

ANEXOS

Sandra Granada Alcalde

ÍNDICE

EXPLORACIÓN FORMAL CARTELES Y FOLLETOS.....	1
Exploración formal carteles.....	2
Exploración formal folletos.....	5
ANÁLISIS SITIOS WEB SIMILARES.....	13
Análisis sitios webs similares.....	14
Conclusiones Análisis.....	21
RESULTADOS TEST DE USUARIOS.....	23

ANEXO 1

EXPLORACIÓN

FORMAL

CARTEL Y

FOLLETOS

EXPLORACIÓN FORMAL CARTEL

En el proceso de creación del cartel publicitario que anunciaría la implementación de los códigos QR en las obras públicas, realizamos una exploración formal que resultó imprescindible para alcanzar un diseño efectivo y atractivo. A lo largo de ésta mantuvimos los mismos elementos en todas las composiciones, mientras que variábamos las combinaciones de colores para determinar cuál era la más efectiva en su objetivo de atraer la atención del público.

Estos elementos que mantuvimos en todas nuestras opciones fueron la silueta de la Basílica del Pilar, como elemento principal, el código QR que simbolizaba el cielo y el texto informativo debajo de éstos. Estos elementos no solo son representativos de Zaragoza, sino que también están vinculados con el mensaje que queremos transmitir: la fusión entre el arte público y la tecnología moderna.

Así, hemos desarrollado cuatro combinaciones con colores diferentes. La primera opción, que empleaba una paleta roja y negra, resultó ser demasiado cargante y agresiva visualmente. Aunque el rojo es un color llamativo, su uso excesivo en la composición generaba una sensación abrumadora.

Partiendo de los resultados negativos de esta primera opción intentamos crear una composición más relajada y no tan agresiva. Así surgió la segunda opción, que combinaba negro y azul y que fue descartada debido a que estos colores no eran representativos de la ciudad de Zaragoza y no lograban transmitir la identidad local de manera efectiva.

En la tercera opción, optamos por una combinación de negro y gris, buscando transmitir una imagen más sobria y profesional. Sin embargo, esta elección resultó ser excesivamente sobria y carecía del dinamismo necesario para atraer la atención del público.

Finalmente, llegamos a la cuarta opción: un diseño que incorporaba los colores rojo y gris. Esta combinación logró el equilibrio perfecto entre llamar la atención de la gente y mantener un aspecto moderno y profesional. El rojo, un color llamativo, consigue llenar la atención y el interés, mientras que el gris aportaba estabilidad y profesionalidad.

De esta manera, a través de esta exploración formal, pudimos identificar que la combinación de colores rojo y gris era la más adecuada para nuestro cartel publicitario. Esta opción consigue un término medio entre atraer la atención del público y transmitir modernidad y profesionalidad. Así, conseguimos desarrollar una estrategia que conseguía de manera efectiva su objetivo de difundir la implementación de los códigos QR en las obras públicas de Zaragoza.



Conoce Zaragoza a través de sus QRs

Utiliza los códigos QR colocados en los monumentos más importantes de la ciudad para conocer toda la información sobre ellos



Imagen 1: Cartel 1. Fuente:
elaboración propia.



Conoce Zaragoza a través de sus QRs

Utiliza los códigos QR colocados en los monumentos más importantes de la ciudad para conocer toda la información sobre ellos



Imagen 2: Cartel 2. Fuente:
elaboración propia.



Conoce el arte público Zaragoza a través de sus QRs

Utiliza los códigos QR colocados en los monumentos más importantes de la ciudad para conocer toda la información sobre ellos



Imagen 3: Cartel 3. Fuente:
elaboración propia.



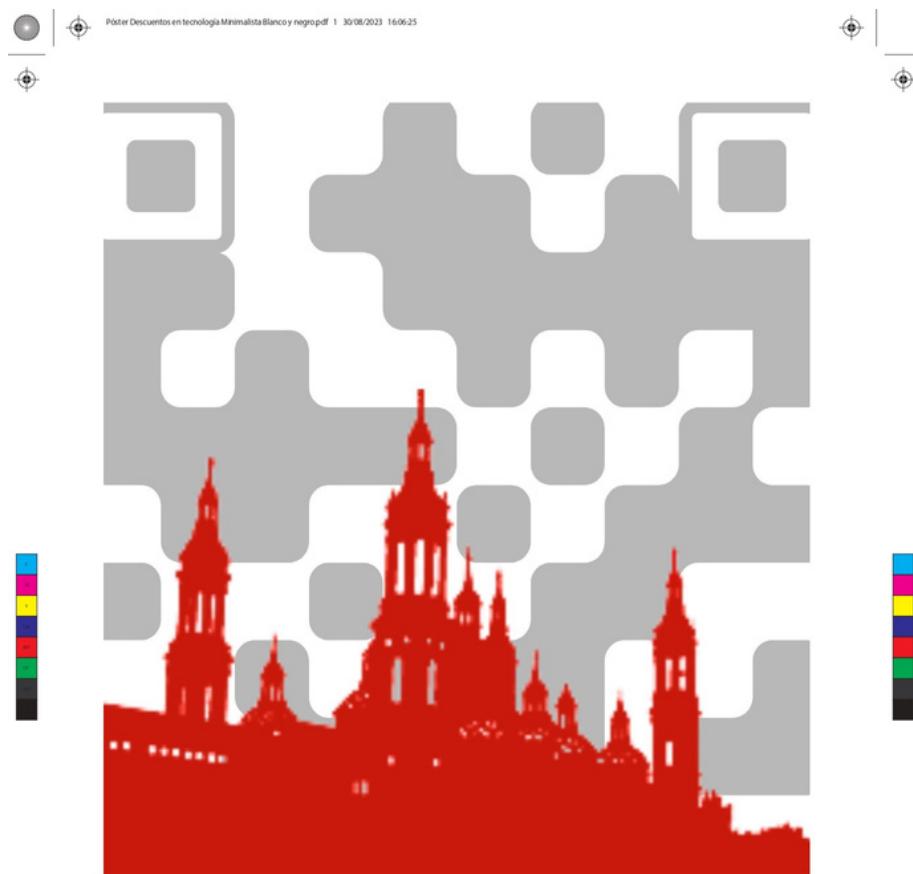
Conoce el arte público Zaragoza a través de sus QRs

Utiliza los códigos QR colocados en los monumentos más importantes de la ciudad para conocer toda la información sobre ellos



Imagen 4: Cartel 4. Fuente:
elaboración propia.

Finalmente, aquí podemos ver el resultado final del cartel seleccionado con el sangrado, las marcas de recorte y las barras de color



Conoce el arte público Zaragoza a través de sus QRs

Utiliza los códigos QR colocados en los monumentos más
importantes de la ciudad para conocer toda la información
sobre ellos



Imagen 5: Cartel seleccionado con sangrado . Fuente: elaboración propia.

EXPLORACIÓN FORMAL FOLLETOS

Para llegar al diseño final del folleto para la oficina de turismo hemos llevado a cabo una exploración formal a través de varios bocetos. Así, desde la concepción inicial hasta el diseño final, hemos querido garantizar que el producto final sea informativo, atractivo y eficaz en la promoción del arte público de Zaragoza como un atractivo turístico.

En primer lugar, identificamos los objetivos que queríamos conseguir con este folleto, que son destacar el arte público de Zaragoza y atraer a turistas interesados en la cultura y el arte público.

Seguidamente, basándonos en la investigación sobre el arte público en Zaragoza, incluyendo obras destacadas y la historia detrás de cada una que hemos llevado a cabo a lo largo de todo el proyecto, elegimos algunas de las obras más importantes y conocidas de la ciudad para representar el arte público en el folleto.

Con estas obras seleccionadas, comenzamos a esbozar un diseño conceptual para el folleto. Esto consistió en decidir el formato del folleto, la disposición de las imágenes y el texto, así como la elección de colores y tipografía que reflejaran la esencia del arte público y la identidad de Zaragoza. Para los colores, la tipografía y la inclusión del logo del Ayuntamiento de Zaragoza se han seguido las instrucciones del Manual: Aplicaciones Básicas de Identidad Corporativa del Ayuntamiento de Zaragoza.

En cuanto a la información que proporciona el folleto a los visitantes, como no podemos incluir todas las obras ni todas las descripciones de éstas, únicamente hemos añadido la información que puede resultar práctica para los visitantes para animarles a utilizar el sitio web en el que sí que pueden encontrar todo esto.

Por último trabajamos en el diseño gráfico del folleto, utilizando herramientas de diseño profesional para dar vida a nuestro concepto en el programa de Adobe Illustrator.

Así, surgió la primera idea de folleto que es la siguiente:



Imagen 6: Primer folleto parte exterior. Fuente: elaboración propia.



Imagen 7: Primer folleto parte interior. Fuente: elaboración propia.

Nos encontramos con un primer borrador que no cumplía con nuestras expectativas. Este diseño no nos convencía principalmente debido a su falta de profesionalidad y a la escasa organización de los elementos.

En cuanto a la falta de profesionalidad mencionada, el diseño de este primer folleto carecía de la apariencia pulida y atractiva que buscábamos. Las imágenes parecían desordenadas, lo que no transmitía la calidad ni el valor artístico de las obras que estábamos promocionando. Además la tipografía elegida para la portada del tríptico no se entendía fácilmente y los colores no se correspondían con los del Manual del Ayuntamiento.

Por otro lado, la organización de los elementos no era adecuada. La disposición de las imágenes y el texto no fluía de manera lógica, lo que dificultaba la comprensión del lector. Esto era un problema importante, ya que queríamos que el folleto fuera fácil de usar y que la información se presentara de manera clara, coherente y atractiva. Buscando este atractivo, añadimos algunos elementos decorativos pero el resultado no fue el que queríamos ya que contribuían a esta falta de profesionalidad y organización.

En resumen, el primer diseño del folleto presentaba deficiencias en términos de profesionalidad y organización de elementos. Fue evidente que necesitábamos realizar ajustes significativos para lograr un producto final que reflejara de manera efectiva la belleza y la importancia del arte público en Zaragoza y proporcionara una experiencia agradable para los lectores.

De esta manera, creamos un segundo boceto de folleto con unas ideas más claras.



Imagen 8: Segundo folleto parte exterior. Fuente: elaboración propia.



Imagen 9: Segundo folleto parte interior. Fuente: elaboración propia.

En respuesta a las limitaciones encontradas en el primer diseño del folleto, preparamos una segunda versión que buscaba abordar los problemas de falta de organización y falta de profesionalidad. En este segundo intento, le dimos una mayor organización a los elementos de la composición y una apariencia general más sobria, con lo que conseguimos añadirle la profesionalidad que buscábamos.

Este nuevo folleto se caracteriza por una estructura cuidadosamente organizada. Las imágenes y el texto se dispusieron de una manera más lógica, para facilitar la lectura y la comprensión de la información. Todas las imágenes fueron alineadas con precisión para transmitir un sentido de orden y claridad.

Sin embargo, nos dimos cuenta de que, intentando lograr esta organización y sobriedad, la formalidad y el enfoque cuadriculado que adoptamos, sí que aportaron profesionalismo pero podrían haber sacrificado la creatividad que caracteriza al arte público. Las obras de arte público se caracterizan por su originalidad, y el folleto también debería reflejar esta creatividad.

De esta manera, mientras que la segunda versión del folleto logró una organización mejorada y una apariencia mucho más sobria que el primero de ellos, también perdió parte de la esencia creativa del arte público. Es por eso que llegamos a la conclusión de que debemos encontrar un equilibrio entre la formalidad y la originalidad y creatividad para asegurarnos de que el folleto realmente sea una buena estrategia para la difusión del arte público de Zaragoza.

Con esto claro empezamos a trabajar en lo que resultaría el tercer y último folleto para la oficina de turismo y que podemos ver en la siguiente página.



Imagen 10: Tercer folleto parte exterior. Fuente: elaboración propia.



Imagen 11: Tercer folleto parte interior. Fuente: elaboración propia.

Po último, en las siguientes imágenes se muestra el resultado final del folleto seleccionado con el sangrado, las marcas de recorte y las barras de color.



Imagen 12: Folleto seleccionado parte interior con sangrados. Fuente: elaboración propia.



Imagen 13: Folleto seleccionado parte interior con sangrados. Fuente: elaboración propia.

La profesionalidad del folleto anterior se mantuvo mediante la elección de colores y tipografías (siempre teniendo en cuenta el Manual de Aplicaciones Básicas de Identidad Corporativa del Ayuntamiento de Zaragoza). Esta paleta de colores la añadimos también al resto de elementos de la composición, editando las imágenes en blanco y negro. Así, el estilo visual de todo el folleto hace que sea apropiado para una audiencia turística y que transmita seriedad y confiabilidad.

La vivacidad y el dinamismo que faltaban se lograron a través de una disposición de elementos visualmente atractiva. Utilizamos diseños de página que destacaran las obras de arte de manera impactante para lo que empleamos efectos de sombra, degradados y diseño tipográfico creativo que mantuviera el interés del lector.

Por último, la funcionalidad se mantuvo aportando la información esencial para que el usuario conozca dónde puede encontrar la información sobre el arte público de Zaragoza. También incorporamos el código QR que permite a los visitantes acceder a esta información.

Finalmente podemos decir que el tercer y último folleto logró un equilibrio exitoso entre todos los elementos, creando un entregable original, creativo y dinámico, al mismo tiempo que mantiene su profesionalismo, modernismo, cohesión y funcionalidad. Con este resultado final conseguimos el objetivo de hacer que el folleto sirva como herramienta efectiva para la difusión del arte público de Zaragoza.

ANEXO 2

ANÁLISIS

SITIOS WEBS

SIMILARES

ANÁLISIS DE PÁGINAS WEB SIMILARES

Con el objetivo de sacar ideas para mejorar nuestra página web se ha llevado a cabo un estudio gráfico de varias páginas webs similares en las que se ofrezcan servicios relacionadas con el turismo en determinadas ciudades. De esta manera, podemos saber cuáles son las tendencias actuales en el diseño web, podemos ver cómo organizan los contenidos, cómo los exponen de manera atractiva y cómo consiguen que la búsqueda dentro de ellas sea lo más sencilla posible y permita acceder a toda la información a todas las personas.

Para esto, hemos buscado páginas que hemos encontrado atractivas estéticamente y fáciles de usar o que nos han parecido que incluyen algún concepto o idea original que podría ser incluido en nuestra página web a la hora de su rediseño.

LIKE A LOCAL GUIDE

The screenshot shows the homepage of Like a Local Guide for Barcelona, Spain. The top navigation bar includes a logo, a search bar set to 'Barcelona, Spain', and buttons for 'BLOGS' and 'JOIN AS TOUR PROVIDER'. Below the navigation is a secondary menu with categories: 'BARCELONA', 'THINGS TO DO', 'TOURS & ACTIVITIES', 'EATING', 'NIGHTLIFE', and 'SHOPPING'. The main content area features a heading 'Things To Do in Barcelona' with a sub-instruction 'Browse popular tours and discover 46 tips recommended by our locals'. On the left, there's a map of Barcelona with filters for 'All' (46), 'Sights' (31), 'Museums & Galleries' (20), and 'Fun & Active' (18). Two specific attraction cards are visible: 'Parc de la Ciutadella' (The green heart of Barcelona) and 'Museo del Modernismo Catalán' (Museum of Catalan Modernism).

Imagen 14: Atrápalo Fuente: <https://www.likealocalguide.com/barcelona/things-to-do>

Esta página te permite, en la ciudad que quieras, buscar las cosas que hay para ver y las cosas que puedes hacer, así como las diferentes actividades y tours que se ofrecen. También puedes buscar restaurantes o bares de noche e incluso las tiendas que hay en la ciudad.

En cuanto a organización, todo está dispuesto de forma que en la barra gris superior aparecen los nombres de los temas sobre los que ofrecen información (qué hacer, tours, comida, vida de noche o *shopping*). Así, clicas en una opción u otra y se abre la ventana con la información correspondiente. Dentro de cada sección hay filtros para facilitar la búsqueda, así como un mapa que se puede ampliar y reducir para ubicar de manera más sencilla dónde se encuentra cada lugar de interés.

Si hablamos de diseño gráfico, vemos que es una página moderna y limpia en la que, en todas las páginas y secciones, se usan únicamente el rojo, blanco y gris claro, lo que hace que haya una cohesión en todas ellas y que los contenidos se vean claramente, haciendo muy sencilla la navegación por la página. Además, se incluyen muchas imágenes que destacan sobre el texto haciendo que la búsqueda sea muy visual y atraiga al usuario a seguir navegando por la página.

WITHLOCALS

The screenshot shows the Withlocals website interface. At the top, there is a search bar with the placeholder "Barcelona, España". Below the search bar are buttons for "Fecha" (Date), "4 Adultos" (4 Adults), "Habla Local" (Local Speaker), and "Filtros" (Filters). To the right of the search bar are links for "Buy a gift voucher", "Español / EUR", "Iniciar sesión" (Log in), and "Registrarse" (Register). The main content area features a section titled "Experiencias para todos los intereses" (Experiences for all interests) with five cards: "foodies", "Families", "HISTORY BUFFS", "Newbies", and "Style icons". Each card has a small image, a title, a brief description, and a "Explora" button. Below this section, there is a heading "63 Tours y actividades privadas en Barcelona" followed by a grid of tour thumbnail images. A "Ordenar resultados" (Sort results) button is located at the top right of the grid.

Imagen 15: Withlocals Fuente: <https://www.withlocals.com/es/s/spain/barcelona/>

En esta página buscas la ciudad que quieras y muestra, primero las 5 mejores cosas que puedes hacer en ella y seguidamente indica las cosas que se pueden hacer según los gustos e intereses del usuario (comidas, planes familiares para hacer con niños, tours de lo más destacado de la ciudad, tours de arte y cultura...).

Para buscar estas actividades no sólo te deja filtrar por gustos, sino que también por número de personas (incluyendo niños si los hubiese), por fecha, idioma y otros muchos filtros más como los que se ven en la siguiente imagen:

Imagen 16: Filtros de Withlocals Fuente: <https://www.withlocals.com/es/s/spain/barcelona/>

Esta página también incluye la posibilidad de registrarte con lo que podrías establecer un chat con otros usuarios, guardar tus favoritos (actividades que te hayan gustado al realizarlas o actividades que quieras tener guardadas para hacer en el futuro) y poder ver las reservas que tienes.

En cuanto a estética, la página es muy moderna y también usa solamente dos colores, en este caso el blanco y el morado, tanto en el logo como en los filtros y en todas las páginas.

En la página principal en la que se muestran los contenidos, como hemos explicado anteriormente, se pueden encontrar varias secciones de distintos tipos de actividades divididas por tema. Para esto, utiliza fotos relacionadas con el tipo de actividades que se proponen, creando un diseño muy atractivo y moderno que llama la atención del usuario. Esto también hace que la página sea muy visual y animada e invite a querer saber más.

ATRÁPALO

The screenshot shows the Atrapalo website interface. At the top, there's a red header bar with the Atrapalo logo, a search bar, and links for 'EMPRESAS', 'INSPIRATE', 'AYUDA', and a user icon. Below the header, a navigation bar includes 'Barcelona ciudad', 'Museos y Exposiciones', 'Cualquier fecha', and 'NUEVA BÚSQUEDA'. On the left, there are filters for 'Valoración' (0+, 5+, 6+, 7+, 8+), 'Tipo público' (Para todas las edades, Adultos, Infantil, Familiar), 'Precio' (3,60€ to 21€), and 'Museos y Exposiciones' (Todos (33), Museos (19), Exposiciones (13), Museos y Exposiciones (2)). The main content area displays '33 Museos y Exposiciones en Barcelona' with two cards: 'La Pedrera Night Experience' (11€) and 'Ideal Barcelona - Dalí Cibernetico'.

Imagen 17: Withlocals Fuente:
<https://www.atrapalo.com/actividades/barcelona/barcelona/#buscador/>

Esta página permite al usuario comprar entradas para diferentes exposiciones y museos en la ciudad que quiera.

A diferencia de las anteriores páginas, no es una página que te muestra lugares de interés y es meramente informativa, sino que se dedica a la venta de entradas. Lo que sí que tiene en común con las otras páginas es el funcionamiento de la misma; lo primero que tienes que hacer es indicar en qué ciudad te encuentras o en qué ciudad estás interesado. También incluye filtros para buscar la actividad que más le convenga al usuario; según la fecha, el precio, el tipo de público, si busca algo relacionado con el teatro, la danza, etc o por valoración de otros usuarios.

Como novedad esta página incluye la opción "Inspírate", con la que te lleva a un apartado en el que puedes ver las opiniones y la valoración de otras personas sobre algunas actividades.

The screenshot shows the 'Inspírate' section of the Atrapalo website. It features a blue header with the text 'INSPIRÁTATE CON LOS MEJORES PLANES' and tabs for 'Entradas', 'Actividades', and 'Escapadas'. Below this, it says 'en Barcelona'. There are six categories: 'Cualquier tipo' (12042 opiniones), 'Teatro y Danza' (10341 opiniones), 'Musicales' (812 opiniones), 'Música' (400 opiniones), 'Circo' (324 opiniones), and 'Museos y Exposiciones' (85 opiniones). Below each category are small cards with user reviews and photos, such as 'YOLANDA' for a comedy show and 'CARMEN' for a musical.

Imagen 18: Sección Inspírate. Fuente:
<https://www.atrapalo.com/actividades/barcelona/barcelona/#buscador/>

Estéticamente, esta página no es tan moderna ni atractiva como las demás. En la página principal hay demasiados colores; la sección de "Inspírate" es azul y blanca a diferencia de la principal en la que destacan el rojo y blanco. Además, en los filtros laterales la barra corredera es azul, cada puntuación para las valoraciones tiene un color distinto... Esto hace que la página sea menos atractiva y que no haya la cohesión entre las páginas. Las imágenes están ubicadas en franjas blancas y hacen que la página sea demasiado cuadriculada y sin libertad.

TIME OUT

The screenshot shows the Time Out website for Barcelona. At the top, there's a black header with 'BARCELONA' and 'ES' dropdown menus, the 'TimeOut' logo, a 'SUSCRÍBETE' button, and a search icon. Below the header, a navigation menu includes 'Qué Hacer' (which is underlined), 'Comer y Beber', 'Cultura', 'Viajes', 'Noticias', and 'Más'. The main content area has a dark background with a large image of a crowded outdoor event at night. Overlaid on this image is the title 'Qué hacer' and a subtitle 'Las mejores cosas para hacer en Barcelona: paseos, fiestas, museos, festivales, conciertos...'. To the right of the main image, there's a sidebar with a 'Anuncios Google' section containing a blue button 'Enviar comentarios' and a link '¿Por qué este anuncio?'. Below the main image, there are five smaller cards, each with a thumbnail image and a title. From left to right: 1. 'Cosas para hacer en Barcelona en agosto' (Thumbnail: people at an outdoor event). 2. 'Las mejores piscinas de Barcelona' (Thumbnail: a swimming pool with a city skyline in the background). 3. 'Las mejores cosas para hacer gratis' (Thumbnail: a panoramic view of a city). 4. '50 lugares para ir en familia' (Thumbnail: four children lying on their backs in a park, legs up). 5. 'Rutas e itinerarios para pasear por Barcelona' (Thumbnail: a path through a lush green forest).

Imagen 19: TimeOut. Fuente: <https://www.timeout.es/barcelona/es/que-hacer>

Esta página también propone una búsqueda de información, como se ve en la barra negra superior, diferenciada según el interés del usuario (qué hacer en la ciudad, dónde comer, o actividades relacionadas con la cultura). Una vez el usuario se decida por una de esas opciones se presenta la información correspondiente.

Dentro de cada sección no hay filtros que facilitan la búsqueda como en las otras páginas analizadas sino que al ir bajando te propone diferentes actividades por secciones como al aire libre, en familia, etc. Esto no permite a los usuarios acceder a la información o servicios que ellos quieren directamente sino que tienen que buscarlo dentro de lo que la página ofrece. Esto hace que la navegación sea más lenta y difícil ya que el usuario no puede predeterminar el tipo de actividad que quiere y la tiene que encontrar.

Estéticamente es una página muy atractiva y elegante al usar el blanco y el negro como colores principales y el rojo para destacar algún detalle como la sección en la que se encuentra el usuario.

No hay casi texto y las imágenes tienen mucho peso en la página, haciendo que sea agradable mirar la página y navegar por ella. Además, las imágenes son cuadradas, sin esquinas redondeadas, lo que hace que la elegancia se vea potenciada y que la página sea más formal pero moderna.

En cuanto a diseño gráfico ésta es una de las páginas que más nos gustan.

ESPACIO 34

The image shows the front cover of the 'Guía de Arte Urbano Barcelona'. At the top left is the logo 'ESTUDIO 34' with the text 'GUÍA DE ARTE URBANO BARCELONA'. At the top right are social media icons and the hashtag '#GUÍADEARTEURBANO'. The title 'GUÍA DE ARTE URBANO' is prominently displayed in large, colorful, abstract letters. Below it, the text 'PIÉRDETE EN COLOR CON NUESTRO MAPA INTERACTIVO' and '+40 ARTISTAS, 1 CIUDAD' are visible. The central part of the cover features a grid of nine smaller images showing different street art pieces by various artists. At the bottom, there are three calls to action: 'DESCUBRE VISITA' with a plus sign, 'VER TODOS LOS ARTISTAS' with a plus sign, and '+100 MURALES' with a plus sign. Below these is a map of Barcelona with numerous purple location pins indicating mural locations. A pink button at the bottom right says 'DESCARGAR LA GUÍA' with a download icon.

DESCUBRE VISITA • VER TODOS LOS ARTISTAS • +100 MURALES

DESCUBRE MÁS DE 40 ARTISTAS DE ARTE URBANO EN BARCELONA

DESCARGAR LA GUÍA

Guía de Arte Urbano Barcelona

Este mapa se ha hecho con Google My Maps. Crear tu mapa

Mapa de Google My Maps

Datos de mapas ©2023 Inst. Geogr. Nacional - Temas: 2 km. Escala: 1:250,000

Imagen 20: Espacio34. Fuente: <https://www.estudio34.com/guiadearturbanobarcelona/>

Esta página presenta guías de arte urbano en diferentes ciudades y ofrece un recorrido artístico por la ciudad elegida (descargable en pdf) junto con los grandes eventos de arte urbano y contemporáneo que hay en la ciudad. Además, te explica qué obras ver y dónde (con un mapa interactivo), quiénes son los artistas y qué estilo les define.

Hemos decidido analizar esta página web por su estética, caracterizada por su atractivo y modernidad. Lo primero que ve el usuario al entrar son fotos y los colores llamativos que abundan por toda la página, lo que combina perfectamente con el tema principal de la página, el arte urbano. Todas estas imágenes resaltan en comparación con el resto de la página que únicamente emplea el blanco y el negro. Además, las esquinas sin redondear potencian un minimalismo con el que consiguen inspirar calidad, profesionalidad y modernismo.

CONCLUSIONES ANÁLISIS

A través de una exhaustiva investigación, hemos tenido la oportunidad de conocer el diseño gráfico aplicado a las páginas webs, con el objetivo de analizar y comprender las tendencias más actuales en este campo en constante evolución. Este estudio nos ha llevado a analizar diversos aspectos que influyen en la experiencia del usuario al interactuar con sitios web, desde el uso del color hasta la tipografía, pasando por la jerarquía visual y la usabilidad, entre otros.

En cuanto a la estética, ha quedado clara la relevancia de las imágenes como protagonistas principales en el diseño de páginas web actuales. Lo importante es que la búsqueda visual prevalezca sobre la información textual. Las páginas que destacan por su atractivo utilizan una paleta de dos colores principales, lo que contribuye a lograr uniformidad y cohesión en el diseño. Esta elección de gama cromática no solo inspira modernidad y elegancia, sino que permite que sean las imágenes las que aporten el color al conjunto, creando así una experiencia visualmente agradable.

En lo que respecta al contenido escrito, es bastante importante minimizar su presencia en el espacio de la página. Para ello, se ha observado que, en general, se emplean tipografías finas y redondeadas, prescindiendo de las serifas tradicionales. Esta elección aporta un aspecto moderno y juvenil, además de que mejora la legibilidad gracias a la combinación de texto negro sobre fondo blanco con el fin de facilitar la lectura y la claridad de la información presentada.

En lo que concierne a la funcionalidad, el estudio ha mostrado el papel fundamental de los menús y filtros en la navegación de las páginas web. Estos elementos no solo simplifican la interacción del usuario, sino que también agilizan la búsqueda de información. Además, su incorporación contribuye a despejar la página de elementos innecesarios, creando un espacio más limpio y ordenado que evita la sobrecarga de información.

En resumen, nuestro análisis ha sido útil para conocer el diseño gráfico en páginas webs y cómo influye en la satisfacción y comodidad del usuario. Las tendencias actuales se inclinan hacia un enfoque visual y estético que prioriza las imágenes sobre el texto, el uso de colores simples, tipografías modernas y la incorporación de elementos de navegación que simplifican la búsqueda dentro de la propia página. Estos elementos se combinan para crear un diseño web que no solo sea atractivo a nivel estético, sino que también sea funcional y claro en su presentación de información.

ANEXO 3

RESULTADOS

TESTS DE

USUARIOS

Para comprender mejor los resultados de los tests éstos han sido recogidos en unas tablas que reflejan el número de fallos de los usuarios, la tarea en la que han fallado, si han completado o no esta tarea, en cuánto tiempo lo han hecho y los gestos al realizarlas.

USUARIO 1

Nº Tareas	Fallos leves	Fallos graves	Expresión de confusión	Preguntas	Completa (si/no)	Tiempo (seg)	Gestos	Impresiones
1	-	-	no	no	si	4	neutral	neutral
2	-	-	no	no	si	15	neutral	neutral
3	-	-	si	no	si	20	concentración	neutral
4	-	-	no	no	si	4	neutral	neutral
5	-	-	no	no	si	7	neutral	neutral
6	-	-	no	no	si	10	neutral	neutral
7	-	-	no	no	si	4	neutral	neutral
8	-	Volver hacia atrás para cambiar de itinerario			si (pero mal)	20	neutral	neutral
9	-	No entender dónde está el recorrido	si	si	no	-	confusión	duda
10	-	-	no	no	si	25	neutral	neutral
11	-	-	no	no	si	3	neutral	neutral
12	-	-	si	si	si	10	confusión/sorpresa	duda

Tabla 1: Resultados del test del usuario número 1. Fuente: elaboraciób propia

Los resultados del test de usuario revelan que el usuario experimenta dificultades significativas al realizar tareas relacionadas con la sección de itinerario en la página web. Estas dificultades se deben a varios factores que encontramos como fallos graves en nuestra página ya que que afectan negativamente a la experiencia del usuario.

En primer lugar, el usuario no es consciente de que puede cambiar de itinerario directamente desde la misma página en la que se encuentra (la página de otro itinerario). Esto señala un problema de usabilidad importante, ya que indica que la página no proporciona una forma evidente de llevar a cabo esta acción. Como resultado, el usuario realiza más clics de los necesarios para completar la tarea, lo que crea una experiencia de usuario menos eficiente.

Un segundo problema identificado durante el test es que cuando se le pide al usuario que siga el recorrido de un itinerario específico, no comprende claramente la tarea y no logra encontrar la información del recorrido. Esta falta de comprensión indica que la presentación de la información no es suficientemente clara. El usuario debería poder identificar fácilmente la información relacionada con los itinerarios y navegar por ellos sin esfuerzo.

USUARIO 2

Nº Tareas	Fallos leves	Fallos graves	Expresión de confusión	Preguntas	Completa (si/no)	Tiempo (seg)	Gestos	Impresiones
1	-	-	no	no	si	5	neutral	neutral
2	-	-	no	no	si	15	neutral	neutral
3	-	-	no	no	si	15	concentración	neutral
4	-	-	no	no	si	4	neutral	neutral
5	-	-	no	no	si	7	neutral	neutral
6	-	-	no	no	si	10	neutral	neutral
7	-	-	no	no	si	4	neutral	neutral
8	-	-	no	no	si	20	neutral	neutral
9	-	No entender dónde está el recorrido	si	si	no	-	confusión	duda
10	-	-	no	si	si	30	busca en la página	neutral
11	-	-	no	no	si	3	neutral	neutral
12	-	Busca en los filtros en vez de en la sección Autores	si	si	si	25	confusión/sorpresa	duda

Tabla 2: Resultados del test del usuario número 2. Fuente: elaboración propia

El segundo usuario presenta errores similares a los del usuario anterior en el test de usuario, pero con algunas diferencias. A diferencia del usuario anterior, este usuario sí percibe la posibilidad de cambiar de itinerario desde la misma página en la que se encuentra reconociendo que los itinerarios restantes están ubicados en la parte superior de la página y puede acceder a ellos sin necesidad de retroceder.

Sin embargo, este usuario aún encuentra problemas en cuanto a la identificación del inicio del recorrido y la navegación entre las diversas secciones del itinerario. Esta falta de claridad en la estructura del recorrido sugiere que la página necesita mejoras en la forma en que presenta la información relacionada con los itinerarios, de modo que los usuarios puedan seguir el flujo de manera más intuitiva y sin confusiones.

Un problema adicional identificado con este usuario es su confusión al recibir la tarea de dirigirse a la sección de los autores del catálogo. En lugar de comprender que se refiere a la sección que muestra información sobre los autores de las obras en el catálogo, interpreta incorrectamente la instrucción como si se tratara de los filtros que muestran a los autores de las obras. Este error tiene que ver con la terminología utilizada en la página web y consigue que los usuarios sufren malentendidos al completar las acciones propuestas.

USUARIO 3

Nº Tareas	Fallos leves	Fallos graves	Expresión			Tiempo (seg)	Gestos	Impresiones
			de confusión	Preguntas	Completa (si/no)			
1	-	-	no	no	si	4	neutral	neutral
2	-	-	no	no	si	20	neutral	neutral
3	-	-	no	no	si	16	neutral	neutral
4	-	-	no	no	si	4	neutral	neutral
5	-	-	no	no	si	10	neutral	neutral
6	-	-	no	no	si	15	neutral	neutral
7	-	-	no	no	si	4	neutral	neutral
8	-	Volver hacia atrás para cambiar de itinerario	no	no	si (pero mal)	25	neutral	neutral
9	-	No entender dónde está el recorrido	no	no	no	-	confusión	duda
10	-	-	no	si	si	28	busca en la página	neutral
11	-	-	no	no	si	3	neutral	neutral
12	-	-	si	si	si	10	neutral	neutral

Tabla 3: Resultados del test del usuario número 3. Fuente: elaboración propia

El último usuario evaluado presenta los mismos problemas que los que identificamos con el primer usuario, lo que indica que estos son recurrentes y críticos en la experiencia del usuario en la página web. Es importante destacar que estos problemas persisten a pesar de las diferencias individuales entre los usuarios, lo que subraya su relevancia en términos de prioridad de corrección.

Ambos usuarios tienen dificultades en reconocer la forma de cambiar de itinerario desde la misma página en la que se encuentran y para entender y llevar a cabo tareas específicas relacionadas con el recorrido y las secciones de la página.

Dado que estos problemas se repiten en múltiples usuarios, es evidente que son los aspectos más graves que deben abordarse en la optimización de la página web.

En resumen, los resultados del test de usuario subrayan la necesidad de mejorar la usabilidad y la claridad de la sección de itinerario en la página web. Abordar estos problemas es esencial para ofrecer a los usuarios una experiencia más satisfactoria. Las posibles soluciones podrían incluir una mejor señalización de la opción de cambio de itinerario en la página actual, así como una presentación más clara y accesible de la información relacionada con los diferentes recorridos de los itinerarios. Estos cambios ayudarán a garantizar que los usuarios tengan una experiencia más fluida y eficiente al interactuar con la sección de itinerario de la página web.

Además, se podría usar una terminología más precisa de forma que no se confundan los autores del catálogo con los autores de las obras.

Corregir estas deficiencias en la usabilidad, la claridad de la información y la terminología ayudará a mejorar significativamente la experiencia del usuario y a garantizar que estos puedan interactuar de manera más efectiva y satisfactoria con la página. Por lo tanto, estos problemas deben ser una prioridad en los esfuerzos de mejora y desarrollo de la plataforma.