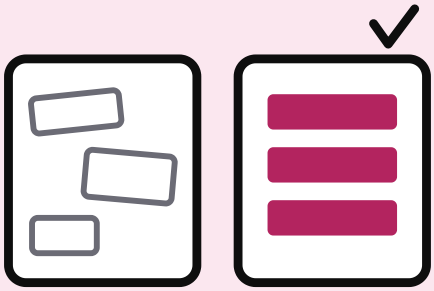
Concepto

Efecto estético-usabilidad

Las personas tienden a juzgar más fácil de usar una interfaz que les parece atractiva, aunque su usabilidad real sea la misma que la de otra menos cuidada.



En inglés

Aesthetic-usability effect

Origen

Kurosu y Kashimura (1995); Tractinsky (1997) y Tractinsky, Katz e Ikar (2000)

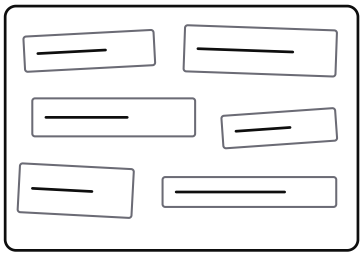
Qué problema aborda

Explica por qué un diseño bonito parece fácil antes de usarlo, y por qué las opiniones sobre él pueden esconder problemas de uso.

Un ejemplo

Un ejemplo ilustrativo: dos pantallas de cajero automático con las mismas opciones.

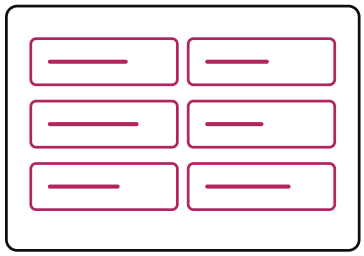
Sin orden



Mismas opciones, sin orden

Los mismos botones, de tamaños distintos y mal alineados. **Parece difícil.**

Bien compuesta



Mismas opciones, bien compuestas

Los mismos botones, alineados, del mismo tamaño y con aire. **Parece fácil, antes de tocarla.**

Con la misma usabilidad real, la pantalla más atractiva se juzga más fácil de usar.

Por qué pasa

1 

A primera vista, la apariencia se juzga antes que el funcionamiento.

2 

Esa buena impresión se extiende a otras cualidades, como la facilidad de uso.

3 

Y después de usarlo, la estética puede seguir pesando más que la usabilidad real.

Aplicaciones en diseño

✓ Úsalo así

Cuida la apariencia: influye en lo fácil que parece tu interfaz desde la primera impresión.

✗ Evita

Fiarte de lo que la gente opina de un diseño bonito para saber si es usable.

Para no caer

Que una pantalla parezca fácil no significa que lo sea: observa a personas usándola.

0,59 → 0,92

Lo que dice la investigación

Con 26 diseños de pantalla de cajero, la belleza y la facilidad de uso que veían las personas se relacionaron con 0,59 en Japón (Kurosu y Kashimura, 1995) y con 0,92 al repetirlo en Israel (Tractinsky, 1997).

●●○ **Evidencia debatida.** Lo que se mide es la facilidad que se percibe, no la real, y la fuerza de la relación cambia según la cultura. Con un cajero simulado que se usaba de verdad, la estética siguió influyendo tras el uso (Tractinsky, Katz e Ikar, 2000).

Conexiones

Se usa en

- Diseño de interfaces (UI)
- Diseño UX

Relacionado con

- Diseño emocional
- Jerarquía de necesidades del diseño
- La forma sigue a la función
- Proporción datos-tinta
- Usabilidad

Autores y obras

1995	**Masaaki Kurosu y Kaori Kashimura**	Con 252 personas y 26 diseños de cajero, vieron que la facilidad percibida iba más unida a la belleza que a la usabilidad real del diseño.
1997	**Noam Tractinsky**	Repitió el estudio en Israel y la relación salió todavía más fuerte, también al cambiar la forma de preguntar y de mostrar los diseños.
2000	**Noam Tractinsky, A. S. Katz y D. Ikar**	Midieron la opinión antes y después de usar un cajero simulado; tras el uso, la estética influía en la facilidad percibida y la usabilidad real no.

Fuentes

Fuentes originales

- Kurosu, M. y Kashimura, K. (1995). Apparent usability vs. inherent usability: Experimental analysis on the determinants of the apparent usability. En CHI '95 Conference Companion (pp. 292–293). ACM. Ver fuente (https://chi1995.chistatic.hosting.acm.org/proceedings/shortppr/mk_bdy.htm)
- Tractinsky, N. (1997). Aesthetics and apparent usability: Empirically assessing cultural and methodological issues. En Proceedings of CHI '97 (pp. 115–122). ACM. Ver fuente (https://chi1997.acm.org/proceedings/paper/nt.html)
- Tractinsky, N., Katz, A. S. e Ikar, D. (2000). What is beautiful is usable. Interacting with Computers, 13(2), 127–145. Ver fuente (https://doi.org/10.1016/S0953-5438(00)00031-X)

Última revisión: 26 de octubre de 2026

Atlas público de diseño, de Adriana Ojeda. Texto e ilustraciones bajo licencia CC BY 4.0.