

YouTube cambia en celulares con interfaz de la aplicación

YouTube ha comenzado a probar una serie de cambios importantes en la interfaz de su aplicación para dispositivos móviles con Android. Estos ajustes, que buscan mejorar la experiencia de visualización y facilitar la navegación en la plataforma, se enfocan principalmente en los botes al momento de visualizar un contenido.

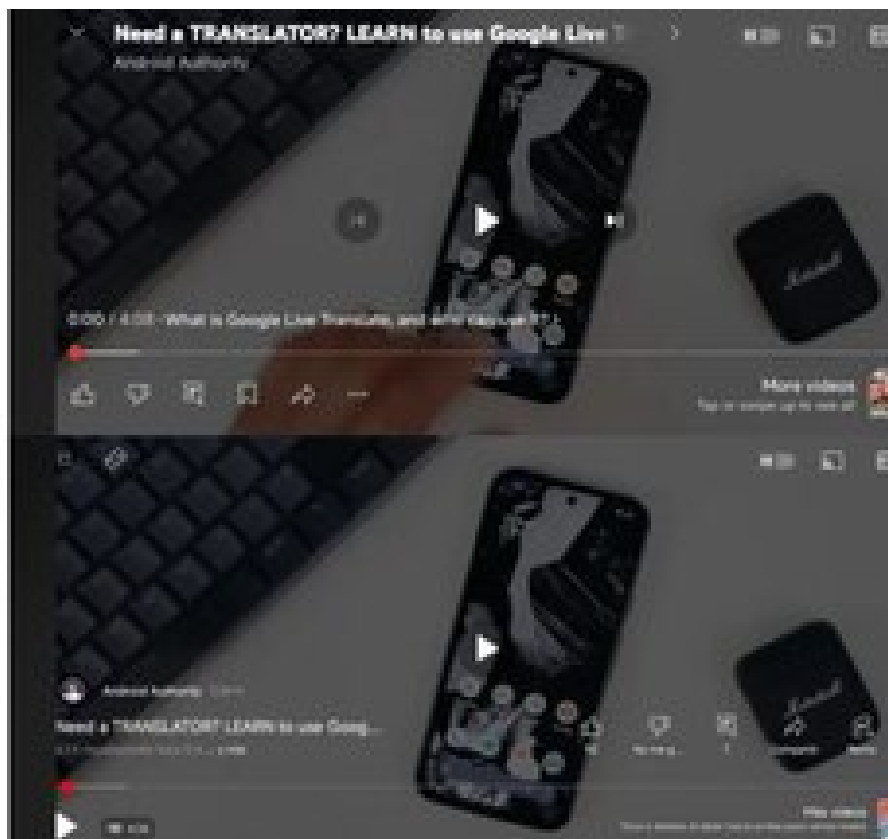
Además, el botón para saltar anuncios ha sido objeto de modificaciones recientes que también han causado confusión entre algunos usuarios. Todos estos cambios están por ahora en fase de prueba, por lo que no están disponibles para todos los usuarios y dispositivos por ahora.

Estos son los cambios de YouTube en celulares

En los últimos cinco años, la interfaz de YouTube para móviles no ha experimentado modificaciones drásticas, sino que ha optado por ajustes menores y mejoras puntuales. Sin embargo, la nueva prueba de interfaz representa un cambio sustancial, con un diseño que se asemeja notablemente al que actualmente se encuentra en los Smart TV que utilizan la aplicación.

La idea detrás de esta actualización es ofrecer una experiencia de usuario más unificada entre dispositivos de pantalla grande y pequeños, lo cual puede resultar en una apariencia familiar para aquellos que ya utilizan la plataforma en televisores inteligentes, pero también puede generar una curva de aprendizaje para quienes están acostumbrados al diseño actual en móviles.

Antes

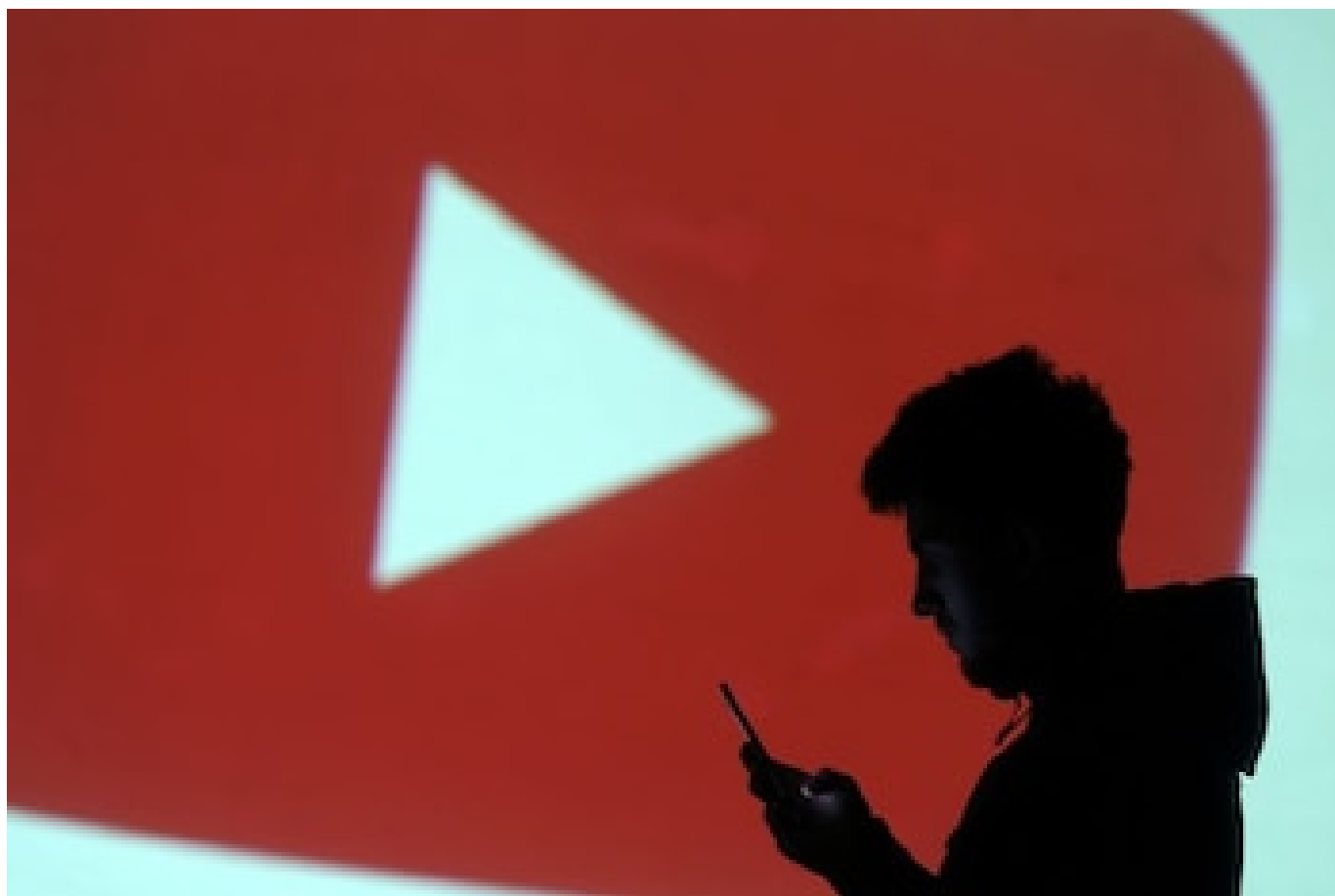


Después

La aplicación de Google quiere que los usuarios tengan una experiencia a lo que encuentran en TV. (Android Authority)
Entre los cambios más notables está la nueva disposición de la información. El título del video ha sido reubicado sobre la barra de progreso, mientras que el nombre del canal y el número de suscriptores ahora aparecen justo encima del título. Se han añadido detalles como el número de vistas y la fecha de publicación bajo el título, lo que permite a los usuarios acceder a esta información de manera más directa y sin necesidad de expandir descripciones.

Por otro lado, los botones de me gusta, no me gusta, comentar, compartir y otros han sido movidos a una fila justo encima de la barra de progreso, acompañados por los contadores de interacciones.

También se ha incluido un botón Remix por defecto, mientras que la opción para marcar un video ha sido desplazada al menú de opciones. La función de capítulos de video ahora se encuentra junto al botón de play/pausa en la parte inferior izquierda, lo que facilita el acceso a los diferentes segmentos del contenido.



La aplicación de Google quiere que los usuarios tengan una experiencia a lo que encuentran en TV. (REUTERS/Dado Ruvic)

El rediseño también introduce mejoras para la navegación en listas de reproducción. Los usuarios ahora pueden deslizar hacia arriba o hacia abajo para cambiar entre videos dentro de una lista. Sin embargo, la posibilidad de minimizar un video mediante un gesto de deslizamiento hacia abajo solo funciona si se trata del primer video de la lista o si el video que se está reproduciendo no forma parte de una lista en absoluto.

En cuanto a los controles de reproducción, los botones para avanzar o retroceder en un video han desaparecido de la interfaz en pantalla completa cuando el dispositivo está en modo horizontal, aunque vuelven a aparecer si el dispositivo se coloca en orientación vertical.

Qué pasó con el botón para saltar anuncios

La funcionalidad ha estado presente en la plataforma durante años, permitiendo a los usuarios omitir los anuncios después de cinco segundos. Sin embargo, los reportes de usuarios indicaron que el botón parecía haber desaparecido o estar cubierto por un rectángulo gris en la versión de escritorio, mientras que en la aplicación móvil fue reemplazado por un temporizador o, en algunos casos, por una barra de progreso discreta.



La aplicación de Google quiere que los usuarios tengan una experiencia a lo que encuentran en TV. (MONIKA SKOLIMOWSKA/DPA-ZENTRALBI – ARCHIVO)

Ante la confusión, Google salió a aclarar la situación, señalando que el botón de saltar anuncios sigue allí, aunque el temporizador ha sido sustituido por una barra de progreso que aparece en la parte inferior de la pantalla, indicando el tiempo restante hasta que el botón se active.

Según declaró Oluwa Falodun, gerente de comunicaciones de YouTube Ads, el objetivo de esta modificación es ofrecer una experiencia visual “más limpia” y menos intrusiva, alentando a los usuarios a prestar más atención al contenido del anuncio en lugar de simplemente esperar a que pase el tiempo.

Con información de infobae.com