Logotipo

Descripción generada automáticamente

Bitácora

Software y Estándares para la Web (2023-2024)

Andrea Auñón Antúnez (uo277876@uniovi.es)

Contenido

[1 Usabilidad en la Web 1](#_Toc146974742)

[1.1 Comentar 3 sitios Web sobre recomendaciones para mejorar la usabilidad Web y explicar las buenas prácticas de usabilidad 1](#_Toc146974743)

[1.1.1 Primer sitio: Rockcontent 1](#_Toc146974744)

[1.1.2 Segundo sitio: Seoestudios 1](#_Toc146974745)

[1.1.3 Tercer sitio: Inboundcycle 2](#_Toc146974746)

[1.1.4 Conclusión de buenas prácticas 3](#_Toc146974747)

[1.2 Resumen del libro de Steve Krug “No me hagas pensar” 4](#_Toc146974748)

[1.2.1 Capítulo 1: ¡No me hagas pensar! 4](#_Toc146974749)

[1.2.2 Capítulo 2: Cómo usamos *realmente* la web 4](#_Toc146974750)

[1.2.3 Capítulo 3: Diseño de rótulos 101 4](#_Toc146974751)

[1.2.4 Capítulo 4: ¿Animal, vegetal o mineral? 5](#_Toc146974752)

[1.2.5 Capítulo 5: Omisión de palabras innecesarias 5](#_Toc146974753)

[1.2.6 Capítulo 6: Señales en la calle y migas de pan 5](#_Toc146974754)

[1.2.7 Capítulo 7: La teoría del “Big Bang” en el diseño de la página web 6](#_Toc146974755)

[1.2.8 Capítulo 8: “¿El granjero y el ganadero deberían ser amigos? 7](#_Toc146974756)

[1.2.9 Capítulo 9: Prueba de usabilidad por 10 céntimos al día 7](#_Toc146974757)

[1.2.10 Capítulo 10: Mobile: No es una ciudad de Alabama 8](#_Toc146974758)

[1.2.11 Capítulo 11: 8](#_Toc146974759)

[1.2.12 Capítulo 12: 8](#_Toc146974760)

[1.2.13 Capítulo 13: 8](#_Toc146974761)

[1.2.14 Comparación por capítulo con una IA 8](#_Toc146974762)

[2 Adaptabilidad en la Web 8](#_Toc146974763)

# Usabilidad en la Web

Fecha: 17/09/2023

## Comentar 3 sitios Web sobre recomendaciones para mejorar la usabilidad Web y explicar las buenas prácticas de usabilidad

Todo lo escrito en negrita serán citaciones textuales extraídos de los correspondientes sitios web.

### Primer sitio: Rockcontent

Enlace a la página: <https://rockcontent.com/es/blog/usabilidad/>

La página Web define la usabilidad como una referencia a la facilidad de uso de una página o aplicación web. Además, resume tres características que mide la usabilidad:

* La **eficiencia** con la que un usuario cumple la necesidad de su búsqueda
* La **eficacia** o rapidez para lograr el cometido de la búsqueda
* La **satisfacción** del usuario respecto a la navegación por el sitio web

En total, resume 8 recomendaciones para que un sitio web cumpla correctamente las medidas anteriormente mencionadas:

* **Priorizar la disponibilidad**, refiriéndose al correcto funcionamiento del sitio web en todos los ámbitos.
* **No olvidar la velocidad**, es decir, el tiempo de carga de la página o los contratiempos que esta pueda tener a la hora de navegar por ella.
* **Garantizar la seguridad**. El usuario debe sentir una navegación además de cómoda, segura.
* **Producir un sitio web responsivo**. Es decir, la correcta capacidad de la página para adaptarse a los diferentes dispositivos ya sean ordenadores o dispositivos móviles.
* **Entregar sencillez y compactación**. Este apartado se refiere al diseño de la página el cual debe ser sencillo, claro de usar y no contener información innecesaria entre otras muchas características.
* **Tener contenido de calidad**. Hay que destacar la estructura y organización de acuerdo con una jerarquía para todos los textos y títulos que resuman la intención del contenido.
* **Abrir una sección “nosotros”** referido a concentrar en un lugar concreto del sitio la información referente a la persona o entidad dueña del sitio.
* **Información clave en la página de inicio**. La página de inicio debe ayudar al usuario a encontrar de forma rápida y sencilla lo que desea.

### Segundo sitio: Seoestudios

Enlace a la página: <https://www.seoestudios.es/usabilidad-web-6-claves-exito/>

Esta página resume la usabilidad como el objetivo de averiguar la facilidad con la que los usuarios navegan por la página web deseada y como interactúan con ella. El objetivo es brindar la mejor experiencia a los usuarios.

Resume 6 claves para mejorar la usabilidad web:

* **Identidad clara**. Se refiere a la facilidad con la que un usuario puede encontrar la información sobre la página y lo que en ella se ofrece. Es decir, que la información se transmita de manera clara y concisa.
* **Buena accesibilidad**. Una buena accesibilidad consiste en que los usuarios puedan acceder y entender el sitio web fácilmente destacando la velocidad de carga y la seguridad.
* **Navegación sencilla**, es decir, navegar de manera fluida.
* **Diseño limpio y atractivo**. Destaca el uso de una interfaz que llame la atención del usuario que además le permita encontrar lo que busca de manera sencilla.
* **Sé responsive**. Responsive se refiere a los distintos medios o pantallas a los que se adapta el sitio web. Destaca la metodología *mobile first* la cual consiste en crear una página pensando antes en los dispositivos móviles que en las pantallas grandes.
* **Fomenta la interacción**. Consiste en guiar al usuario a través del sitio con mensajes claros y atractivos.

### Tercer sitio: Inboundcycle

Enlace a la página: <https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/usabilidad-web>

Según la página, la usabilidad web es el grado de facilidad de uso que tiene un sitio web para los usuarios que interactúan con él. Una buena usabilidad permite a los usuarios una interacción sencilla, agradable, segura e intuitiva.

Hay 10 principios clave para la creación de sitios web usables:

* **Claridad y simplicidad**. Las páginas deben ser fáciles de entender y facilitar la navegación a través de ellas.
* **Consistencia visual**. El sitio debe mantener un diseño visual coherente en todas las páginas asociadas a él. La coherencia visual crea sensaciones de confianza y familiaridad.
* **Feedback inmediato**. Los usuarios deben recibir retroalimentación instantánea al interactuar con la página. Un ejemplo es el uso de efectos visuales.
* **Minimización de pasos**. Se refiere al número de pasos que el usuario debe realizar para completar un objetivo en el sitio web. Cada paso adicional aumenta la probabilidad de abandono.
* **Accesibilidad**. Hay que diseñar para todos lo usuarios, incluidos aquellos con algún tipo de discapacidad.
* **Jerarquía visual**. Debe destacar de forma clara la información más relevante utilizando para ello encabezados, títulos, elementos visuales, etc.
* **Carga rápida**. Es decir, la velocidad de carga del sitio.
* **Pruebas y mejoras continuas**. Hay que identificar rápidamente áreas problemáticas u oportunidades de mejora.
* **Mobile-first** o priorizar la adaptabilidad del sitio a las diferentes pantallas.
* **Emoción y estética**. Se basa en la creación de un diseño atractivo que consiga crear cierta conexión con el usuario.

Además, recoge 6 recomendaciones para que una web sea más usable:

* **Navegación intuitiva para todos los públicos**. Colocar menús de navegación en lugares visuales y que se encuentren presentes en todas las páginas permitiendo al usuario navegar sin esfuerzo.
* **Ventanas emergentes con moderación**. No se debe abusar de este tipo de ventanas o pop-ups. Además, deben ser fáciles de cerrar.
* **Mapa del sitio o sitemap**. Es una buena idea para sitios web con una gran cantidad de contenido ya que facilita la indexación del sitio por parte de los motores de búsqueda.
* **Diseño consistente, experiencia coherente**. Mantener un mismo diseño en todas las páginas del sitio proporcionando una cohesión visual.
* **Control al usuario: empodera la experiencia**. Es decir, ceder el control al usuario con opciones claras y navegación simple. Se destacan los títulos descriptivos y proporcionar información sobre dónde se encuentra situado en el sitio y cómo puede acceder a la información que desea fácilmente.
* **Interacción fluida** simplificando las acciones comunes con menús plegables fáciles de usar, imágenes que se pueden ampliar, etc.

### Conclusión de buenas prácticas

Una vez realizado el análisis de los tres sitios web, en este apartado se recogen unas buenas prácticas de usabilidad:

* **Claridad y simplicidad tanto en la página web como en la navegación a través de ella**: Nuestro sitio web tiene que facilitar la navegación a través de él, además de priorizar la fácil búsqueda de información de manera que el usuario pueda cumplir el objetivo de su visita fácilmente. Esto se puede conseguir con menús de navegación que se encuentren fácilmente y con una completa y, sobre todo, resumida información en la página de inicio de nuestro sitio web. Nunca hay que poner información que pueda ser redundante.
* **Hay que priorizar la seguridad**: En todo momento en el que usuario navegue a través de nuestro sitio web, este debe tener una sensación de seguridad web.
* **Calidad en el diseño**: Además de lo tratado en el punto 1, todas las páginas asociadas en nuestro sitio web deben tener una interfaz común. Es muy importante tener en cuenta que desarrollamos para todo el mundo y que dentro de ello hay personas con discapacidades a las que debemos tener en cuenta en todo momento a la hora de diseñar.
* Debemos desarrollar para todo tipo de pantallas, no solo para ordenadores sino también para dispositivos móviles. Debemos revisar que nuestra página se ve correctamente en todos los sitios.

**OJO** Tras leer el libro ***No me hagas*** pensar me gustaría resaltar un tema que he visto en una de las páginas. Voy a referirme al [capítulo 10](#_Capítulo_10:_Mobile:). Hay que tener cuidado con el **mobile First** puesto que da paso a interpretaciones erróneas. La corriente surgió con la metodología de diseñar primero pensando en las pantallas de móviles y luego en las de ordenador, y añadir a éstas últimas lo que fuera necesario.

* **Debe existir una jerarquía visual**:La información debe estar organizada jerárquicamente. Debemos dar importancia al tamaño de los títulos. La información más relevante deberá estar priorizada en cuanto a lugar en nuestra página y con un título del tamaño que indique su prioridad.
* **Pruebas de carga**: Nuestra página no debe experimentar problemas de carga o recarga.De igual manera, se deben tener cuidado con los llamados *bugs* o cualquier tipo de error. Parar solucionar este punto una buena práctica es llevar a cabo *test* o pruebas tanto de carga como de funcionamiento.
* La **información relativa a la persona u entidad para la que desarrollamos** debe estar contenida en un sitio de la página (normalmente en el *footer* o pie de página de nuestro sitio web) y debe ser común en todas. Se aconseja poner incluir la información de contacto ahí.

Fecha: 19/09/2023

## Resumen del libro de Steve Krug “No me hagas pensar”

La herramienta que se utilizará en todos los apartados para realizar una comparativa de resumen de cada capítulo será [Microsoft Bing](https://www.bing.com/search?q=Bing+AI&showconv=1&FORM=hpcodx).

### Capítulo 1: ¡No me hagas pensar!

El primer capítulo nos resume la principal característica en la que se basa la creación de páginas web y que da nombre al libro: No pensar. El usuario a la hora de navegar por nuestro sitio web quiere las cosas de manera intuitiva, claras y fáciles de entender; quiere cumplir su objetivo de búsqueda rápidamente. Nosotros como desarrolladores muchas veces damos las cosas por lógicas cuando las creamos, pero no es así cuando los usuarios manejan nuestro sitio web.

Cualquier tipo de contratiempo ya sea que la página no cargue correctamente significa una oportunidad para nuestra competencia de que los usuarios no deseen entrar en nuestra web. Nuestra página debe ser característica, pero no en exceso; a veces las ideas de innovación en diseño (como puede ser un simple cambio en la forma que tienen los botones) son demasiado perjudiciales. En resumen, nuestra página debe ser ***evidente***.

#### Conclusión

Para comenzar debo decir que he caído más de una vez en no dar tanta importancia al pensamiento del usuario dando por hecho que mi lógica es válida y común a la hora de entender y desarrollar sitios web y que en realidad muchas cosas no son tan evidentes como yo pienso. La característica que expone el capítulo me parece un pilar fundamental y sobre el que debe girar gran parte del desarrollo. Hay que dar muchísima prioridad a la experiencia de usuario.

### Capítulo 2: Cómo usamos *realmente* la web

Este capítulo nos explica tres hechos que debemos tener en cuenta a la hora de diseñar páginas web: los usuarios no leen las webs en general si no que las escanean en busca de lo que más les interesa suprimiendo aquello que no, que tienden a entrar siempre en la primera opción válida que les parezca razonable y que tienden a inventarse maneras de usar las cosas que la mayoría de las veces no es la óptima por falta de atención. En resumen, nos plantea un enfrentamiento entre el pensamiento de un desarrollador y el de un usuario.

#### Conclusión

Como comentaba en el apartado de conclusión del capítulo anterior yo también en caído en suponer que el usuario manejará de la forma que estoy planteando las páginas webs en las que sea partícipe, pero una vez más me doy cuenta de que no es así incluyendo también mi roll de usuario e ciertas ocasiones, dándome cuenta de comportamientos que tenía interiorizados (como el de inventar como se usan las cosas) y no me he parado nunca a pensar.

### Capítulo 3: Diseño de rótulos 101

Para comenzar este capítulo el autor nos plantea la idea de **convencionalismos** o, dicho de otra manera, las convenciones de diseño “aceptadas” por los usuarios **a lo largo del tiempo** explicándonos su importancia a la hora del desarrollo y como debe haber un equilibrio entre ellas y las decisiones innovadoras de diseño que puedan darse en base a intentar cambiarlos. También nos habla de la importancia de la jerarquía visual de las páginas (un buen uso del ejemplo de un periódico), de la clara división en zonas de la página y la importancia de saber en donde se puede hacer clic con un escaneo del sitio rápido.

Pone especial interés en la definición de ruido centrándose en dar consejos sobre evitar sobrecargar la página principal de nuestro sitio web con mucho contenido junto con una buena organización ya que no cumplir esto puede provocar un efecto rebote y que el usuario decida abandonar la página o se agobie dentro de ella. Destaca también el tema del escaneo de texto dando consejos sobre cómo organizarlo ya sea usando encabezados, párrafos cortos o destacando términos claves.

#### Conclusión

Este capítulo está orientado a aconsejar de manera precisa y trazar ciertos límites a la hora de crear nuestros diseños de páginas. Nunca me había planteado el temade los convencionalismos, puesto que no les daba importancia, pero si que es verdad que un simple cambio en un icono puede resultar chirriante a la hora de entrar en un sitio web (pues a partir de leer sobre ello he comenzado a fijarme más en los diseños de las páginas entre las que navego). Tenía bastante interiorizado el tema de las jerarquías y de la organización, pero nunca está mal recordarlo.

Fecha: 23/09/2023

### Capítulo 4: ¿Animal, vegetal o mineral?

En este capítulo se nos resume la importancia de responder o adelantarse un poco a las cuestiones que el usuario puede plantearse al navegar por un sitio web, preguntas en las que influye el **camino** para llegar al objetivo por el que se ha decidido navegar en el sitio y no tanto el número de clics que tenga que dar para llegar al mismo. En resumen, hay que minimizar el número de preguntas que pueda hacerse el usuario al navegar por la página web.

#### Conclusión

Para entender este capítulo me ha servido mucho el ejemplo de que en muchos sitios es obligatorio el registro a pesar de que elijas una tarifa gratuita. De nuevo como en otros capítulos ha sido un pensamiento que tenía interiorizado como usuario pero que sin leerlo nunca me habría parado a pensar.

### Capítulo 5: Omisión de palabras innecesarias

La idea principal de este capítulo consiste en eliminar la verborrea innecesaria (sobre todo presente en la página principal del sitio web). Para ello, aconseja el método de eliminar la mitad de las palabras de la página y luego quitar la mitad de lo restante. Es bastante desalentador para el usuario el ver una gran cantidad de información (y además la mayoría innecesaria).

#### Conclusión

Esta parte la tenía más interiorizada debido a que como usuario nunca me han gustado las webs sobrecargadas de información, tendía a omitir como bien dice Krug la información cuando la veía extensa. Pero como desarrolladora me parece que no está mal nunca recordar este punto.

### Capítulo 6: Señales en la calle y migas de pan

El comienzo del capítulo nos compara la experiencia entre navegar en un sitio web y el de ir a una tienda física, donde en ambos coincide el objetivo de buscar algo y el decidir si vas a necesitar ayuda para ello o no. Para explicar esto, el autor hace una semejanza con la realización de una ruta done se van tomando diversas decisiones (entre ellas preguntar u abandonar el lugar).

Acabado este punto el autor pasa a reflejar los propósitos de la **navegación web**, término que en la jerga del mundo real o físico no es muy acorde pero sí dentro de la web debido a la necesidad del usuario de ubicarse dentro de esta, tener un concepto de “allí” como bien dice el autor. En esto último influye la experiencia del usuario con el sitio web puesto que una vez visitado luego es más fácil navegar de nuevo por este. Hay dos objetivos claros en cuanto a la navegabilidad: la capacidad para saber donde se está dentro del sitio y el ayudar a encontrar lo que necesite.

Para conseguir todo ello, uno de los elementos que Krug destaca es el uso de **convencionalismos** que se hablaban en el [capítulo 3](#_Capítulo_3:_Diseño). También el término de **navegación coherente** para “todos” (con excepción de los formularios) los sitios **web** la cual se compone de cinco elementos:

* La ***identificación del sitio*** ya que representa al sitio entero y que es mejor que enmarque a toda la página haciendo uso de un diseño que llame la atención.
* Las ***secciones*** o ***navegación principal*** (además se deberá disponer de una navegación secundaria).
* Las ***utilidades*** del sitio.
* Un ***botón*** que lleve a la página de inicio en todas las secciones principales.
* Un ***cuadro de búsqueda,*** aunque hay que tener cuidado de no complicarlo.
* Hay que poner énfasis en el ***nombramiento de las páginas***, que debe coincidir con el de la navegación y que describa el contenido correctamente.
* Resaltar la ***ubicación actual*** donde se encuentra el usuario constantemente.
* Cuidado con la ***navegación en niveles inferiores***.

Hay que destacar que el autor hace especial mención al uso de pestañas para facilitar la navegación y dentro de ello, resaltar la pestaña en la que se está usando otro color.

#### Conclusión

Para entender mejor este capítulo em ha servido mucho la prueba final que comenta Krug del maletero ya que eran bastantes elementos para reflexionar. Me parece de los capítulos más útiles y de las cosas que menos énfasis se pone cuando se comienza con el desarrollo web, la navegabilidad.

Fecha: 25/09/2023

### Capítulo 7: La teoría del “Big Bang” en el diseño de la página web

Este capítulo nos comienza dando unas pautas o elementos que debe tener una página principal además de una serie de objetivos entre los que se encuentra mostrar lo que se está y no está buscando, por ejemplo. Todo ello con el objetivo de demostrarnos y darnos una introducción a la importancia de la página principal.

A continuación, resume cuatro preguntas que se deben hacer para comprender una página web en cuestión de segundos. Todo usuario va a acabar de alguna manera u otra en la página principal, aunque acceda al sitio mediante un link que lo lleve a una enlazada. Para ello, facilita una serie de lugares importantes que deben estar en ésta:

* La tagline o línea de etiquetas en las cuales incide de gran manera y da algunos consejos sobre cómo deben ser como, por ejemplo, claras e informativas.
* El mensaje de bienvenida.
* “Aprende más” o saber más.

Una vez finalizadas estas cuestiones, Krug plantea una quinta pregunta y que además conlleva una polémica: las promociones. Deben ser limitadas y deben vigilarse cada cierto tiempo.

#### Conclusión

Estoy totalmente de acuerdo en que creo que hoy en día cada vez (que además esta opinión/punto la destaca Krug en el capítulo) menos veces se visualiza de forma más concienzuda la página principal de un sitio o si quiera llega a pasarse por ella. Me parece un capítulo bastante útil para abordar temas de diseño que suelen ser algo polémicos debido a la importancia (o en algunos casos la poca importancia) que se les da como puede ser la página principal.

### Capítulo 8: “¿El granjero y el ganadero deberían ser amigos?

El autor en este capítulo plantea el problema de las diferentes visiones sobre el diseño que pueden tener los usuarios, ya que estos como bien dice Krug son todos únicos y diferentes entre sí puesto que lo que a uno le gusta el otro lo puede odiar. En esto entran también los desarrolladores, puesto que desde otra perspectiva también son usuarios de la Web.

Krug da como solución para abordar problema el probar. Servirse de las habilidades, conocimientos, creatividad, etc, del equipo para realizar el sitio web.

#### Conclusión

El problema tratado es uno de los grandes problemas a los que se enfrenta un desarrollador a la hora de diseñar el sitio web. El ejemplo que pone Krug me parece lo suficientemente explicativo para entender el punto del capítulo y me parece acorde como aborda el problema. Quiero destacar también la constante comunicación entre las diferentes partes implicadas en el desarrollo que me parece que no se resalta lo suficiente.

### Capítulo 9: Prueba de usabilidad por 10 céntimos al día

En este capítulo Krug nos habla y explica las **pruebas de usabilidad**, como realizarlas, buenas prácticas y los resultados positivos que provoca el hacerlas. Comienza todo ello mostrando la diferencia entre los grupos de discusión (que deben realizarse en planificación) y las pruebas de usabilidad (que deben realizarse durante todo el desarrollo) donde además destaca la participación de usuarios.

Para realizarlas no hace falta que haya muchos implicados, con dos o tres usuarios incluso basta. También es bueno realizarlas una vez al mes.

Dentro de la prueba, se destaca la figura del “facilitador” que será la persona que guiará un poco al usuario en la tarea a realizar (pero no mucho porque esto puede ser contraproducente) y revisará que éste diga constantemente sus pensamientos en voz alta y debe cubrir toda la funcionalidad del sitio web. La prueba debe verla el mayor número de gente posible y al final hacer un informe con los cambios pertinentes a llevar a cabo.

En este informe deben haberse anotado las pruebas y los errores cometidos, y Krug destaca el ordenarlas por ejemplo por importancia.

Finalmente, el capítulo se cierra mostrando una serie de problemas que den una idea general de lo que debe incluir el informe.

#### Conclusión

Al inicio de este capítulo no sabía nada sobre las pruebas de usabilidad ni mucho menos como éstas se realizaban. La explicación me ha parecido sencilla y fácil de entender. Estoy muy contenta con haber obtenido estos conocimientos, y haber aprendido a diferenciar las pruebas de usabilidad de los test que se suelen hacer al final de los proyectos.

### Capítulo 10: Mobile: No es una ciudad de Alabama

#### Conclusión

### Capítulo 11: La usabilidad como cortesía común

#### Conclusión

Fecha: 27/09/2023

### Capítulo 12:

#### Conclusión

### Capítulo 13:

#### Conclusión

Fecha: 29/09/2023

### Comparación por capítulo con una IA

#### Resumen generado por la IA

#### Comparación

# Adaptabilidad en la Web

Fecha: 30/09/2023