

EJERCICIO 3, TEMA 1, UX1

Objetivo: Analizar cómo los productos y los sitios web satisfacen cada una de las facetas propuestas por Peter Morville.

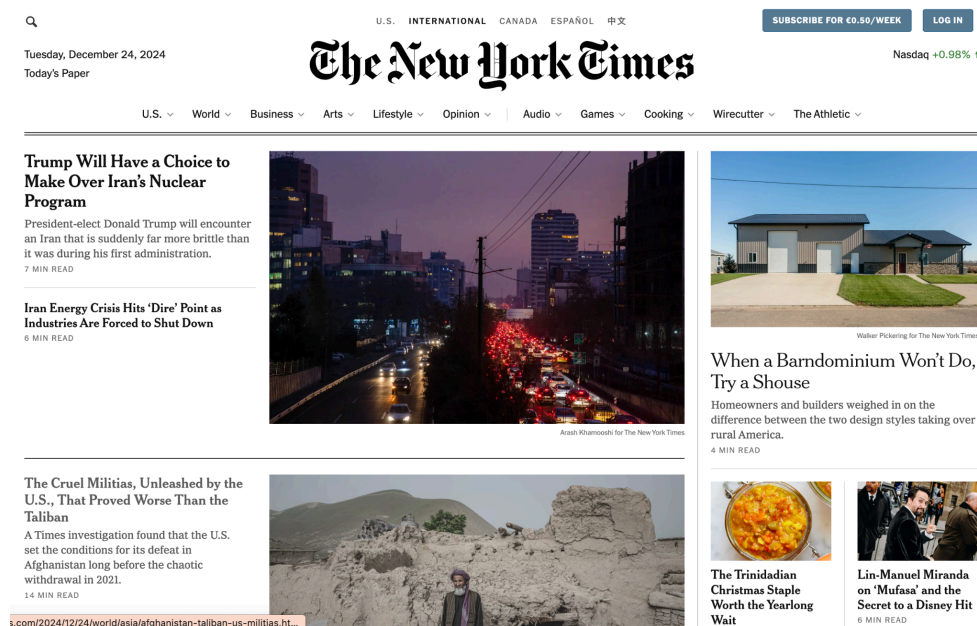
- **Útil:** Utilidad del producto. Buscar creatividad y soluciones innovadoras (Soluciona un problema)
- **Usable:** Relacionada con la facilidad de uso y la usabilidad
- **Deseable:** Relacionada estrechamente con el diseño emocional
- **Encontrable:** Capacidad de un sitio web de ser navegable y ser encontrado
- **Accesible:** Garantizar el acceso a la mayor cantidad de personas en la mayor cantidad de situaciones
- **Creíble:** Mostrar elementos que lo muestren creíble y confiable ante los usuarios
- **Valioso:** Desarrollar valor para quien lo patrocina y para el usuario que lo visita

Realizar: Un análisis del sitio web de algún periódico, desde el punto de vista de las facetas de la UX propuestas por Peter Morville.

El sitio web que voy a analizar es el del periódico “The New York Times”

1. Útil

The New York Times ofrece una cobertura global con noticias de última hora, reportajes en profundidad, análisis de expertos y de contenido multimedia como videos y gráficos interactivos.



Además incluye funciones como "Cooking" (recetas), "Games" (crucigramas, Wordle) y "Audio" (podcasts), lo que expande su atractivo más allá de las noticias tradicionales.

Audio ▾ Games ▾ Cooking ▾

2. Usable

La usabilidad mide cómo de fácil es usar el sitio web. El NYT tiene un diseño limpio y bien organizado. Hay un menú principal en la parte superior que ayuda a navegar por las diferentes secciones del periódico.

U.S. ▾ World ▾ Business ▾ Arts ▾ Lifestyle ▾ Opinion ▾ | Audio ▾ Games ▾ Cooking ▾ Wirecutter ▾ The Athletic ▾

La barra de búsqueda es fácil de encontrar y funciona bien, permitiendo a los usuarios localizar rápidamente los artículos que quieran leer.

Además, como en la mayoría de páginas de periódicos, el sitio está diseñado para funcionar perfectamente en dispositivos móviles, lo que es importante porque muchas personas leen las noticias desde sus móviles

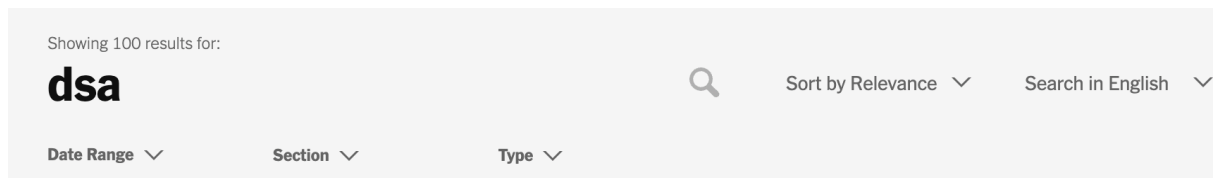


3. Deseable

La deseabilidad tiene que ver con cómo el diseño y los elementos visuales del sitio hacen que las personas disfruten usarlo. El diseño del NYT es muy profesional y atractivo, usa colores sobrios y tipografía clara, lo que transmite confianza y seriedad. Además, las imágenes son de buena calidad, los gráficos interactivos y los videos añaden valor al contenido y lo hacen más interesante. Aunque es un diseño muy funcional, podrían incluirse más elementos interactivos, como animaciones o herramientas visuales, para hacerlo aún más atractivo y divertido al usarlo.

4. Encontrable

En este apartado se analiza si es fácil localizar la información dentro del sitio. En el NYT, la estructura del sitio es muy clara. Los artículos están organizados por secciones y etiquetas, lo que permite explorar temas relacionados con facilidad. La barra de búsqueda es muy eficiente y permite filtrar los resultados por fecha, sección, tipo, idioma y relevancia. Además, el sitio está bien posicionado en motores de búsqueda como Google, lo que facilita encontrar sus artículos. Sin embargo, el acceso a artículos antiguos podría ser más sencillo.



5. Accesible

La accesibilidad se refiere a que el sitio pueda ser usado por personas en situaciones específicas. El NYT incluye algunas características importantes, como texto alternativo en las imágenes y subtítulos en los videos. Esto es útil para personas con discapacidades visuales o auditivas.



Sin embargo, no ofrece muchas opciones para personalizar la experiencia, como cambiar el contraste o el tamaño del texto directamente desde el sitio.

6. Creíble

Creo que la credibilidad del NYT es una de sus mayores fortalezas. El diseño del sitio es limpio y profesional, lo que da confianza a los usuarios. Además, los artículos incluyen el nombre del autor, la fecha de publicación y las fuentes utilizadas, lo que refuerza la transparencia y confianza en la información. También cuentan con una política editorial pública, lo que muestra un compromiso con la calidad y la ética periodística, lo que hace que los lectores confíen en la información que encuentran en este sitio.

7. Valioso

El valor del sitio combina lo que ofrece al usuario y los beneficios que obtiene la organización. Para los usuarios, el NYT proporciona noticias gratuitas, siempre que te suscribas gratuitamente, aunque para muchos artículos hay que suscribirse y pagar, lo que puede ser frustrante para algunos lectores. Sin embargo, he estado investigando un poco y las personas que pagan la suscripción reciben acceso a contenido exclusivo y herramientas como juegos y recetas. Para el periódico, la combinación de suscripciones digitales, anuncios y del contenido premium es un ingreso constante, pero tendrían que equilibrar los anuncios y el contenido de pago para no afectar la experiencia del usuario.

Conclusión

El sitio web de The New York Times es un buen ejemplo de cómo un medio digital puede implementar de manera efectiva los principios de experiencia de usuario propuestos por Peter Morville. Destaca en varias áreas como en que es un sitio útil, ya que no solo ofrece noticias de alta calidad y cobertura global sino que también incluye funcionalidades adicionales como recetas y juegos que atraen a una audiencia más amplia. También es bastante usable, con un diseño intuitivo y una navegación fácil, tanto en ordenador como en el móvil.

Respecto a la credibilidad del NYT creo que es uno de sus puntos fuertes, tiene un diseño profesional y transparencia en la información, lo que ayuda a respaldar que es una buena fuente confiable de noticias. Además, su encontrabilidad es buena, tiene un buscador eficiente y un buen posicionamiento en motores de búsqueda.

Sin embargo, hay áreas donde el sitio puede mejorar. La accesibilidad, aunque incluye algunas funciones importantes como subtítulos y texto alternativo, podría ser más inclusiva

al añadir opciones como ajustes de contraste y tamaño de texto. Además, aunque su diseño es estéticamente agradable y funcional, podría usar más elementos interactivos que hagan la experiencia más deseable y emocionalmente atractiva.

Por último, aunque la estrategia de suscripciones asegura ingresos para el periódico, es importante garantizar que los usuarios ocasionales también perciban valor en el contenido al que tienen acceso sin pagar.