diversos formats i

pantalles. Cal destacar que Instrument Sans compta amb una família tipogràfica amplia formada per 12 estils que combinen diferents pesos, amplada i cursiva, aspecte que permet jerarquitzar la informació utilitzar una sola tipografia al llarg de tot el disseny sense perdre varietat visual.

La raó per la qual he escollit aquesta tipografia és per la seva gran llegibilitat en diferents mides i pesos, i per la seva capacitat d'adaptar-se a diversos formats i pantalles. Cal destacar que Instrument Sans compta amb 12 estils que combinen pes, amplada i cursiva, cosa que permet utilitzar una sola tipografia al llarg de tot el disseny sense perdre varietat visual.

Per tal que la tipografia sigui accessible des de dispositius mòbils, s'ha utilitzat una mida mínima de cos de 16 px, ja que és la recomanació que estableixen les WCAG per a les tipografies. A més, s'han provat diferents mides i pesos tipogràfics per crear una jerarquia visual que acompanyi la jerarquia de la informació.

Fig 46. Mostra de la tipografia i la jerarquia d'estils utilitzats per al projecte.

Instrument Sans
Instrument Sans
Instrument Sans
Instrument Sans

Títol secció

Títols targetes

Text del sistema

Text d'usuaris i editable

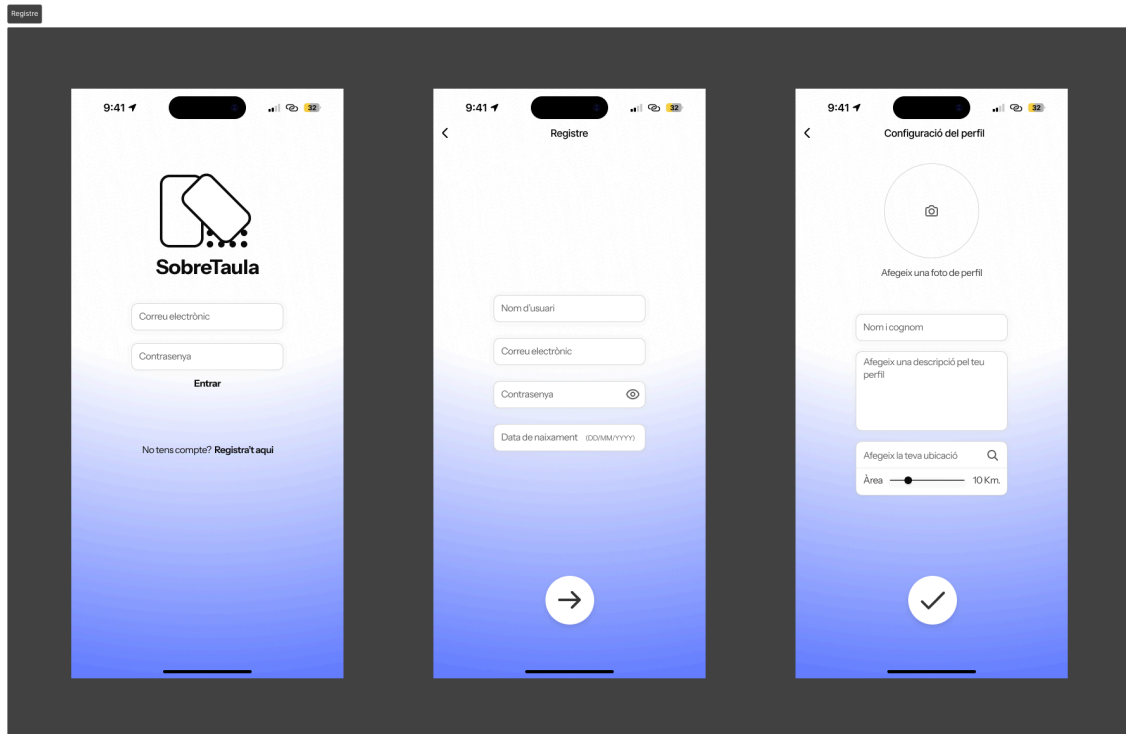
Status

Font pròpia.

En la majoria de pantalles, la informació es presenta dins de caixes —o, en termes de desenvolupament, *divs*— que es diferencien per un lleuger canvi de color més clar i una ombra exterior suau amb poca opacitat, que aporta dinamisme a la interfície. Els botons es troben en pastilles de color que indiquen clarament la seva funció. En alguns casos, es decideix no utilitzar una pastilla de color per remarcar la importància de l'acció o per evitar que els usuaris premin el botó per error.

Wireframe d'alta fidelitat Registre

Fig 47. Wireframe d'alta fidelitat del Registre de SobreTaula.

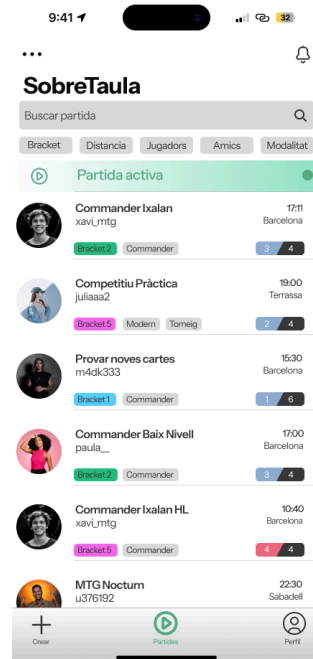


Font pròpia.

En el wireframe d'alta fidelitat s'ha seguit amb el disseny plantejat anteriorment. La paleta de permet la visualització dels elements de forma correcta. Els elements són lleugerment ressaltats amb un borde. També s'han detallat alguns elements com la ubicació i l'àrea en la que es busquen partides.

Wireframe d'alta fidelitat Home

Fig 48. Wireframe d'alta fidelitat de la Home page de SobreTaula.



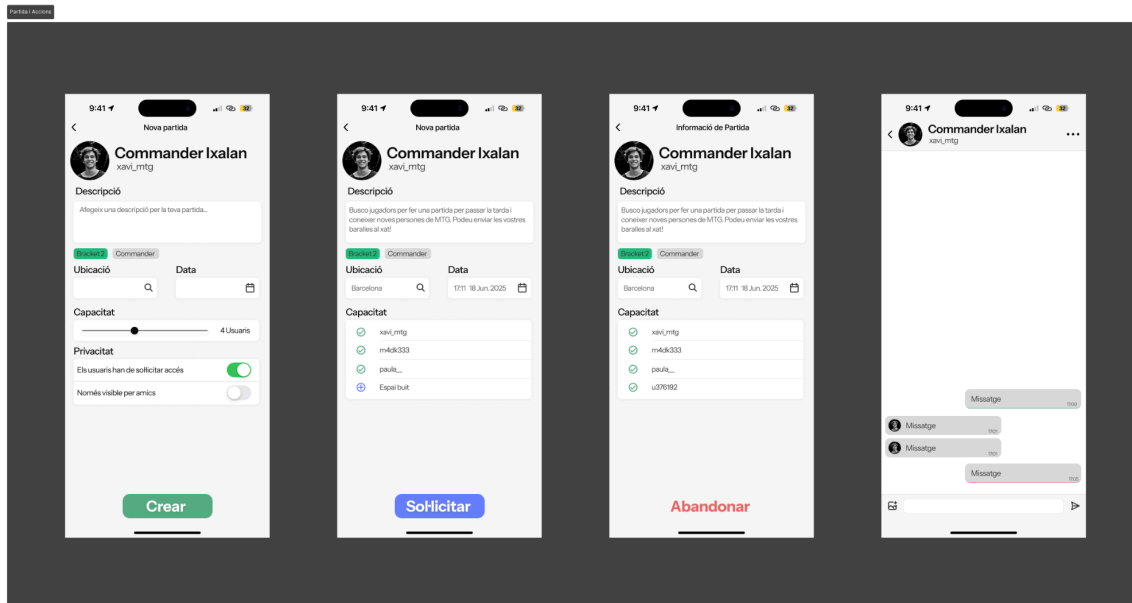
Font pròpia.

La home page detallada mostra com es combina la paleta de colors per donar informació. Dins de les targetes de partides podem veure com el tag de *Bracket* canvia de color segons el nivell d'aquest. El comptador de llocs de les sales també canvia depenent de si està ple o no.

Els filtres finalment han estat el *Bracket*, *Distancia*, *Jugadors* (capacitat), *Amics* (mostren només les partides creades per amics) i *Modalitat* (degut als diferents modes de joc que ofereix el joc de cartes).

Wireframe d'alta fidelitat Partida i Accions

Fig 49. Wireframe d'alta fidelitat del sistema de partides de SobreTaula.



Font pròpia.

Pel que fa al sistema de partides, es poden veure reflectits els colors esmentats anteriorment en els tags de Bracket. Els elements de Ubicació i Data es mostren amb una icona que permet utilitzar eines per seleccionar el valor del camp, com ara un mapa o un calendari. Per a la resta de camps, s'ha continuat utilitzant un slider per a la capacitat d'usuaris i els interruptors nadius del sistema iOS per a les opcions de Privacitat.

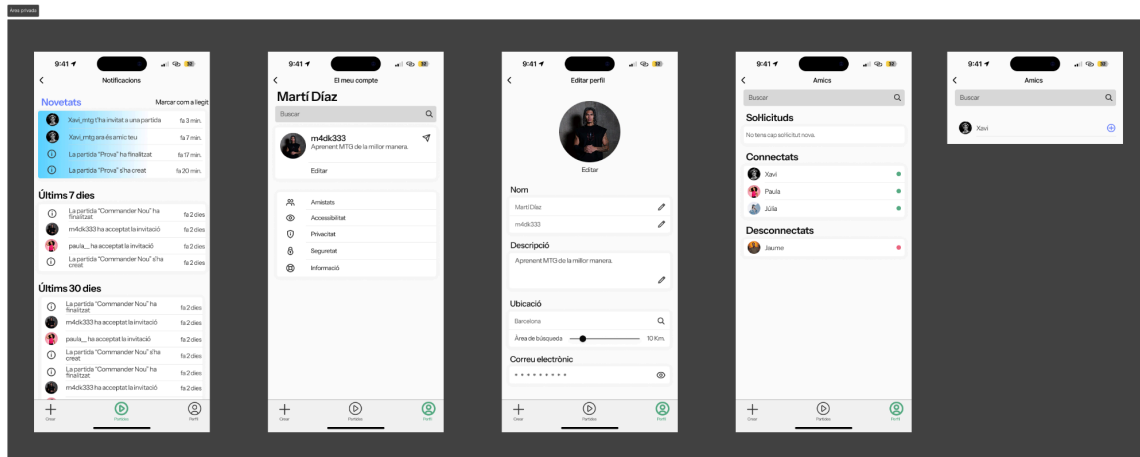
Els botons de Crear, Sol·licitar i Abandonar es presenten de manera diferent segons la seva funció. En els casos de Crear i Sol·licitar, s'utilitza un botó en forma de pastilla de color que capta l'atenció de l'usuari. El color indica l'estat de l'acció: el

verd representa un èxit, ja que la partida passaria a estar activa, mentre que el blau indica un estat tentatiu, ja que depèn de l'acció d'un altre usuari. En el cas del botó Abandonar, no s'utilitza cap pastilla de color per tal que sigui menys visible i evitar que els usuaris hi facin clic per error.

Per a la pantalla de xat, s'ha seguit la línia de recerca realitzada en aplicacions de missatgeria automàtica, amb l'objectiu de mantenir la coherència d'ús i experiència

Wireframe d'alta fidelitat Àrea privada

Fig 50. Wireframe d'alta fidelitat de l'àrea privada de SobreTaula.



Font pròpia.

Les pantalles de l'Àrea privada segueixen la mateixa línia de disseny que la resta de l'aplicació. Cal destacar la pàgina de Notificacions, on les novetats es ressalten en color blau, i s'ha incorporat un nou botó a la part superior dreta que permet marcar totes les novetats com a llegides.

Pel que fa al sistema d'amics de l'aplicació, s'ha millorat afegint un petit cercle de color que indica l'estat del jugador. També s'ha incorporat un sistema de cerca per afegir usuaris com a amics; la sol·licitud apareixerà a la pestanya de notificacions.

7. Conclusions

Al llarg de tot aquest treball, he tingut l'oportunitat d'aprendre i experimentar de primera mà els passos necessaris per dur a terme una proposta completa de UX, AI i UI per a una aplicació, fonamentada en la recerca i l'experimentació.

El procés m'ha portat a viure diferents experiències i afrontar reptes que no només m'han ajudat a millorar la proposta, sinó que també han aportat informació valuosa que s'ha aplicat directament en el wireframe final. Més enllà de superar dificultats, aquest recorregut m'ha permès connectar amb persones del sector que m'han orientat i ajudat a millorar la meua proposta, fins a assolir el resultat final.

La fase de recerca prèvia al desenvolupament del disseny —amb pràctiques com els benchmarks, les proves heurístiques o la definició dels perfils d'usuari— demostra que el resultat final no és només una suma de formes i colors col·locats en una pantalla, sinó una construcció pensada i argumentada. Cada element té una raó de ser, i l'entorn està concebut perquè l'usuari pugui assolir els seus objectius sense haver de pensar en com funciona l'aplicació.

Si faig una ullada enrere, a la primera idea del projecte, on només pretenia dissenyar una interfície sense ser conscient de la quantitat d'estudi i anàlisi que hi ha darrere de cada producte digital que utilitzem diàriament, puc afirmar que tant l'estudi previ com el benchmark han estat clau per aconseguir un millor resultat.

És cert que, a primera vista, tot aquest procés pot semblar llarg i complex. Tot i tractar-se d'un treball de final de grau amb recursos limitats i una recerca acotada, han estat necessaris mesos d'anàlisi per comprendre profundament tant la competència com el públic objectiu. El gran repte ha estat transformar tota aquesta informació en una proposta de valor que aportí una experiència útil, accessible i diferenciadora per als usuaris. Aquest objectiu s'ha materialitzat en un disseny d'interfície rigorós, fonamentat en coneixements de disseny d'interacció, usabilitat, accessibilitat i principis com els heurístics de Nielsen o les lleis de Norman, per tal de crear una aplicació clara, funcional i atractiva.

Tot i les dificultats trobades durant el procés —com la manca de competència directa en un mercat encara poc explorat—, s'ha aconseguit formular una proposta amb potencial per generar un impacte positiu en el públic objectiu i millorar la seva experiència dins aquest entorn.

7.1. Futures actuacions

Existeix una sèrie de millores que es poden desenvolupar per continuar amb el projecte. Principalment, cal dur a terme una etapa de *testing* del prototip amb els usuaris, que pot incloure la realització de proves, focus groups o fins i tot un estudi

de diari per fer un seguiment més detallat dels usuaris. Un cop finalitzada la fase de *testing*, s'hauria de valorar els resultats i aplicar-los al producte per ajustar-lo millor a les necessitats detectades.

Algunes de les decisions de disseny preses durant el projecte constant de llibreries públiques, com en el cas dels icones, i es podria desenvolupar un disseny de marca per completar la cara visible del projecte.

En un futur, m'agradaria presentar el projecte de manera més pública per captar inversors i formar un equip que permet desenvolupar l'aplicació. Durant el procés de recerca d'aquest projecte, he descobert la manca de serveis com aquest en el sector estudiat i la quantitat d'usuaris que busquen una plataforma que compleixi aquestes expectatives.

8. Bibliografia

Galloway, S. (2017). *El ADN secreto de Amazon, Apple, Facebook y Google*. Editorial Conecta.

Garrett, J. J. (2011). *The elements of user experience: User-centered design for the web and beyond*. New Riders.

Leone, G. D. (2023). *Las leyes de la Gestalt: La psicología de la percepción* (1a ed.). Devian.

Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things*. MIT Press.

Wu, T. (2016). *The attention merchants: The epic scramble to get inside our heads*. Knopf.

9. Webgrafia

Babich, N. (2019, October 13). Diary studies: Understanding long-term user behavior.

Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/diary-studies/>

Busquets, C. (s.f.). *Arquitectura de la información: qué es y cómo hacerlo*. uiFromMars.

Recuperado el 21 de mayo de 2025, de

<https://www.uifrommars.com/arquitectura-de-la-informacion/uiFromMars+1uiFromMars+1>

Cleveroad. (s.f.). *Arquitectura d'aplicacions web*. Recuperat de

<https://www.cleveroad.com/blog/web-application-architecture/>

Hotjar. (s.f.). *Anàlisi UX: com mesurar l'efectivitat dels teus dissenys*. Recuperat de

<https://www.hotjar.com/es/disenio-ux/analisis/>

Ida. (s.f.). *Diferències entre aplicació web i lloc web*. Recuperat de

<https://blog.ida.cl/estrategia-digital/diferencias-aplicacion-web-sitio-web/>

Interaction Design Foundation. (s.f.). Principis de la Gestalt. Recuperat de

<https://www.interaction-design.org/literature/topics/gestalt-principles>

Jaime, J. (s.f.). Teoria de la Gestalt. Recuperat de

<https://heyjaime.com/blog/teoria-de-la-gestalt/>

Nielsen Norman Group. (s.f.). La definició d'experiència d'usuari (UX). Recuperat de

<https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>

Nielsen Norman Group. (s.f.). Les deu heurístiques d'usabilitat. Recuperat de

<https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

Rekhi, S. (2017). Els principis de disseny d'interacció de Don Norman. Recuperat de

<https://medium.com/@sachinrekhi/don-normans-principles-of-interaction-design-51025a2c0f33>

Universitat de Barcelona. (s.f.). Unitat 2: Tema 2.2.2. Max Wertheimer i els seus

principis de la psicologia de la percepció. Recuperat de

[http://www.ub.edu/psicologia_ambiental/unidad-2-tema-2-2-2#:~:text=Max%20Wertheimer%20\(quien%20public%C3%B3%20su,Koffka%20son%20sus%20principales%20representantes](http://www.ub.edu/psicologia_ambiental/unidad-2-tema-2-2-2#:~:text=Max%20Wertheimer%20(quien%20public%C3%B3%20su,Koffka%20son%20sus%20principales%20representantes)

WebAIM. (s.f.). La perspectiva de l'usuari. Recuperat de

<https://webaim.org/articles/userperspective/>

World Wide Web Consortium (W3C). (s.f.). WCAG - Web Content Accessibility

Guidelines. Recuperat de <https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/wcag/>

9. Annexos

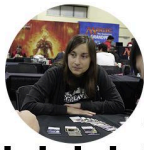
9.1. Accés al prototip

<https://www.figma.com/design/zVV056Bk17w4TT1nfe9EZd/SobreTaula-Lean-UX-Canvas?node-id=66-3&t=ajBw8suqrycmufiy-1>

9.2. Lean UX Canvas

1. Problema de negoci - Els nous jugadors del sector tenen dificultats per conèixer altres jugadors. - No existeix un sistema per trobar llocs on jugar. - Les aplicacions que compleixen objectius semblants no ofereixen una bona experiència i acaben en desús.	2. Usuaris - Jugadors nous, casuals i experimentats del joc de cartes Magic: The Gathering. No hi ha cap franja d'edat. - Botigues i locals on es juga el joc que busquin donar accés a nous jugadors als seus espais. - Jugadors que estan fora de la seva zona habitual i volen trobar llocs on jugar.	3. Resultat del negoci - L'aplicació té una densitat d'usuaris que permet la creació de taules a diari. - Popularitzar la proposta i trobar perfils per crear un equip de desenvolupament. - Capital per poder avançar en el projecte
4. Resultat pels usuaris - Integrar nous jugadors en el hobby. - Augment en el coneixement dins la cultura popular d'aquest hobby. - Col·laboració amb les botigues i locals per tal de promocionar els espais.	5. Suposicions clau - Els usuaris volen saber el nivell dels altres jugadors per poder trobar un lloc on s'adeqüi al seu nivell. - Els jugadors volen estar poc temps dins l'aplicació per tal de passar ràpid a la partida. - L'aplicació ha de presentar una manera senzilla de donar a entendre les característiques de la taula de joc.	6. Hipòtesis més arriscada - Una categorització dels jugadors segons el nivell oficial del hobby pot facilitar partides entre jugadors competitius. - Utilitzar arquetips de jugadors (donats oficialment pels creadors del joc) pot facilitar partides als nous jugadors o els més casuals. - Poder parlar amb les persones abans de trobar-se ajuda a millorar l'experiència després d'utilitzar l'aplicació.
7. Experiments per fer - Tests heurístics de la competència. - Persona UX. - Anàlisi DAFO. - Test d'usabilitat. - Card Sorting. - Focus group.	8. Aprenentatge - De quina forma els jugadors estableixen les normes en una taula de joc. - Quins entorns virtuals (aplicacions, webs,...) han utilitzat previament els usuaris i de quina forma afecta al nostre projecte. - Quines diferenciacions hi ha dins del hobby que permetin personalitzar l'experiència.	SobreTaula Lean UX Canvas Definició de projecte Martí Díaz Colell 

9.3. Buyer Persona



Sandra 26
Creadora de contingut sobre el joc
Barcelona

background

Porta 10 anys jugant a Magic: The Gathering en botigues del Triangle Frik! de Barcelona.

Té un gran coneixement del joc de cartes i ha participat en algun torneig.

tags

Passió pel hobby
Coneix varies botigues de MTG
Juga casi cada dia
Consumeix contingut del joc

+ Objectius

Millorar el seu nivell dins del joc per aconseguir guanyar tornejos de més categoria.

Trobar jugadors del seu mateix nivell o superior amb qui jugar sense haver d'estar inscrit en un torneig.

Donar-se a conèixer a ella i al seu contingut audiovisual entre els jugadors.

Crear una petita comunitat de jugadors que volen millorar les seves partides a nivell professional.

+ Reptes

Disposa de molt temps per dedicar al joc, però no troba jugadors del seu nivell.

Alguns jugadors prefereixen no jugar amb ella, ja que té massa nivell per a ells.

A alguns jugadors els incomoda que vulgui gravar partides per a les seves xarxes socials.

+ Com ajudem?

La plataforma ofereix una selecció de taules de joc segons el nivell, utilitzant l'escala de nivells oficial de Wizards of the Coast.

Creació de sales o taules de joc on s'especifiqui que l'experiència consisteix a posar a prova baralles d'alt nivell.

Possibilitat de trobar taules de joc i jugadors que coincideixin amb el seu horari i la seva zona de joc.

Un espai on, abans de quedar per jugar una partida, pugui avisar si vol gravar l'experiència per a les seves xarxes.

“Millorar no és només jugar, també sortir de la teva zona de confort.”

“Vull crear un ambient professional dins de la taula de joc.”

“A vegades no trobo jugadors del meu nivell en els meus horaris.”



Xavi 17
Estudiant de batxillerat
Sabadell

background

Li agrada la saga de El Senyor dels Anells i alguns altres universos cinematogràfics de ficció.

Alguna vegada ha jugat a jocs de cartes, però no n'és un expert.

tags

Buscant persones amb qui jugar
Passar una bona estona amb gent nova
Poc temps pels estudis
Acaba d'entrar al hobby

+ Objectius

Trobar un lloc a prop d'on viu on poder jugar la seva primera partida de Magic: The Gathering.

Aprendre els conceptes bàsics del joc i les col·leccions disponibles.

Conèixer jugadors que estiguin preparant-se per la Selectivitat.

Entaular una conversa sobre El Senyor dels Anells.

+ Reptes

No sap amb quina baralla de joc començar a provar Magic: The Gathering.

No coneix llocs a prop d'on viu on es pugui jugar.

Li fa vergonya jugar amb jugadors més experimentats o més grans que ell.

Té un horari molt estret.

+ Com ajudem?

A part dels nivells establerts de manera oficial, podem trobar altres maneres d'expressar el nivell segons el tipus de joc.

Podem buscar taules de joc dins de la nostra zona de preferència i també adaptar-les als horaris de l'usuari.

Es pot especificar que és la seva primera vegada en el hobby i trobar jugadors disposats a explicar-li com funciona.

Alguns jugadors poden aconsellar-lo sobre quina baralla de joc comprar, i fins i tot descobrir-li la col·lecció oficial de El Senyor dels Anells.

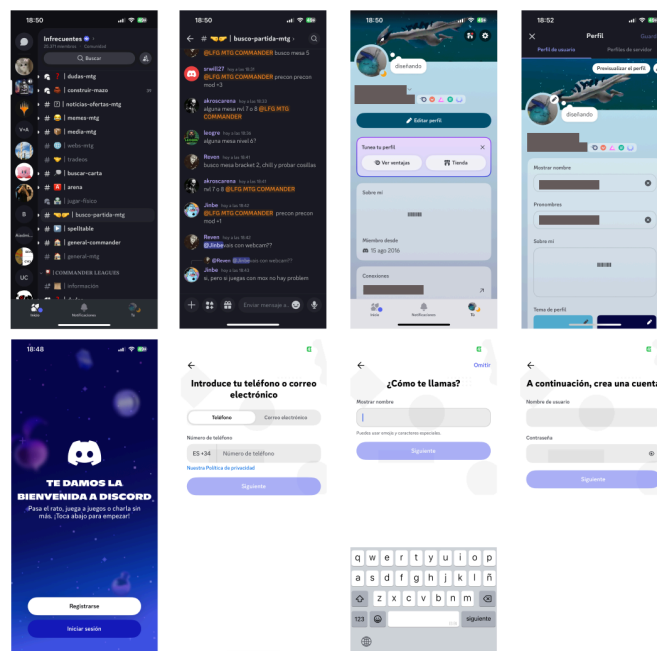
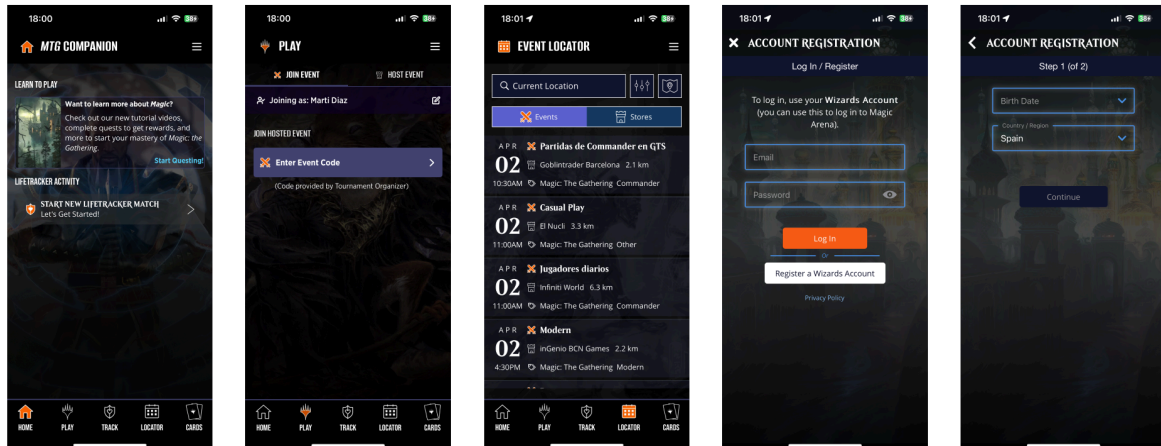
“M'agradaria saber jugar a *Magic* però no trobo la manera de començar.”

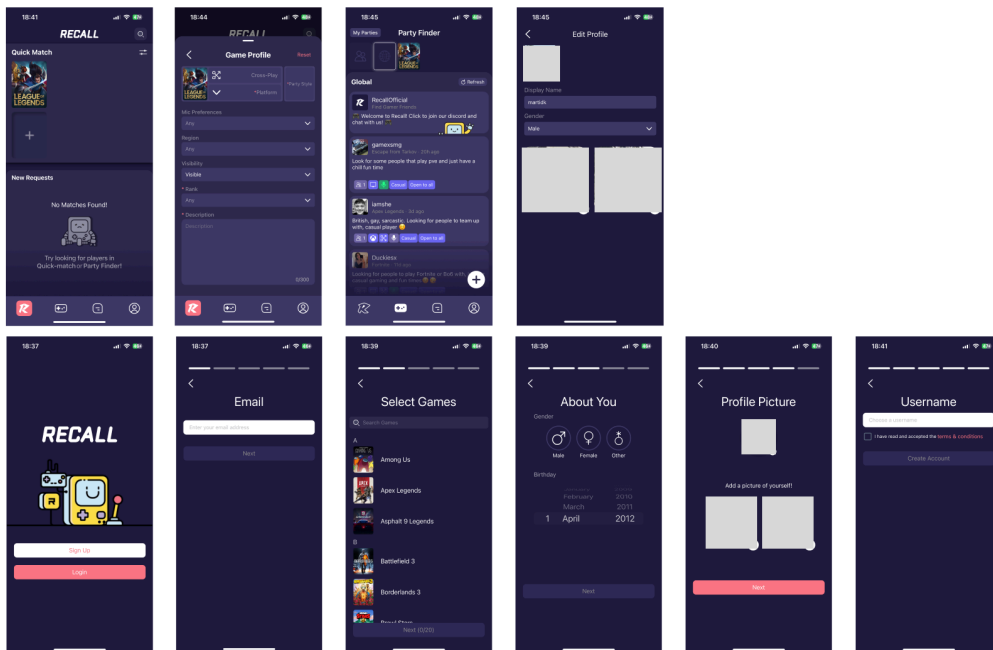
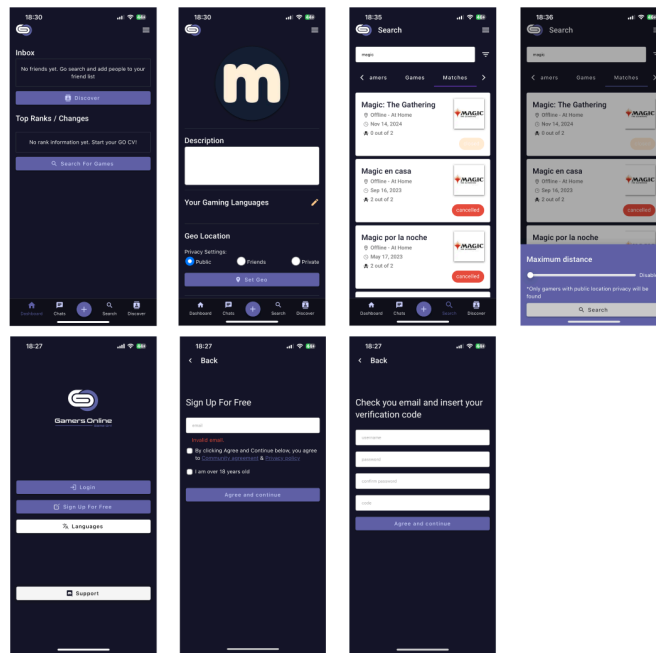
“Hi han moltes baralles per començar i vull una que s'adapti al meu estil.”

“Vull passar una bona estona a la taula de joc i trobar gent amb qui parlar.”



9.4. Pantallas de Matrius OTI





9.5. Test heurístico

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1W2HZrK1vwemF4yTCQXclbjV54W71KX3UkDNH5sTv_70/edit?usp=sharing

9.6. Entrevista Becario de Urza

Preguntas

- **Una introducción de quién eres y qué haces.**

Soy Óscar, la persona detrás del canal de YouTube “El Becario de Urza” dónde subo videos sobre Commander con el objetivo de ayudar a la gente a disfrutar del formato, debido a un componente social que hace interesante este juego. Soy una persona que le gusta mucho meterse hasta el fondo de las cosas y optimizar todo, empecé intentando ayudar a mis compañeros de mesa pero con el tiempo empecé a comentar estas cosas en YouTube.

- **Si estuvo durante la pandemia jugando, explicame como fue tu experiencia y cómo te adaptaste a las circunstancias.**

¿Conoces alguna plataforma dónde conocer nuevos jugadores o encontrar mesas?

No estuve durante la época de pandemia, pero el juego se movió a una plataforma lanzada por Wizards of the Coast llamada SpellTable. La gente se juntaba en servidores de Discord, como el de Infrecuentes en España, y allí crean salas de SpellTable.

- **Desde tu experiencia qué características diferencian a un jugador de otro en un aspecto más social que competitivo, por ejemplo su tipo de mazos, que tipo de partidas espera encontrar, abierto a modos de juegos de la comunidad (partidas con manos visibles, etc).**

Wizards of the Coast creó unos arquetipos que definen diferentes tipos de jugadores. Son personajes que definen tipos de jugadores, unos se centran más en crear y optimizar combos, otro se centra más en descubrir la historia y el arte detrás de las cartas, otro que solo busca jugar de forma simple y pasar la tarde hablando.

- **En tu último vídeo hablas de la propuesta de Bracket de Commander que ha publicado Wizards of the Coast y eso va ligado a un aspecto que aparece a la hora de buscar una mesa donde jugar. A la hora de encontrar nuevos jugadores, crees que hay algún punto importante o pregunta con la que podamos saber su**

experiencia y nivel en el juego? ¿Crees que puede existir una clasificación en cuánto al nivel del jugador? ¿Crees que existe una clasificación en cuánto al nivel del mazo, existe alguna relación con el nivel del jugador, o es mejor concretarlo en una conversación previa?

El Sistema de Brackets intenta explicar bastante bien los niveles de poder y creo que los brackets que han integrado pueden ser utilizados. Aún así, creo que hay mucho valor en tener una conversación previa antes de la partida para saber a lo que vas y establecer unas normas antes de empezar la partida. Poder tener esta conversación desde antes de llegar a una tienda donde se juega, rompe una barrera muy grande que existe dentro de este hobby. El nivel de un jugador no depende del tiempo jugado, sino de dónde se ha jugado y cuales han sido sus experiencias. Cada jugador busca algo diferente en las partidas de Magic. El nivel se ajusta a los mazos y ver dónde se coloca tu mazo en los brackets.

- **¿Sería una buena praxis mostrar un decklist de tus mazos en tú perfil dentro de esta hipotética aplicación?**

Poder mostrar tus mazos puede estar bien, en niveles altos pierde la gracia, ya que consiste en prepararse para cosas que no sabes que van a venir. Otra forma de mostrar lo que vas a jugar o buscas sin mostrar tu mazo es una pequeña explicación de tu condición de victoria y en qué turno tu mazo puede ganar. Se podría configurar si los usuarios quieren mostrar sus mazos o no.

- **¿Podría existir un sistema de agradecimiento, honor, reputación, etc... ?**

Poder puntuar un jugador puede ser difícil ya que es una persona con la que te ves cara a cara y puede llevar a malos entendidos. Sería un sistema complejo de añadir.

- **¿Crees que hay algún punto importante relacionado con la socialización entre jugadores y creación de mesas/partidas el cuál no he mencionado?**

Creo que los Brackets son las partes que cubren bien todo este tema, si tu idea es ir a jugar unas cartas y hablar con tus colegas o ir a optimizar tu mazo y crear combos, te puedes mover dentro del aspecto de los Brackets para definir qué tipo de mesa quieres.

- **Una introducción de quién eres y qué haces.**

Soy Óscar, la persona detrás del canal de YouTube “El Becario de Urza” dónde subo videos sobre Commander con el objetivo de ayudar a la gente a disfrutar del formato, debido a un componente social que hace interesante este juego. Soy una persona que le gusta mucho

meterse hasta el fondo de las cosas y optimizar todo, empecé intentando ayudar a mis compañeros de mesa pero con el tiempo empecé a comentar estas cosas en YouTube.

- **Si estuvo durante la pandemia jugando, explicame como fue tu experiencia y cómo te adaptaste a las circunstancias.**

¿Conoces alguna plataforma dónde conocer nuevos jugadores o encontrar mesas?

No estuve durante la época de pandemia, pero el juego se movió a una plataforma lanzada por Wizards of the Coast llamada SpellTable. La gente se juntaba en servidores de Discord, como el de Infrecuentes en España, y allí crean salas de SpellTable.

- **Desde tu experiencia qué características diferencian a un jugador de otro en un aspecto más social que competitivo, por ejemplo su tipo de mazos, que tipo de partidas espera encontrar, abierto a modos de juegos de la comunidad (partidas con manos visibles, etc).**

Wizards of the Coast creó unos arquetipos que definen diferentes tipos de jugadores. Son personajes que definen tipos de jugadores, unos se centran más en crear y optimizar combos, otro se centra más en descubrir la historia y el arte detrás de las cartas, otro que solo busca jugar de forma simple y pasar la tarde hablando.

- **En tu último vídeo hablas de la propuesta de Bracket de Commander que ha publicado Wizards of the Coast y eso va ligado a un aspecto que aparece a la hora de buscar una mesa donde jugar. A la hora de encontrar nuevos jugadores, crees que hay algún punto importante o pregunta con la que podamos saber su experiencia y nivel en el juego? ¿Crees que puede existir una clasificación en cuánto al nivel del jugador? ¿Crees que existe una clasificación en cuánto al nivel del mazo, existe alguna relación con el nivel del jugador, o es mejor concretarlo en una conversación previa?**

El Sistema de Brackets intenta explicar bastante bien los niveles de poder y creo que los brackets que han integrado pueden ser utilizados. Aún así, creo que hay mucho valor en tener una conversación previa antes de la partida para saber a lo que vas y establecer unas normas antes de empezar la partida. Poder tener esta conversación desde antes de llegar a una tienda donde se juega, rompe una barrera muy grande que existe dentro de este hobby. El nivel de un jugador no depende del tiempo jugado, sinó de dónde se ha jugado y cuales han sido sus experiencias. Cada jugador busca algo diferente en las partidas de Magic. El nivel se ajusta a los mazos y ver dónde se coloca tu mazo en los brackets.

- **¿Sería una buena praxis mostrar un decklist de tus mazos en tú perfil dentro de esta hipotética aplicación?**

Poder mostrar tus mazos puede estar bien, en niveles altos pierde la gracia, ya que consiste en prepararse para cosas que no sabes que van a venir. Otra forma de mostrar lo que vas a jugar o buscas sin mostrar tu mazo es una pequeña explicación de tu condición de victoria y en qué turno tu mazo puede ganar. Se podría configurar si los usuarios quieren mostrar sus mazos o no.

- **¿Podría existir un sistema de agradecimiento, honor, reputación, etc... ?**

Poder puntuar un jugador puede ser difícil ya que es una persona con la que te ves cara a cara y puede llevar a malos entendidos. Sería un sistema complejo de añadir.

- **¿Crees que hay algún punto importante relacionado con la socialización entre jugadores y creación de mesas/partidas el cuál no he mencionado?**

Creo que los Brackets son las partes que cubren bien todo este tema, si tu idea es ir a jugar unas cartas y hablar con tus colegas o ir a optimizar tu mazo y crear combos, te puedes mover dentro del aspecto de los Brackets para definir qué tipo de mesa quieres.