



# DESARROLLO INNOVADOR DE INTERFACES WEB UTILIZANDO TECNOLOGÍA HTML5 EN EL DISEÑO DE UNA APLICACIÓN WEB

UNIVERSIDAD DEL AZUAY  
MAESTRÍA EN DISEÑO MULTIMEDIA  
DIS. CARLOS AVILA  
CUENCA - ECUADOR  
2012







Universidad del Azuay

Maestría en Diseño Multimedia

Desarrollo innovador de interfaces  
Web utilizando tecnología HTML5  
en el diseño de una aplicación web

Dis. Carlos Avila

Cuenca - Ecuador



# Dedicatoria

El presente trabajo esta dedicado en primer lugar a mis queridos padres Zoila y Julio, por ser mi apoyo incondicional, mi motivación y mi aliento para cumplir con esta meta trazada. También lo dedico a mis hermanos y a mis queridos sobrinos que son una parte muy importante de mi vida.

A mis queridos amigos Verónica y Andrés que me han respaldado en este proceso.

A mis queridos compañeros de la Maestría en Diseño Multimedia, con los que hemos compartido esta experiencia tan grata y a mis estimados profesores que supieron transmitirnos sus valiosas enseñanzas de la mejor manera.

Finalmente dedico este trabajo a todos aquellos colegas diseñadores y desarrolladores que están en la búsqueda constante de la innovación.



# Agradecimiento

Agradezco a Dios primeramente, un agradecimiento profundo a mis padres por todo el apoyo brindado a lo largo de este reto personal, a mi estimado amigo y Director de tesis Dis. Juan Lazo por su valiosa guía y aporte en el desarrollo del presente.

Un agradecimiento especial a mis grandes amigos: la Ing. Verónica Barzallo y al Dis. Andrés Ulloa por su valiosísimo aporte en la construcción de este proyecto y por la disponibilidad brindada a lo largo de este proceso.

Finalmente agradezco a quienes supieron brindarnos su tiempo y colaboración en las consultas y en la recopilación de información. En definitiva gracias a todas aquellas personas que de una u otra manera contribuyeron con la realización de este trabajo.



# Objetivos

## **Objetivo General**

- Demostrar las posibilidades de innovación en interfaces creadas con HTML5.
- Analizar la innovación en el diseño de interfaces web.

## **Objetivos específicos**

- Investigar nuevas alternativas de visualización de interfaces web.
- Investigar la evolución de Internet hacia la Web 3.0.
- Diseñar una interfaz web basada en las recientes innovaciones en Internet.



# Resumen

El Internet está experimentando un crecimiento cada vez mayor a nivel mundial, se va incrementando los niveles de velocidad y accesibilidad del mismo. A la par de este fenómeno global actualmente evidenciamos la evolución de las interfaces web que de cierto modo reflejan el crecimiento de Internet y la llamada Web 2.0. Así las interfaces hoy en día nos muestran las nuevas posibilidades y ventajas en cuanto a diseño, que llegaron de la mano de HTML5 (La más reciente actualización de HTML, el lenguaje en el que es creada la web) el cual se va posicionando como el futuro de Internet.

Dentro de esta corriente innovadora en la que el despliegue comunicacional de las marcas se está trasladando a la red y aprovechando las ventajas que nos ofrecen las nuevas tecnologías de desarrollo, nos hemos propuesto utilizar sus bondades en beneficio de la marca que representa actualmente a la ciudad de Cuenca: “CUENCA Todo un mundo”.

La presente propuesta está enfocada en el posicionamiento de la marca ciudad de Cuenca en la Web, a través del diseño multimedia aplicado en el desarrollo de una interfaz creativa y atractiva, que esté basada en las virtudes que nos ofrece HTML5 y en el estudio previo de todos los factores que involucran a la marca.

# Abstract

The Internet's growth is extending tremendously all over the world, and as a consequence, the levels of speed and accessibility of it also increase. Along with this global phenomenon, nowadays we show the evolution of web interfaces that somehow reflect the growth of Internet as well as the Web 2.0. Thus, today web interfaces reveal us new possibilities and advantages in terms of design that came from HTML5 (The most recent update of HTML, the language by which the web is created) that is positioned as the future of Internet.

Within this innovative current, in which the brands' communicational deployment is moving towards the network, and it is taking advantage of the benefits offered by these new developing technologies. That is why, we have proposed to use these advantages in order to benefit the mark that currently represents the city of Cuenca which is “CUENCA todo un mundo”.

This proposal is focused on the setting or positioning of the brand, city of Cuenca, on the web, through multimedia design which is applied in the development of a creative and attractive interface. Moreover, this multimedia design would be based on the virtues that offer us HTML5, as well as in the previous study of all the factors that involve this brand.



# INTRODUCCIÓN





# Introducción

“HTML5 es el presente de la web.”<sup>1</sup>

“Entender HTML5 es entender que hoy nos conectamos desde teléfonos móviles, tabletas, eBooks, netbooks, computadores y otra gama de dispositivos. Es entender que se acabaron los webmasters y hoy hablamos de equipos multidisciplinarios de empresas de tecnología que cuentan con frontends, backends, sysadmins, mobile devs, community managers y arquitectos de información en los proyectos que están reiventando mercados y generando tráfico e ingresos.”<sup>2</sup>

Podemos hablar de todas las empresas gigantes de la web, podemos enumerar a Microsoft, Google, Apple, Adobe, Facebook, Yahoo, Mozilla y miles de proyectos tecnológicos que independientemente de sus objetivos hoy respiran HTML5 y lo apoyan. Es una de sus más importantes estrategias de posicionamiento y es una de sus más fuertes apuestas de reclutamiento.

HTML5 es la actualización de HTML, el lenguaje en el que es creada la web. HTML5 también es un término de marketing para agrupar las nuevas tecnologías de desarrollo de aplicaciones web: HTML5, CSS3 y nuevas capacidades de Javascript.

“La versión anterior y más usada de HTML, HTML4, carece de características necesarias para la creación de aplicaciones modernas basadas en un navegador. El uso fuerte de Javascript ha ayudado a mejorar esto, gracias a frameworks como jQuery,1 jQuery UI2, Sproutcore3, entre otros.”<sup>3</sup>

HTML en especial ha sido usado en reemplazo de Flash para desarrollar web apps que superaran las habilidades de un navegador: Audio, video, webcams, micrófonos, datos binarios, animaciones vectoriales, componentes de interfaz complejos, entre muchas otras cosas. Ahora HTML5 es capaz de hacer esto sin necesidad de plugins y con una gran compatibilidad entre navegadores.

<sup>1</sup> <http://www.slideshare.net/enramos/guia-html5> <sup>2</sup> Guia HTML5, CSS3 y Javascript, Junio 2011, Jhon Freddy Vega, Christian Van Dertienst <sup>3</sup> <http://ormeno-nicolas.blogspot.com/2012/04/html5-inducción.html>

Dentro de esta corriente innovadora en la que el despliegue comunicacional de las marcas se está trasladando a la web aprovechando las ventajas que nos ofrecen las nuevas tecnologías de desarrollo, nos hemos propuesto utilizar las bondades que nos ofrecen dichas tecnologías en beneficio de la marca que representa actualmente a la ciudad de Cuenca: “CUENCA Todo un mundo”.

“Pasearse por el mundo global implica toparnos con un exceso de información, ante el que necesitamos ayuda para elegir bien, y las marcas cumplen ese rol al jugar un papel simplificador. En el ámbito de las ciudades, esto es gestionado por lo que se llama city marketing, entendido no sólo como promoción de la ciudad, sino como visión estratégica de la misma. Gestionar la percepción que se tiene de una ciudad implica ayudar a incrementar el turismo y comercio, atraer inversiones y aumentar su visibilidad, y para esto es preciso un plan estratégico que gestione la relación que las marcas tienen con el público objetivo para posicionarse claramente ante quiénes nos dirigimos, algo también entendido como city branding.”<sup>4</sup> En nuestro caso concretamente el objetivo es posicionar a Cuenca, siendo esta ciudad un destino turístico mundial, regional y nacional, “Patrimonio Cultural de la Humanidad” con más de 200.000 visitantes anuales, equivalente al 50% de su población.<sup>5</sup>

Nos enfocaremos en el posicionamiento de la marca “Cuenca todo un mundo” en la Web, aprovechando las bondades que nos ofrece HTML5 y el crecimiento del mercado online a nivel mundial.

Por otro lado es importante crear conciencia en la sociedad cuencana e incentivar a la búsqueda de aquellas expresiones culturales que constituyen nuestra identidad. Mostrar al mundo lo que somos como sociedad auténtica y con valores culturales únicos. Tener un referente de nuestras señas particulares y así valorar su riqueza simbólica y estética. Y la mejor manera de hacerlo es aprovechando potencialmente la creciente accesibilidad a la Internet y las nuevas tecnologías de desarrollo web.

<sup>4</sup> Presentación Marca Ciudad “Cuenca todo un mundo”, elou Design, 2010

<sup>5</sup> Folleto Cuenca Ciudad de las Ciencias y el Conocimiento, 2011

# Índice de Contenidos

<b>Dedicatoria</b> .....	<b>III</b>
<b>Agradecimiento</b> .....	<b>V</b>
<b>Objetivos</b> .....	<b>VII</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>IX</b>
<b>Introducción</b> .....	<b>XIII</b>

## CAPÍTULO 1

Estudios Iniciales Referenciales .....	19
--	----

1.1 La Marca ciudad de Cuenca .....	19
1.1.1 Una Nueva Propuesta: Marca Ciudad .....	20
1.1.2 La nueva imagen de la Ciudad .....	20
1.1.3 Una elaboración sistemática y participativa .....	20
1.1.4 Marca, Significado y Valores .....	21
1.1.5 La Información viaja más rápido que la realidad .....	22
1.1.6 ¿Qué es una Marca? .....	23
1.1.7 Marca y Ciudad .....	24
1.1.8 Marca y valores .....	25
1.1.9 La Marca Cuenca .....	25
1.1.9.1 Valores de la Marca Cuenca .....	27
1.1.10 Contenidos gráficos de la marca .....	31
1.1.11 Lema: Cuenca, todo un mundo .....	34

1.1.12 Aplicaciones .....	34
<b>1.2 El target .....</b>	<b>38</b>
1.2.1. Los diferentes públicos .....	38
1.2.1.1 Cuencanos .....	38
1.2.1.2 Turistas Nacionales .....	38
1.2.1.3 Turistas Extranjeros .....	38
<b>1.3 Internet .....</b>	<b>39</b>
1.3.1 El Crecimiento de Internet .....	39
<b>1.4 Evolución de la Web .....</b>	<b>46</b>
1.4.1 Web 1.0 .....	46
1.4.2 La Web Actual: Web 2.0 .....	47
1.4.3 Web 3.0 .....	51
<b>1.5 Experiencia de usuario .....</b>	<b>53</b>
1.5.1 Usabilidad .....	54
1.5.2 La usabilidad en la actualidad .....	56
<b>1.6 Diseño de Interfaz .....</b>	<b>59</b>
1.6.1 Top 10 de tendencias en el diseño web actual .....	59
1.6.2 Diseño de Interfaz: Usabilidad e Innovación Visual como factores claves para el éxito futuro - Diseño de Interfaz y Navegación .....	76
1.6.3 Mitos del scroll en la web .....	78
<b>1.7 Herramientas y Tecnologías .....</b>	<b>79</b>
1.7.1 HTML 5 .....	79
1.7.2 WordPress .....	88
1.7.3 MySQL .....	90
1.7.4 PHP .....	92
1.7.5 CSS .....	94
1.7.6 Javascript .....	96
1.7.7 jQuery .....	98
1.7.8 Ajax .....	100
<b>1.8 Productos Homólogos .....</b>	<b>102</b>

## CAPÍTULO 2

Capítulo 2. Criterios o Partidos de Diseño ..... 109

2.1 Partido Formal .....	109
2.1.1 Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad .....	110
2.1.2 Naturaleza del sitio web .....	110
2.1.3 Público Objetivo .....	111
2.1.4 Estilo de la propuesta .....	111
2.2 Partido Funcional .....	112
2.3 Partido Tecnológico .....	115

## CAPÍTULO 3

Propuesta ..... 119

3.1 Identidad Corporativa .....	120
3.2 Jerarquización de la información .....	122
3.3 Estructura .....	123
3.4 El Esqueleto .....	126
3.5 Superficie   Diseño Visual .....	130
3.6 Bocetaje .....	134
3.7 Desarrollo .....	155

**Conclusiones** ..... **161**

**Bibliografía** ..... **163**

**Anexos** ..... **169**

Mini guía marca ciudad Cuenca todo un mundo ..... **169**



# CAPÍTULO 1

Investigación





# DIAGNÓSTICO

## Capítulo 1. Investigación

**E**n el desarrollo del presente proyecto es importante tener en cuenta todos aquellos factores que involucran el diseño y desarrollo web, ya que estas actividades están en constante evolución y siendo el Internet un medio de comunicación masivo que está experimentando un crecimiento cada vez mayor en todo el mundo. Por otro lado iremos abordando el desarrollo estratégico de la marca “Cuenca todo un mundo” en la web de la mano de la tecnología de HTML5.

### 1.1 La Marca ciudad de Cuenca

#### ¿Por qué una nueva imagen para Cuenca?

“Pasearse por el mundo global implica toparnos con un exceso de información, ante el que necesitamos ayuda para elegir bien, y las marcas cumplen ese rol al jugar un papel simplificador. En el ámbito de las ciudades, esto es gestionado por lo que se llama city marketing, entendido no sólo como promoción de la ciudad, sino como visión estratégica de la misma.”<sup>6</sup> Gestionar la percepción que se tiene de una ciudad implica ayudar a incrementar el turismo y comercio, atraer inversiones y aumentar su visibilidad, y para esto es preciso un plan estratégico

que gestione la relación que las marcas tienen con el público objetivo para posicionarse claramente ante quiénes nos dirigimos, algo también entendido como city branding.

Dicho esto, el posicionamiento de la ciudad en la Web no debe ser la excepción, ya que nuestro público objetivo contempla también a todos aquellos usuarios de la Web que estén interesados en conocer virtualmente o visitar nuestra ciudad.

<sup>6</sup> Presentación: Marca ciudad “Cuenca todo un mundo”, Helov Design, 2010

## 1.1.1 Una Nueva Propuesta: Marca Ciudad

“El concepto de Marca Ciudad va más allá de las banderas políticas y es más que un logotipo de campaña para las administraciones de turno en los gobiernos locales. Una marca ciudad es un bien de la ciudad, un activo trascendental de todos y para todos los ciudadanos y que no se limita a un logotipo sino se refleja en todas las actitudes y comportamientos de las personas y organismos involucrados, todos con un fin común, el bienestar de los ciudadanos.

Esta nueva propuesta involucra a todos los grupos del sector productivo, empresarial, turístico y principalmente a la ciudadanía, para lograr una reafirmación de nuestra identidad, como elemento de orgullo y de cohesión social. El desarrollo de la marca ciudad implica definir cuál es la identidad básica de la ciudad y sus rasgos distintivos, donde el principal destinatario de la estrategia de marca ciudad es el propio ciudadano.”<sup>7</sup>

De este modo el manejo de la marca *“on-line”* pretende reflejar en la web ese carácter amigable desde el punto de vista visual y desde el punto de vista funcional. Al tratarse del sitio web que represente en el mundo virtual los valores de la marca Cuenca, el sitio tendrá que funcionar de manera eficiente y estar enfocada en el bienestar del usuario, ya sea local o extranjero.

## 1.1.2 La nueva imagen de la Ciudad:

“Hoy reafirmamos nuestra identidad con un nuevo rostro para una ciudad donde todo es posible.

Cuenca se deja ver al mundo ahora con una marca y un sitio web que resume su identidad en un símbolo que recuerda a nuestra historia, cultura y tradición, a nuestras polleras y nuestras iglesias, a nuestro tucumán, nuestros globos y castillos, a nuestras cúpulas, donde nuestra gente es el eje generador de este motor sin fin, lleno de energía y vitalidad en un mensaje rotundo y alegre de lo que hay dentro de cada cuencano y cuencana: un mundo de solidaridad, de unión, de historia, de compromiso para llegar a la Cuenca de nuestros sueños.”<sup>8</sup>

Y la mejor manera de reforzar esa nueva imagen de la ciudad al mundo es la utilización de la nueva ola tecnológica en la web, la cuál viene de la mano de HTML5, la misma que nos permitirá establecer un concepto de innovación globalizador en beneficio de la marca *“Cuenca todo un mundo”*.

## 1.1.3 Una elaboración sistemática y participativa:

Este es el resultado de más de cuatro meses de trabajo en el que se ha indagado en la opinión de

<sup>7,8</sup> Presentación: Marca ciudad “Cuenca todo un mundo”, Helov Design, 2010

numerosos colectivos y sobretodo de los ciudadanos, esta marca de ciudad resume los valores y atributos esenciales de la Ciudad para posicionarse en los mercados de promoción como una ciudad Patrimonio Cultural, Histórico y con proyección al futuro.

El proyecto de Marca Ciudad es liderado por la Municipalidad de Cuenca, representante de los intereses de todos los ciudadanos y las empresas de Cuenca.

La consultora HelouDesign<sup>9</sup>, con una amplia experiencia en la creación y gestión de marcas y programas de identidad corporativa a nivel nacional e internacional, estuvo a cargo de la realización de la Marca Cuenca con el apoyo del departamento de comunicación y marketing de la Municipalidad de Cuenca además de varios asesores nacionales e internacionales.

La primera etapa de la elaboración de la Marca Cuenca fue una auditoría de imagen de la ciudad a nivel interno tanto como externo. Se validaron amplios estudios realizados por el departamento de mercadeo de la Municipalidad, además de entrevistas a profundidad con directivos del Gobierno local y lo que en suma ha supuesto una investigación profunda a nivel organizativo con el objetivo de implicar y conocer la opinión y visión interna de una serie de personalidades del mundo político, social y empresarial de la ciudad, sobre la imagen actual y aspiracional de Cuenca y de sus ciudadanos.

Al mismo tiempo se puso en marcha un estudio sobre la percepción externa de Cuenca y sus rasgos diferenciadores de identidad a nivel nacional e internacional. Se estudió la imagen actual de la ciudad, sus atributos, valores, fortalezas y debilidades, la identidad de la Cuenca y su evolución durante los últimos años.

El briefing de la marca gráfica para su solución creativa es fruto de los resultados de los estudios realizados, de la definición los atributos y de la visión de ciudad que es la esencia de la marca y su percepción por los distintos grupos a los que la marca está dirigida.

## 1.1.4 Marca, Significado y Valores.

*“La Nueva Economía reestructurará las economías urbanas y metropolitanas, incorporando nuevas oportunidades y nuevos retos. El desarrollo estratégico de las Ciudades debe transformarse de estar enfocada a la atracción de empresas en base a subvenciones y costes bajos, a crecer atrayendo trabajadores de conocimiento por medio de un entorno de alta calidad.”<sup>10</sup>*

La economía global nos plantea un doble reto de gestión que afecta tanto a las empresas y su oferta (productos / servicios) como a las ciudades y a sus personas:

<sup>9</sup> Helov Design: Fabián Álvarez 81972) y Daniel Álvarez (1979)

<sup>10</sup> Rob Atkinson, Progressive PolicyInstitute

- Ser competitivos en el espacio físico de mercado “Marketplace”.

- Y en el espacio comunicativo “Marketspace”. En este segundo nivel “MarketSpace” competimos en base a nuestro significado.

Su gestión nos obliga a superar el enfoque tradicional de comunicación y a desarrollar una “Plataforma Estratégica de Comunicación”.<sup>11</sup>

## 1.1.5 La Información viaja más rápido que la realidad.

Este fue uno de los primeros retos de Hong Kong desde su devolución a China:

*“Hong Kong necesita promover su posición única como una de las ciudades más cosmopolitana y vibrante de Asia en un amplio segmento de audiencias internacionales. Un programa exitoso de promoción externa puede tener un significativo impacto positivo sobre la habilidad de Hong Kong para lograr un número de objetivos clave: económicos, sociales y culturales.”* **Commission on Strategic Development**

El alcalde de New York Michael Bloomberg ve a su ciudad como una “Worldclass Brand”:

*“un activo excepcionalmente valioso que tiene el*

*potencial de enorme valor promocional y financiero para los New Yorkers.”*

Ken Livingstone alcalde de Londres anunciaba en 2001 la necesidad de competir a nivel global:

*“Me gustaría que Londres se desarrollara como una ejemplar World City sostenible. Con ello lo que quiero decir es que deseo poner en marcha políticas que permitan que Londres continúe siendo la ciudad financiera y económica líder en Europa y asegurar que todos los londinenses compartan los beneficios de una prosperidad creciente. La economía de Londres debe florecer para soportar el Reino Unido en una era de competición global.”*

### **Edinburgh:**

*“Construida sobre la base de la reputación de la ciudad en educación, patrimonio, cultura y negocios, la nueva marca asegurará que Edimburgo esté bien situada para competir con otras ciudades de éxito como Praga, Barcelona y Copenhague.”*

Amos Masondo, alcalde ejecutivo de Johannesburg comparte la importancia de una marca para una ciudad:

*“Hemos aprendido lecciones valiosas de ciudades como Singapore y New York, que la marca es uno de los más importantes activos de la*

<sup>11</sup> Presentación: Marca ciudad “Cuenca todo un mundo”, Helov Design, 2010

*ciudad... se trata de valor, prestigio y vinculación emocional."*

*"Cada ciudad está ahora no solo en el negocio de hacerse a sí misma, también en el de hacer su marketing... Gracias a Milton Glaser, que nos trajo el logo "I New York", las ciudades de todo el globo compiten por los dólares del turismo usando sus propios eslóganes y logos de ciudad."*<sup>12</sup>

*"Las ciudades tienen que empezar a pensar y actuar como marcas como nunca lo han hecho. Están compitiendo de forma incremental unas con otras por atraer inversiones de los negocios globales, por los dólares del turismo, por atraer talento "worldclass" - y como hemos visto recientemente en las candidaturas a las Olimpiadas de 2012, pelean con uñas y dientes por alojar el mayor evento deportivo global.*

*No puedes asignar un valor lo suficientemente grande a lograr hoy una buena marca de ciudad."*<sup>13</sup>

## 1.1.6 ¿Qué es una Marca?

### Definición:

- **Una Marca** no es un logotipo.
- **Una Marca** no es un sistema de Identidad Corporativa.
- **Una Marca** no es un producto.

- **Una Marca** es un significado propio, diferenciado y memorable que construiremos en la mente de nuestros clientes.

- **Una Marca** es algo que identificamos, identificándonos con ello e identificándolo como algo propio.

- **Una Marca** es la relación entre un producto, lugar, institución o persona y sus audiencias.

- **Una Marca** es emoción.

- **Una Marca** es una promesa.

- La promesa de una experiencia. Se construye a través de los productos y servicios, su logo, sus piezas de comunicación, su servicio de atención al cliente, sus prácticas de pago, sus políticas de empleo, la responsabilidad social de las empresas, su compromiso con la visión, etc.

- **Una Marca** no es lo que nosotros decimos.

- Es lo que ellos dicen.<sup>14</sup>

- **Una Marca** es un concepto.

- **Una Marca** es un significado.

- **Una Marca** es una experiencia.

<sup>12</sup> Bruce Mau, diseñador, 2010 <sup>13</sup> Richard Pinder.(Presidente Leo Burnett Branding), 2010 <sup>14</sup> MartinNeumeier (Gurú internacional de estrategia de marca, Neutron LLC.)

## “1.1.7 Marca y Ciudad

- Una ciudad no es un producto.
- Una ciudad es un sistema social vivo, dinámico y complejo.
- La Marca de una Ciudad o una Ciudad Marca tiene que lograr el equilibrio entre los diferentes subsistemas de la ciudad.
- La Marca de una Ciudad tiene que encapsular la esencia de la ciudad, lo que la hace diferente y preferible, sus fortalezas y crear una relación con sus audiencias.
- El significado de una ciudad está vinculado a su historia y a su destino.
- Para crear un significado fuera de la ciudad tenemos que comunicar desde dentro.
- Añadir más mensajes no es la mejor solución.
- Se trata de que un porcentaje relevante de ciudadanos vivan la estrategia de la ciudad en sus relaciones diarias con el mundo exterior.

### Objetivos:

- Alinear los mensajes que emite la ciudad de acuerdo a una visión estratégica.

- Desbloquear el talento y la creatividad de sus ciudadanos, invirtiéndolo en el logro de la visión.
- Crear nuevas, eficaces y rentables formas de dotar a la ciudad de una voz propia, memorable y eficaz que fortalezca su reputación global.

### Ingredientes:

- Personalidad.
- Veracidad.
- Aspiraciones y Espíritu de Mejora.
- Inclusión y bien común.
- Creatividad e Innovación.
- Simplicidad.
- Conectividad.
- Tiempo.”<sup>15</sup>

El corazón de una marca, y la clave de su éxito a largo plazo, es la integridad de las personas que están detrás de la marca. **Harry Beckwith**<sup>16</sup>

<sup>15</sup> Presentación: Marca ciudad “Cuenca todo un mundo”, Helov Design, 2010

<sup>16</sup> [www.cityandvalues.com/wp-content/uploads/2006/05/Camara-Comercio.pdf](http://www.cityandvalues.com/wp-content/uploads/2006/05/Camara-Comercio.pdf)

## 1.1.8 Marca y valores:

- El desarrollo de una Marca como recurso e instrumento estratégico requiere que incorpore y represente un valor tanto para las personas de la organización como para los grupos objetivos.
- La creación de una Marca integra un proceso interno de creación de valor y otro proceso externo.
- El proceso interno tiene como objetivo que la Ciudad viva la Marca.
- El proceso externo crea valor y relaciones teniendo la identidad como base.
- La Marca hace Ver y Valer los valores de la ciudad.
- La Marca de una ciudad tiene que desarrollarse a partir de la Identidad y personalidad de la ciudad; de sus valores, de su cultura y de sus aspiraciones pero, *-para ser creíbles, además de ser comunicados, los valores tienen que integrarse en la cultura de la ciudad y expresarse en su comportamiento. Los valores tienen que formar un sistema único y, por tanto, diferenciado y diferenciador. Los valores no pueden ser la "lista de compras".*

New York - *"The Big Apple"*

París - *"La ciudad Luz"*

Roma - *"La ciudad eterna"* <sup>17</sup>

## 1.1.9 La Marca Cuenca

### **La Esencia de la Marca Cuenca:**

La Cuenca del futuro se construirá en un entorno más dinámico y fluido, acercando las instituciones a los ciudadanos, prestando servicios eficaces y eficientes; para tener una comunidad socialmente equitativa, solidaria y descentralizada, democrática y participativa.

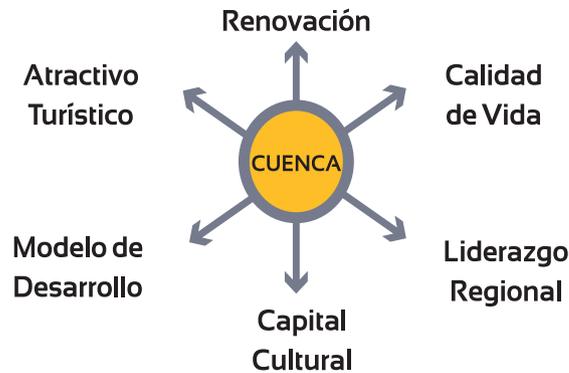
Una Ciudad más humana, en la que se recupere la dignidad, la solidaridad, la libertad, equidad y en general el buen vivir. Un modelo de desarrollo que tenga como centro el ser humano, el reconocimiento de sus capacidades y virtudes individuales y el respeto a las diferencias. <sup>18</sup>

<sup>17,18</sup> Presentación: Marca ciudad "Cuenca todo un mundo", Helov Design, 2010

## Mapa Conceptual



## Conceptos de Marca

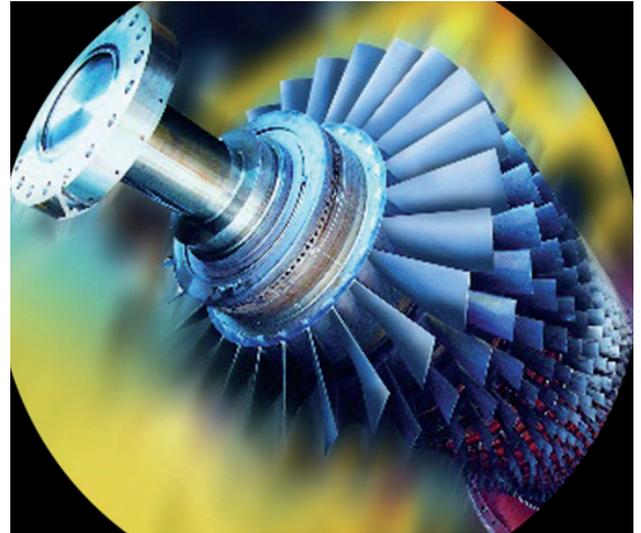


### 1.1.9.1 Valores de la Marca Cuenca:

OPTIMISMO



EFICIENCIA



UNIÓN



TRADICIÓN



CULTURA



MODERNIDAD



ALEGRÍA



DIVERSIDAD



EQUIDAD



SOLIDARIDAD



SEGURIDAD



ORDEN



## Referencias Visuales:



## Solución Gráfica



# CUENCA

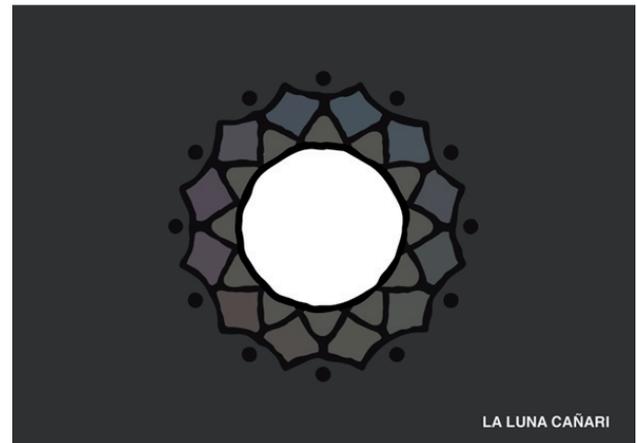
¡todo un mundo!

### 1.1.10 Contenidos gráficos de la marca:

“En la Marca Ciudad de Cuenca están recogidas las esencias y los valores de la ciudad, que se presenta ante el mundo como una ciudad modelo, sobre todo, humana. Cuenca afianza su característica de ser una ciudad para las personas y lo hace ponderando su patrimonio y atributos que la identifican como ciudad hospitalaria y lugar atractivo donde vivir y trabajar. Lo hace a través de una Marca que nos impulsa a una proyección hacia el futuro ratificando nuestra identidad.”<sup>19</sup>

La nueva identidad corporativa de Cuenca transmite lo que somos y lo que hemos conseguido hasta ahora, así como nuestra proyección a futuro. El nuevo logotipo de Cuenca da la posibilidad de una visión caleidoscópica, pues tiene múltiples lecturas e interpretaciones y su contenido gráfico refleja los valores de la visión de ciudad. Así la primera formulación es una roseta como el centro de nuestra idiosincracia; el sol, que es vida y energía,

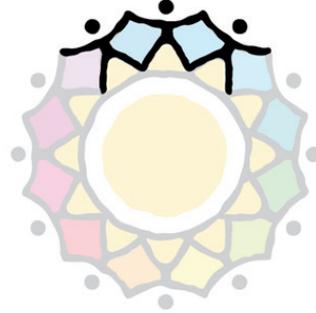
formada por gente que se toma de la mano para formar un círculo de unión, son 12 figuras que representan los 12 valores primordiales de la visión de ciudad. Así mismo se puede relacionar con una pollera o un globo multicolor, símbolos de nuestra tradición, las cúpulas de nuestras iglesias, las montañas, etc. y deriva en conceptos tan diversos como diversa es la gente de nuestra ciudad.



<sup>19</sup> Presentación: Marca ciudad "Cuenca todo un mundo", Helov Design, 2010



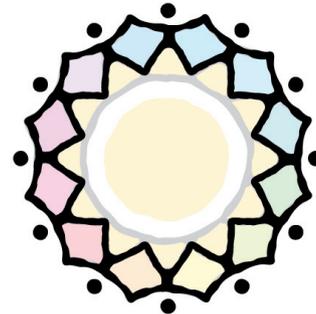
EL SOL INCA



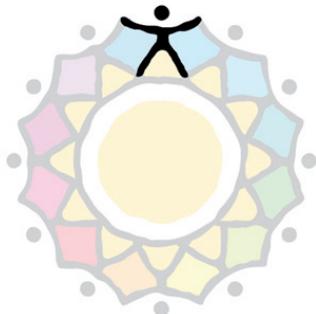
GENTE UNIDA



GENTE UNIDA



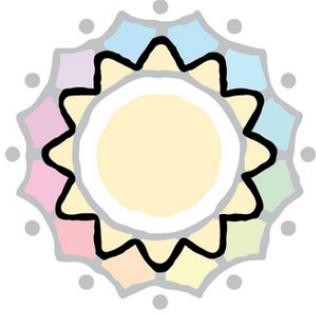
GENTE UNIDA



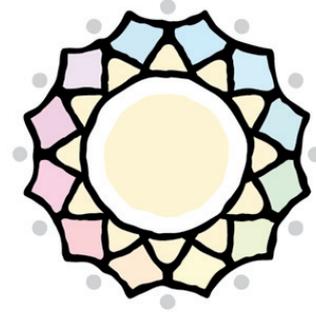
GENTE UNIDA



MONTAÑAS



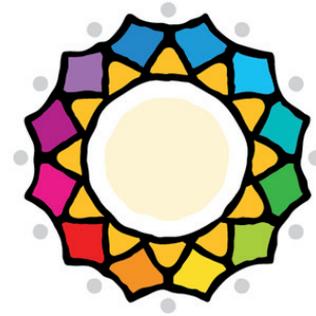
MONTAÑAS



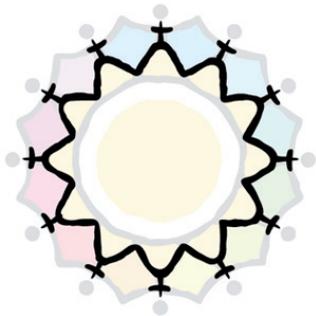
VITRAL MULTICOLOR



CUPULAS



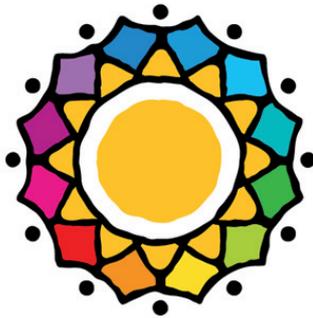
VITRAL MULTICOLOR



CUPULAS



ROSETON



DECORADOS DE POLLERA

### 1.1.11 Lema: Cuenca, todo un mundo

Este lema recupera una frase muy propia de los cuencanos para denotar abundancia. Un mundo, en Cuenca, quiere decir "mucho".

Además, nuestra idiosincracia, nuestras costumbres, la riqueza cultural e histórica de la Ciudad; la oferta turística, el potencial y talento de nuestra gente nos hace diferentes, nos hace ser todo un mundo dentro del mundo. Ser todo un mundo es proponer más... Es sentirnos orgullosos de ser cuencanos. Visto desde fuera, es un mundo por descubrir, es un cúmulo de emociones y sensaciones en un lugar incomparable.

El mundo es redondo, el mundo es diverso, el mundo es multicolor, el mundo es imaginación... El mundo engloba la diversidad de etnias, de culturas, diversidad géneros y de pensamientos y al mismo tiempo mantiene la particularidad, la

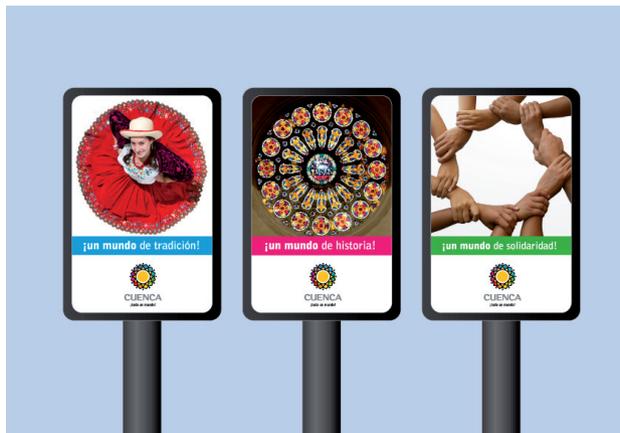
individualidad, la personalidad. Cuenca es lo universal en lo particular y lo particular dentro de lo universal.

Cuenca: Todo un mundo, es emotivo, es diferenciador, es una plataforma para articular infinidad de conceptos sin perder identidad: Un mundo de Arte. Un mundo de Tradición. Un mundo de Innovaciones. Un mundo de ideas... Un mundo de posibilidades...<sup>20</sup>

### 1.1.12 Aplicaciones:



<sup>20</sup> Presentación: Marca ciudad "Cuenca todo un mundo", Helov Design, 2010







## 1.2 El target

### 1.2.1. Los diferentes públicos

El diseñador debe considerar al público como el eje principal de su trabajo.

Una vez que se ha definido el producto que se pondrá a disposición de los internautas, realizaremos un breve análisis de los diferentes públicos que visitarán nuestro sitio web con el objetivo de examinar las posibles opciones que tenemos, y a su vez, dividiremos estos mercados grandes y heterogéneos en segmentos más pequeños, con la finalidad de determinar el nicho al que nos vamos a dirigir, lo cuál nos permitirá llegar de manera más eficaz con un producto adaptado a necesidades singulares.

#### 1.2.1.1 Cuencanos:

Nos enfocaremos primeramente en posicionar el sitio web en nuestro medio, como ya mencionamos es importante el rescate de nuestra Identidad y la mejor manera de fomentar aquello, es haciendo partícipes a nuestros niños y jóvenes de este proyecto, ya que ellos constituyen el presente y el futuro de nuestra ciudad, la idea es transmitir

el conocimiento de nuestros valores culturales a ellos, para que dichos valores perduren a través del tiempo.

#### 1.2.1.2 Turistas Nacionales:

Buscaremos posicionar el sitio web a nivel nacional, ya que el flujo turístico desde otras provincias hacia la ciudad de Cuenca es importante, sobre todo en temporada vacacional y en fechas festivas, al mismo tiempo el presente proyecto busca aportar al fortalecimiento de la identidad nacional.

#### 1.2.1.3 Turistas Extranjeros:

En base al estudio expuesto anteriormente, el flujo turístico desde el extranjero se ha incrementado en los últimos años y la idea del proyecto es difundir el patrimonio cultural de Cuenca a todo el mundo, a través de la red y por ello precisamente es que el sitio web a diseñarse estará orientado a cubrir con las expectativas de los visitantes extranjeros.

## 1.3 Internet

### 1.3.1 El Crecimiento de Internet

A modo general es importante recalcar el crecimiento del Internet a nivel mundial, ya que gracias a este crecimiento que está en ascenso día a día, podremos llegar a mas potenciales visitantes de nuestro sitio web y por ende podremos promover de forma más masiva la marca ciudad.

“En Pingdom han analizado los datos de Internet World Stats para ofrecer tablas y gráficos mos-

trando el crecimiento de Internet en los últimos 10 años, con números mostrando los países que más han crecido en accesos durante este tiempo.

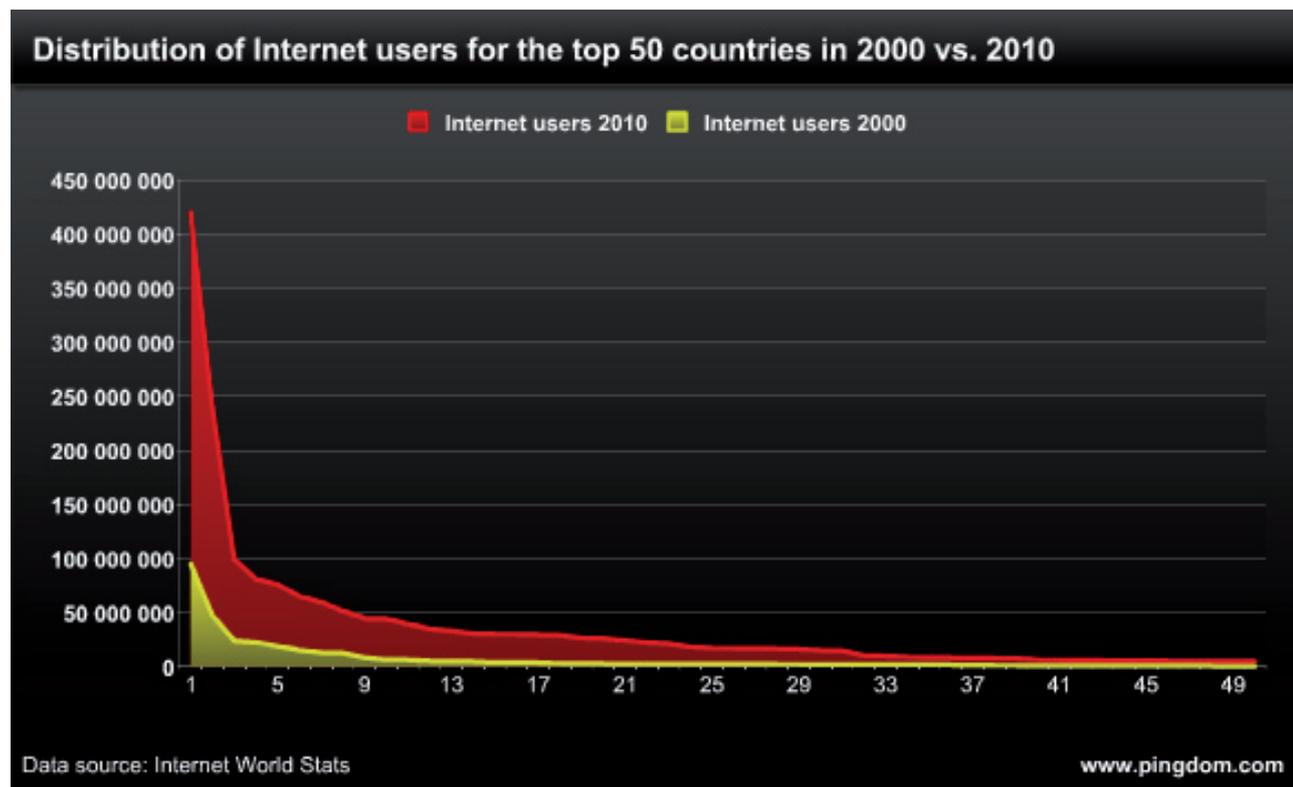
Empiezan con una comparación de número de usuarios conectados, algo sencillo, para impresionar a primera vista:”<sup>21</sup>



<sup>21</sup> royal.pingdom.com, 2010

“Usuarios que estaban distribuidos en el año 2000 de forma muy localizada geográficamente. En el siguiente gráfico podemos ver la distribución de

usuarios conectados en los 50 principales países del mundo:

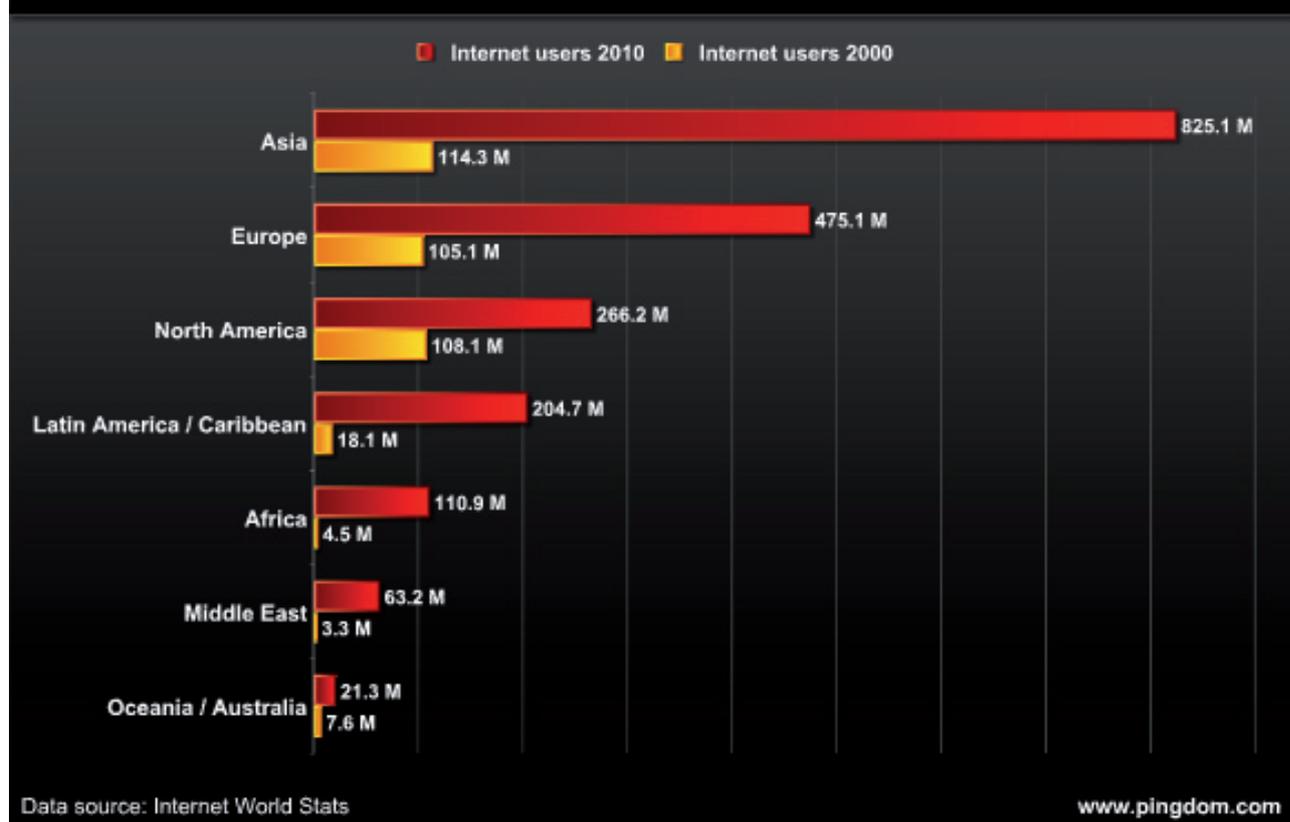


Y es que en el año 2000 los 10 principales países representaban el 73% de usuarios, número que hoy ha bajado a un 60%.”<sup>22</sup>

En el siguiente gráfico vemos el impresionante crecimiento en Asia y América Latina:

<sup>22</sup> royal.pingdom.com, 2010

## Internet users by region, 2000 vs. 2010



Asia, con 710 millones de usuarios, ha crecido un 622%, América Latina un 1033%, África un 2357%, Europa un 353% (en pingdom se pueden ver los números de todas las regiones).

Comparemos, por ejemplo, el número de usuarios conectados en 2000 y 2010 en los siguientes países:

- China, con 420 millones de usuarios conectados, tenía 22,5 millones en el 2000.

- Estados Unidos, con 239.2 millones, tenía 95 hace 10 años.

- La India, con 81 millones, tenía sólo 5, igual que Brasil, que hoy tiene 76 millones de internautas.<sup>23</sup>

<sup>23</sup> royal.pingdom.com, 2010

- Nigeria tenía 0,2 millones de conectados en el 2000, hoy llega a 44 millones (un crecimiento de un 21.891%)

## El tráfico global de Internet se multiplicará por cuatro entre 2010 y 2015 <sup>24</sup>

Cada año Cisco publica el crecimiento del Internet hasta ahora y cuál va a ser el esperado en los siguientes años. <sup>25</sup>

### **El número de dispositivos conectados duplicará a la población mundial y se consumirán 1 millón de minutos de vídeo por segundo**

El tráfico global de Internet se multiplicará por cuatro entre 2010 y 2015 hasta alcanzar los 966 Exabytes anuales -casi un Zettabyte-, lo que supone una tasa de crecimiento interanual del 32 por ciento en este período.

Así se desprende del Informe Cisco VNI (Visual Networking Index) 2010-2015, que destaca cuatro factores como los principales responsables de esta evolución:

- **El creciente número de dispositivos conectados.** La proliferación de tablets, teléfonos móviles y otros dispositivos y máquinas inteligentes está incrementando la demanda de

conectividad. En 2015 habrá cerca de 15.000 millones de dispositivos conectados a la Red a escala mundial (incluyendo las conexiones entre máquinas) frente a los 7.300 millones de conexiones contabilizadas en 2010; esto supone más de dos conexiones por cada persona del planeta.

- **Más usuarios de Internet.** En 2015 habrá casi 3.000 millones de usuarios de Internet, más del 40 por ciento de la población mundial.

- **Mayor velocidad de la banda ancha.** Se prevé que la velocidad media de banda ancha se multiplique por cuatro, desde los 7 Mbps de 2010 hasta los 28 Mbps en 2015. Esta velocidad ya se duplicó el pasado año, pasando de los 3,5 Mbps en 2009 hasta los 7 Mbps en 2010.

- **Más vídeo:** Para el año 2015, 1 millón de minutos de vídeo cruzarán la Red cada segundo, el equivalente a 674 días.

### **Principales claves del Informe**

Tráfico global IP en “Bytes”

- Se espera que el tráfico IP global alcance los 80,5 Exabytes mensuales en 2015 -el equivalente a 20.000 millones de DVDs- desde los cerca de 20,2 Exabytes mensuales registrados en 2010. Solamente el incremento de tráfico IP previsto entre 2014 y 2015 se sitúa en 200

<sup>24</sup> <http://www.cisco.com/web/ES/about/press/2011/11-06-01-el-trafico-global-de-internet-se-multiplicara-por-cuatro-entre-2010-y-2015.html> Madrid, 1 de junio de 2011.

<sup>25</sup> [http://www.cisco.com/en/US/netsol/ns827/networking\\_solutions\\_sub\\_solution.html#~forecast](http://www.cisco.com/en/US/netsol/ns827/networking_solutions_sub_solution.html#~forecast)

Exabytes, superando el volumen total de tráfico generado globalmente en 2010.

- En 2015 el tráfico IP global medio será de 245 Terabytes por segundo, el equivalente a 200 millones de personas viendo una película en alta definición en streaming (1,2 Mbps) de forma simultánea diariamente.

### Evolución por regiones

- Para 2015, la región Asia-Pacífico generará la mayor parte del tráfico IP global (24,1 Exabytes por mes), superando a Norteamérica como líder, que será responsable de crear 22,3 Exabytes mensuales.
- Las regiones en las que el tráfico IP crecerá más rápidamente durante el período analizado (2010-2015) son Oriente Medio y África (multiplicándose por ocho con una tasa de crecimiento interanual del 52 por ciento), superando así a Latinoamérica como líder (cuyo tráfico se multiplicará por siete alcanzando una tasa de crecimiento interanual del 48 por ciento).

### Vídeo como generador de tráfico

- La comunidad global de vídeo on line estará compuesta por unos 1.500 millones de usuarios en 2015, frente a los 1.000 millones contabilizados en 2010.

### Incremento de dispositivos a escala global

- En 2010 los PCs generaron el 97 por ciento del tráfico total de los consumidores en Internet. Esta cifra se reducirá hasta el 87 por ciento en 2015, lo que demuestra la creciente influencia que ejercen los nuevos dispositivos -tablets, smart phones o TVs- sobre la forma en que los usuarios acceden y usan Internet.
- El acceso a Internet desde televisores conectados sigue creciendo. Para 2015, el 10 por ciento del tráfico global de los consumidores en Internet se consumirá a través de los televisores, así como el 18 por ciento del tráfico total de vídeo en Internet.

### Vídeo avanzado (TV en 3D y HDTV)

- Se prevé que el tráfico global de vídeo avanzado (incluyendo la TV en 3D y la TV en alta definición o HDTV) se incremente 14 veces entre 2010 y 2015.

### Banda ancha móvil

- El tráfico global de datos móviles en Internet se multiplicará por 26 entre 2010 y 2015, alcanzando 6,3 Exabytes mensuales o 75 Exabytes anuales.

### Compartición de archivos

- Para 2015, las conexiones P2P representarán a escala global el 16 por ciento del tráfico total de los consumidores en Internet, cayendo desde el 40 por ciento que suponían en 2010.<sup>26</sup>

<sup>26</sup> [http://www.cisco.com/en/US/netsol/ns827/networking\\_solutions\\_sub\\_solution.html](http://www.cisco.com/en/US/netsol/ns827/networking_solutions_sub_solution.html)

## Tráfico IP empresarial a escala mundial

- El tráfico IP empresarial (que incluye tráfico web, back-ups, VoIP, etc.) se triplicará entre 2010 y 2015 a escala mundial, alcanzando previsiblemente los 10,1 Exabytes mensuales en 2015.
- Se prevé que la videoconferencia IP empresarial se multiplique por seis durante el período analizado, creciendo más de dos veces más rápido que el tráfico IP empresarial total, con una tasa de incremento interanual del 41 por ciento entre 2010 y 2015.

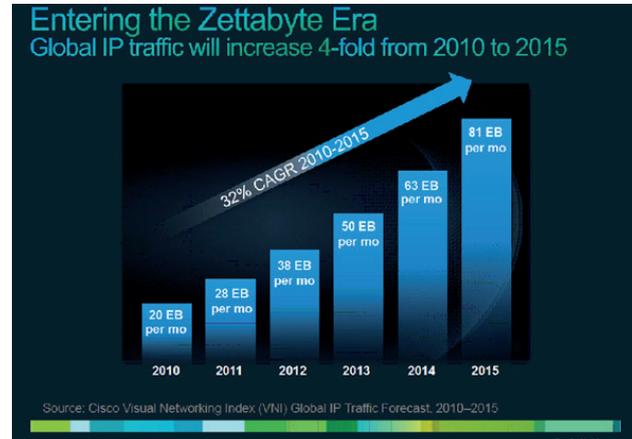
Según indica Antonio Conde, director de Desarrollo de Negocio de Colaboración en Cisco España, “el crecimiento exponencial del tráfico de Internet, especialmente el de vídeo, crea un nuevo escenario para optimizar y rentabilizar las experiencias de usuario”.<sup>27</sup>

## Sobre el Informe Cisco VNI

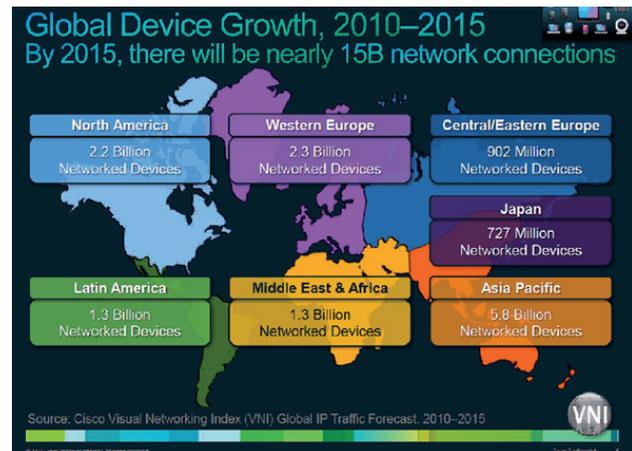
El Informe anual Cisco VNI se creó para calcular el crecimiento del tráfico IP global y las tendencias de Internet. Ampliamente utilizado por proveedores de servicios, Administraciones y expertos de la industria, el Informe Cisco VNI 2010-2015 representa la quinta edición del estudio. Las proyecciones se basan en los análisis de Cisco y en datos sobre el tráfico, el uso y los dispositivos de red elaborados por analistas independientes. Cisco valida sus datos, estimaciones y metodología con información sobre el tráfico actualizada y propor-

cionada de forma voluntaria por proveedores de servicios y consumidores de todo el mundo.<sup>28</sup>

## Entrando en la era Zettabyte: 80,5 Exabytes de datos mensuales previstos para 2015



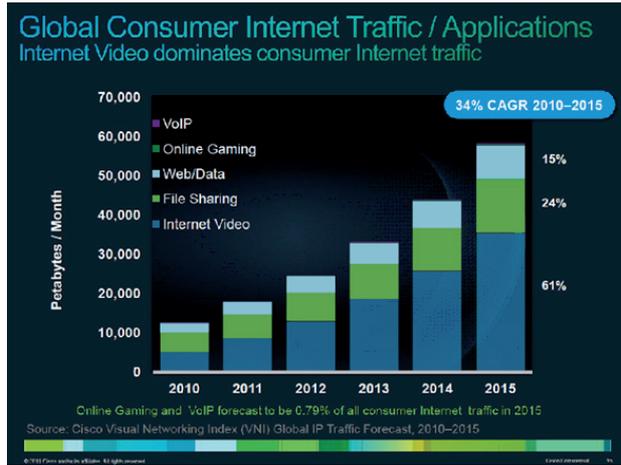
## 15.000 millones de dispositivos conectados a la Red en 2015



<sup>27</sup> Antonio Conde, Director de Desarrollo de Negocio de Colaboración, cisco, España, 2010

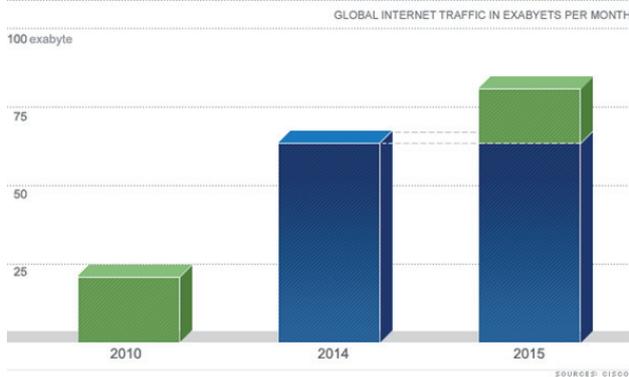
<sup>28</sup> [http://www.cisco.com/en/US/netsol//networking\\_solutions\\_service\\_provider\\_home.html](http://www.cisco.com/en/US/netsol//networking_solutions_service_provider_home.html)

*El vídeo domina el tráfico de los consumidores en Internet*



En el ámbito local, más concretamente en la ciudad de Cuenca el acceso al Internet ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años, empresas como Etapa EP registra que los accesos de internet banda ancha en el cantón Cuenca crecieron significativamente, al pasar de 3455 usuarios en 2008 a 30000 usuarios en 2011 <sup>29</sup>

En conclusión Cisco ha publicado que el Internet va a crecer cuatro veces más en los próximos cuatro años que lo que ha crecido hasta el 2010.



<sup>29</sup> Tomado del inserto, ¡Construimos la Cuenca del futuro!, Cuenca Alcaldía, 2012

## 1.4 Evolución de la Web

El diseño web ha ido evolucionando a la par con el desarrollo del internet. Lo que ha evidenciado notables mejoras en el diseño de interfaz e interactividad a lo largo de la aparición de las nuevas versiones y tecnologías de la web. A continuación un resumen de los rasgos más característicos de dicha evolución, para poder definir las actuales ventajas de la Web de cara al desarrollo de interfaces que nos permitan explotar todo ese potencial.

### 1.4.1 Web 1.0

La web 1.0 principalmente trata lo que es el estado estático, es decir los datos que se encuentran en ésta no pueden cambiar, se encuentran fijos, no varían, no se actualizan.

#### **Características principales** <sup>30</sup>

- Potenciación de presencia informativa y accesible a través de la Red.
- Internet se convierte en un servidor de conocimiento estático de acceso limitado por razones técnicas, económicas y geográficas.

- Páginas creadas a partir del código html difícilmente actualizables y con nula interacción del usuario en las mismas.
- Manejo en contenidos html plano y gif.
- Participación como consumidores.
- Únicamente es posible ver las páginas y leer el contenido, no hay interactividad.
- La información es consultada a un servidor y se muestra en nuestra computadora personal, los datos viajan en un solo sentido.
- Utiliza Desde el recordado Netscape hasta el Internet Explorer.
- Un equipo “todo poderoso” concentra los recursos, aplicaciones e información, la cual es consultada desde equipos que no realizan mayor procesamiento.
- Verdaderos especialistas y conocedores son capaces de aprovechar las capacidades de la Web.

<sup>30</sup> <http://evoluciondelaweb.blogspot.com/>

## 1.4.2 La Web Actual: Web 2.0

Segunda generación de Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios.

El término **Web 2.0** está comúnmente asociado con aplicaciones web que facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la World Wide Web. Ejemplos de la Web 2.0 son las comunidades web, los servicios web, las aplicaciones Web, los servicios de red social, los servicios de alojamiento de videos, las wikis, blogs, mashups y folcsonomías.

En general, cuando mencionamos el término Web 2.0 nos referimos a una serie de aplicaciones y páginas de Internet que utilizan la inteligencia colectiva para proporcionar servicios interactivos en red, Las características de la Web 2.0 se resumen en las siguientes: <sup>31</sup>

- Interacción del usuario con la Red pudiendo él mismo incluir su propia información en el sistema, creando o no Web interactivas y visuales.
- Hay consumidores, productores y creadores, estas dos últimas se realizan con plena libertad.
- Está permanentemente actualizada.

- Además de la lectura, está la escritura, la edición de textos, el compartir imágenes, archivos de audio, videos.

- Sitios Web, Blogs, Wikis, Podcast: representan el nuevo colectivo de espacios a los que accedemos para interactuar con las unidades de contenido.

- Dinámica: La información viaja en ambos sentidos, hay páginas que se crean en el momento de la consulta haciéndose una extracción prácticamente en línea de la información.

- Navegadores: De acuerdo al tipo de usuario, el abanico de opciones se ha ampliado, nuevos competidores surgen: Opera, Mozilla Firefox y la consolidación del navegador de Microsoft.

- La sindicación (RSS) se consolida facilitando el que cada usuario acceda sólo a la información que le interesa.

- Sitios Web: Se distribuye el trabajo y sus cargas, los accesos parecieran más rápidos, pues parte del procesamiento se tramita localmente.

Las nuevas aplicaciones orientadas a servicios, la multiplicación del código abierto y las nuevas aplicaciones han llevado el poder de interacción Web a todos, sin gran distinción por el nivel digital que poseen.

Lo técnico ha sido absorbido por aplicaciones que simulando las de escritorio son capaces de crear

<sup>31</sup> <http://evoluciondelaweb.blogspot.com/>

de manera transparente cualquier recurso Web del deseo del usuario.

Contenidos generados por el usuario. (*blogs, valoraciones, comentarios*).

Web social (*comunidades y redes sociales, información compartida*).

Nuevos formatos de contenidos digitales (*Audio, Video*).

Nacimiento de nuevas tecnologías. (*AJAX, API de Servicios Web,...*)

Aplicación de estándares Web. (*XHTML, CSS, XML, RSS,...*)

### Web 1.0 vs Web 2.0

- |                                |                                  |
|--------------------------------|----------------------------------|
| • Escasa información.          | • Gran cantidad de información.  |
| • Información localizada.      | • Información desestructurada.   |
| • Tecnologías primitivas.      | • Tecnologías innovadoras.       |
| • Heterogeneidad metodológica. | • Estandarización de la Web.     |
| • Dependencia de dispositivos. | • Independencia de dispositivos. |
| • Web personal.                | • Web social.                    |

#### Web 1.0

DoubleClick

Ofoto

Terratv

Akamai

#### Web 2.0

AdSense

Flickr

YouTube

BitTorrent

Web 1.0
mp3.com
Enciclopedia Británica
Webs Personales
Especulación de nombres de dominios
Páginas Vistas
Screen Scraping
Publicación
Sistema de gestión de contenidos
Hotmail
Directorios (taxonomía)
Stickiness

Web 2.0
Napster
Wikipedia
Blogging
Optimización de los motores de búsqueda
Coste por Clic
Servicios Web
Participación
Wiki
Facebook
Etiquetas (folcsonomía)
Redifusión

### En poco más de un año la Web 2.0 morirá. <sup>32</sup>

Concretamente el 1 de Octubre de 2012, esto es al menos lo que titula en su artículo Christopher Mims en Technology Review (del MIT).

Utilizando Google Trends se puede ver una gráfica que representa la evolución de las búsquedas del término "Web 2.0" (figura 1); lo que hace Mims, es estimar los valores que tendrá la función en los próximos meses (figura 2), y llega a la conclusión de que el 1 de Octubre de 2012 no se producirán búsquedas del término "Web 2.0", lo que significa-

ría que ya no habría interés por el término (y por tanto su defunción).



Figura 1. Gráfica obtenida de Google trends con el término "Web 2.0"

<sup>32</sup> <http://innovacioneducativa.wordpress.com/2011/09/05/en-poco-mas-de-un-ano-la-web-2-0-morira/>

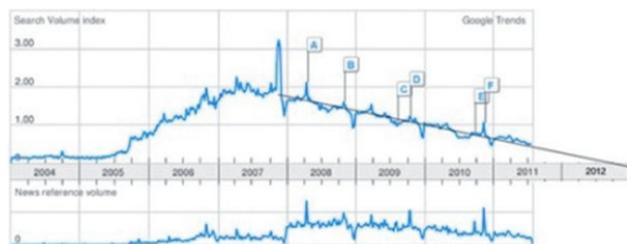


Figura 2. Proyección de la gráfica realizada por C. Mims.

Todas aquellas personas que últimamente han estado incorporando la Web 2.0 en las aulas, poniendo la etiqueta 2.0 a sus productos, procesos o servicios y convirtiendo sus centros en 2.0, se preguntarán si ha merecido la pena el tiempo y el esfuerzo dedicado.

Lo cierto es que sobre el esfuerzo de convertir algo al 2.0, dependerá de lo que se haya entendido por el 2.0.

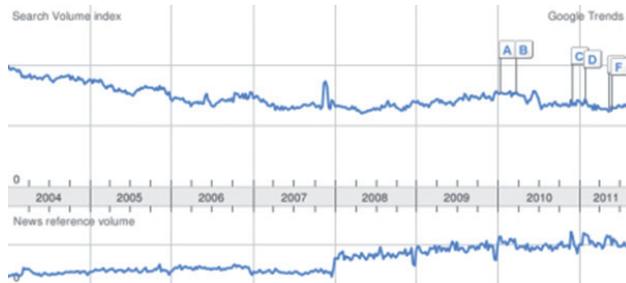
*“Si en el 2.0 usted ha visto una oportunidad para estar en la onda, para hacer lo que dicen que todo el mundo hace, para que no le digan que está obsoleto y antiguo, pues siento decirle, que efectivamente ha hecho un gran esfuerzo para nada, dado que el 1 de octubre de 2012, ya no estará en la onda, no hará lo que todo el mundo hace y será una institución (producto, proceso, servicio, persona..) obsoleta.”<sup>33</sup>*

Si en el 2.0 ha visto una oportunidad para compartir conocimiento, construir algo de forma cooperativa, facilitar información útil a sus usuarios y que los

usuarios a su vez la aporten al resto, en ese caso no habrá perdido el tiempo, habrá dado un paso hacia la construcción de esta nuestra nueva sociedad. El 1 de octubre de 2012 usted habrá mejorado su competitividad, habrá encontrado nuevas formas de realizar el trabajo y habrá conseguido que las personas hayan realizado aprendizaje que repercutirá en ellos mismos y en la organización.

Google trends es una buena herramienta para ver la evolución de los términos de búsqueda, lo lógico es que los términos de búsqueda (sobre todo los nuevos) tengan una evolución ascendente, se estabilicen y después tiendan a bajar para estabilizarse de nuevo. Por ejemplo si buscamos “internet”, se puede observar (**figura 3**) que ha descendido mucho, tanto la frecuencia como el volumen de las búsquedas, sin embargo no desaparece, se estabiliza. ¿Cómo es posible que haya ahora menos términos de búsqueda que hace 6 años? ¿significa esto que internet ha muerto?. Todo el mundo sabe que internet está muy viva, mucho más viva que hace 6 años, así pues la evolución de la búsqueda no se debe asociar a la desaparición, sino a que mucha gente ya sabe lo que es (como en el caso de internet) o que simplemente ya no está de moda (lo que no quiere decir que ya no sea útil).

<sup>33</sup> <http://innovacioneducativa.wordpress.com/2011/09/05/en-poco-mas-de-un-ano-la-web-2-0-morira/>



**Figura 3.** El término de búsqueda "Internet" disminuye pero se estabiliza. Imagen generada por Google trend

En el mundo de la formación nos ha pasado continuamente, *se arma un gran revuelo en torno a una tecnología (E.A.O, Multimedia Educativa, tele-formación, e-learning, formación 2.0....)* pero ese revuelo dura unos años, no porque desaparezca, sino porque aparece una nueva tecnología en la que se concentran los esfuerzos, lo malo de esto, es que nos olvidamos por completo de la anteriores para centrarnos en la nueva. *Una de las razones de que nos ocurra esto, es que habitualmente no solemos aplicar de forma correcta las innovaciones tecnológicas, por tanto los resultados no son los esperados y nos abrazamos fuertemente a lo nuevo que venga.*

*Evidentemente la Web 2.0, no venderá dentro de un año como vendía en 2007, en el 2012 ya no podrá decir que está a la última por incorporar la Web 2.0. Pero si se incorpora la Web 2.0 por sus características y no por ser una moda, le garantizo que al igual que internet, la Web 2.0 estará muy viva el 1 de Octubre de 2012.* <sup>34</sup>

## Evolución de la Web:

### 1.4.3 Web 3.0

Web como modelo de Base de datos distribuida y semántica.

Uso extendido de las tecnologías evolucionadas AJAX y Servicios Web, además de otras como 3D.

Integración y especialización de contenidos en un portal Web.

Innovación en tecnologías de interfaz usuario (capa de presentación).

#### Web 2.0 vs Web 3.0

- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Información generalista.</li> <li>• El usuario provee información.</li> <li>• El usuario se adapta al interfaz.</li> <li>• Web social.</li> <li>• Presentación basada en los Contenidos.</li> <li>• Web como soporte de datos heterogéneo.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Especialización de información.</li> <li>• El usuario recibe información.</li> <li>• El interfaz se adapta al usuario.</li> <li>• Web semántica.</li> <li>• Presentación dependiente de los contenidos.</li> <li>• Web como base de datos estructurada.</li> </ul> |
|--|---|

<sup>34</sup> <http://innovacioneducativa.wordpress.com/2011/09/05/en-poco-mas-de-un-ano-la-web-2-0-morira/>

## Integración de contenidos

Diferentes contenidos que pueden ser integrados dentro de portales Web relacionados con el Turismo (por ejemplo)

Nacen portales que enriquecen el contenido propio con información recopilada desde sitios Web 2.0. Los Servicios Web son la tecnología para integrar contenidos heterogéneos dentro de un mismo portal Web

## Ejemplos Integración de contenidos:

YouTube  
GoogleMaps  
StreetView (GoogleMaps)  
Visual Earth  
Panoramio (+GoogleMaps)  
Youtube (+GoogleMaps)  
Wikipedia (+GoogleMaps)  
Capas de Datos WMS (OGC)

## Tecnologías de interfaz de usuario

Tecnologías AJAX que permiten más rapidez en la interacción.

El usuario demanda interacciones rápidas y simples con la Web.

Las últimas revoluciones en el modo de interacción con los dispositivos (Wii, iPhone) exigen a la Web una renovación.

Las Interacciones “arrastrar y soltar” simplifican las operaciones.

## Tecnologías de interfaz de usuario

TimeTube  
Gallery Video  
NewsTimeLine

Track News  
Antípodas  
Web 3D (ExitReality)  
Web 3D (Lively by Google)  
MultipleMaps  
Virtual Earth (Microsoft)  
Virtual Earth (Google Earth)  
GoogleEarth  
Google Océanos  
Senda CLM  
Wikiloc  
Mars & Moon  
Simuladores  
Dispositivos Móviles

## GEO-Posicionamiento

Más de el 70% de los contenidos tienen alguna referencia a información geográfica.

Sistemas como Google Maps, LiveMaps, Google Earth, Virtual Earth, han acercado complejos sistemas cartográficos a los usuarios y a los desarrolladores.

El mapa es un concepto fácil y rápidamente asimilable y comprensible.

## GEO-Posicionamiento Web 3.0

Integración de contenidos externos, presentándolos sobre un mapa.

Un mapa es la manera más natural de presentar determinados contenidos donde la posición geográfica es un dato.

Sistemas WMS que permiten superponer imágenes sobre un mapa, para ofrecer más información. <sup>35</sup>

<sup>35</sup> <http://www.internetevolution.com/cloud.asp>

## 1.5 Experiencia de usuario

La Experiencia del Usuario es el conjunto de ideas, sensaciones y valoraciones del usuario resultado de la interacción con un producto; es resultado de los objetivos del usuario, las variables culturales y el diseño del interfaz”, especificando qué elementos la componen y qué factores intervienen en la interacción. <sup>36</sup> En el contexto de la Web, definen la buena experiencia del usuario como un objetivo, lo que se persigue es generar sensaciones y valoraciones de los usuarios hacia el sitio web lo más agradables, positivas y satisfactorias posibles, además de reseñar la “fidelidad del usuario” como consecuencia de alcanzar este objetivo. <sup>37</sup>

La experiencia de usuario deberá ir ligada directamente con los valores de la marca, ya que a través de una experiencia de usuario positiva se refuerza también el buen posicionamiento de la marca, en este caso la marca “Cuenca todo un mundo”. Brindando a los usuarios una percepción de imagen global en la que el sitio web se vea bien, funcione bien y por ende el usuario se sienta bien.

La Experiencia del Usuario se puede definir como la suma de tres niveles: Acción, qué hace el usuario; Resultado, qué obtiene el usuario; y Emoción,

qué siente el usuario (Dillon, 2001). En conclusión, *podemos definir la Experiencia del Usuario como la sensación, sentimiento, respuesta emocional, valoración y satisfacción del usuario con respecto a un producto, resultado del fenómeno de interacción con el producto y la interacción con su proveedor.*

La Experiencia del Usuario es resultado de una acción motivada en un contexto determinado, haciendo especial énfasis en la importancia de las expectativas del usuario y las experiencias previas, y por tanto en la capacidad de influencia de la actual experiencia en sus expectativas y futuras experiencias. <sup>38</sup>

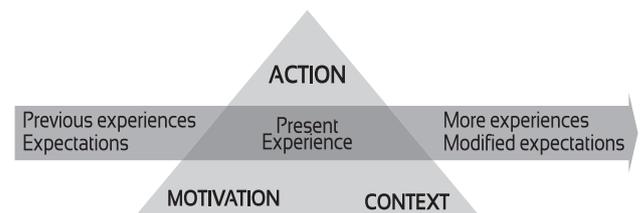


Figura 4. Experiencia de Usuario según Kankainen

<sup>36</sup> Knapp Bjerén, 2003 <sup>37</sup> DNX, 2005 <sup>38</sup> Kankainen, 2002

La experiencia de usuario en las webs tradicionales que muestran gran cantidad de información dan una respuesta lenta, y el usuario tiene que esperar para su recarga, la información se pierde en la pantalla y no hay una respuesta inmediata a las actividades del usuario, esto hace que su experiencia sea limitante.

Por ello hay que buscar que la implementación del sitio web, se cumpla bajo parámetros de optimización para mejorar la experiencia de usuario y poder brindarle a los visitantes del sitio una navegación atractiva e interactiva.

## 1.5.1 Usabilidad

Usabilidad se define como la medida en que un producto puede ser usado por usuarios específicos para conseguir determinados objetivos con efectividad, eficiencia y satisfacción en un contexto de uso concreto. Jakob Nielsen lo define como *“el atributo de calidad que mide la facilidad de las interfaces web”*.<sup>39</sup>

El objetivo central de la usabilidad consiste en que el usuario que entra a un sitio web, pueda navegar de manera eficiente y efectiva, dicho en otros términos, que encuentre lo que busca con rapidez y facilidad. Por lo tanto, la usabilidad constituye un aspecto crítico tanto cuando se piensa en los objetivos de los usuarios como cuando se piensa en los objetivos de la propia empresa.<sup>40</sup>

Según Jakob Nielsen existen 10 reglas importantes que se deben tomar en cuenta de la usabilidad.<sup>41</sup>

**Visibilidad del estado del sistema.** El sistema debe siempre mantener a los usuarios informados del estado del sistema, con una realimentación apropiada y en un tiempo razonable.

**Utilizar el lenguaje de los usuarios.** El sistema debe hablar el lenguaje de los usuarios, con las palabras, las frases y los conceptos familiares, en lugar de que los términos estén orientados al sistema. Utilizar convenciones del mundo real, haciendo que la información aparezca en un orden natural y lógico.

**Control y libertad para el usuario.** Los usuarios eligen a veces funciones del sistema por error y necesitan a menudo una salida de emergencia claramente marcada, esto es, salir del estado indeseado sin tener que pasar por un diálogo extendido. Es importante disponer de deshacer y rehacer. Consistencia y estándares. Los usuarios no deben tener que preguntarse si las diversas palabras, situaciones, o acciones significan la misma cosa. En general siga las normas y convenciones de la plataforma sobre la que está implementando el sistema.

**Prevención de errores.** Es importante prevenir la aparición de errores que mejor que generar buenos mensajes de error.

<sup>39</sup> Nielsen Jakob, 1999   <sup>40</sup> Fábregas, 2007   <sup>41</sup> Nielsen Jakob, 1999

**Minimizar la carga de la memoria del usuario.** El usuario no debería tener que recordar la información de una parte del diálogo a la otra. Es mejor mantener objetos, acciones, y las opciones visibles que memorizar.

**Flexibilidad y eficiencia de uso.** Las instrucciones para el uso del sistema deben ser visibles o fácilmente accesibles siempre que se necesiten. Los aceleradores no vistos por el usuario principiante, mejoran la interacción para el usuario experto de tal manera que el sistema puede servir para usuarios inexpertos y experimentados.

**Los diálogos estéticos y diseño minimalista.** No deben contener la información que sea inaplicable o se necesite raramente. Cada unidad adicional de la información en un diálogo compite con las unidades relevantes de la información y disminuye su visibilidad relativa.

**Ayudar a los usuarios a reconocer, diagnosticar y recuperarse de los errores.** Que los mensajes de error se deben expresar en un lenguaje claro, se debe indicar exactamente el problema, y deben ser constructivos.

**Ayuda y documentación.** Aunque es mejor si el sistema se puede usar sin documentación, puede ser necesario disponer de ayuda y documentación. Ésta tiene que ser fácil de buscar, centrada en las tareas del usuario, tener información de las etapas a realizar y que no sea muy extensa.

El contenido de un sitio web es el foco de atención de un usuario, es el motivo por el cual ingresan, por lo tanto la calidad del contenido y la capacidad de encontrar la página en donde está son los dos principales criterios de usabilidad.

El impacto de la usabilidad mal diseñada en un sitio web se traslada directamente a las cuentas de la empresa, porque los problemas de usabilidad se pueden traducir en reducción de productividad del sitio web, ya que el usuario lo abandonará y muy difícilmente se sentirá cómodo al volver a visitar el sitio.

Hay algunas razones para que el usuario vuelva a nuestro sitio web y son: <sup>42</sup>

- Un contenido de alta calidad.
- Frecuente actualización.
- Tiempo de descarga mínimo.
- Sencillez de uso.
- La oferta es relevante para las necesidades del usuario.
- Reflejo de una organización de empresa centrada en la red.

Para desarrollar un sitio es muy importante conocer al usuario y siempre respetar las reglas de usabilidad, al usuario le gusta saber dónde está y a dónde va. Al desarrollar una web se tiene la libertad de crear aplicaciones sin una estructura fija, usar elementos dinámicos, interactivos y esto puede causar una pérdida de usabilidad si no se conoce al usuario y sus necesidades.

<sup>42</sup> Nielsen Jakob, 1999

La solución dependerá de la audiencia y el mensaje que pretendamos hacer llegar. En nuestro caso buscamos potenciar la parte visual al máximo ya que estaremos promoviendo una marca turística y manejaremos mucha información, el reto es no descuidar la usabilidad, el sitio deberá ser atractivo e interactivo, pero al mismo tiempo fácil de usar.

## 1.5.2 La usabilidad en la actualidad **Iván Abadía**

### **El papel del diseño en la creación de aplicaciones digitales y sitios Web.** <sup>43</sup>

Han pasado ya 18 años desde que Jakob Nielsen, publicó el libro Usability Engineering, en el que presentaba la usabilidad como un concepto novedoso y describía la forma de hacer que las interfaces gráficas de pantalla tuvieran la capacidad de dialogar con los usuarios. Pero además, presentó una serie de características que la interfaz debía tener para poder cumplir con sus objetivos: *debía proponer un diálogo simple y natural, hablar el mismo idioma que el usuario, minimizar la descarga de datos, tener una consistencia gráfica, poseer retroalimentación por parte del sistema, prevenir errores, presentar atajos y mensajes de error, y tener ayuda y documentación* <sup>44</sup> (esta lista de recomendaciones, entre otras cosas, son parte de lo que comúnmente conocemos como evaluación heurística, una metodología de evaluación de usabilidad hecha para expertos). Y aunque

la conceptualización de Nielsen y de otros tantos autores ha trascendido en el tiempo, hoy por hoy nos encontramos con una maraña de razones por las cuales realizar una interfaz gráfica de cierta manera, o de otra.

Es importante lograr entender la usabilidad y aplicar todos sus conceptos en lo que diseñamos, de tal manera que nuestros diseños puedan describirse bajo las palabras: **fácil, agradable, consistente, eficiente, transparente, legible e incluso «usable»**. Sin darnos cuenta hemos caído en un círculo vicioso en el que nos hemos dejado llevar por reglas escritas, rápidas justificaciones y en especial por una especial ignorancia hacia lo que en su momento Nielsen llamó la forma de «satisfacer todas las necesidades y requerimientos de los usuarios y de otras de las partes interesadas» <sup>45</sup>

“La usabilidad se ha convertido más en un comodín para diseñar que en una verdadera herramienta de creación de mejores sitios y aplicaciones digitales. Quien hace real uso de la usabilidad debe saber que para nombrarla, debe probar que lo que ha diseñado cumple con una serie de factores que contribuyen a satisfactorios procesos de uso, lectura y, claro está, de aprendizaje (en el caso de las aplicaciones que tienen ese objetivo). El diseño, y en especial, el diseñador que crea sitios Web (o aplicaciones digitales), debe ser consciente de que para realizar una aplicación usable debe anteponerse al usuario, debe conocerlo de tal manera que pueda anteceder sus movimientos”; pero así mismo debe saber que realizar un sitio

<sup>43</sup> <http://foroalfa.org/articulos/la-usabilidad-ha-muerto-que-viva-la-usabilidad>

<sup>44, 45</sup> Nielsen, Jakob. Usability Engineering. Morgan Kaufman:1993.

con todos los requerimientos y recomendaciones de usabilidad (que bien pueden ser extraídos de los múltiples libros de expertos como Nielsen) no garantiza que lo diseñado cumpla con el adjetivo de usable.

Hay que tener en cuenta que ni siquiera desde el idioma nos hemos puesto de acuerdo sobre lo que denota la palabra usabilidad (al menos en lo que se refiere a la web). En primera medida debemos recordar que es un anglicismo (*usability*) que refiere a la habilidad de poder usar, y que implica la capacidad de poder usar amigablemente (o userfriendly). Y aunque muchos autores han tenido una postura abierta frente al tema, la mayoría suele coincidir en que se trata de la forma en que el usuario —sea cual sea su distinción— tenga o no la capacidad de relacionarse en buenos términos con un sistema, y todo lo que él representa. Podríamos referirnos a ella como una disciplina que mide en términos de efectividad, eficiencia y satisfacción (siendo normativos y ciñéndonos a la norma ISO/IEC 9241) la relación de un usuario con un producto informático y digital. Pero ¿cómo se puede medir algo tan subjetivo como que a alguien pueda gustarle una página web, o pueda entender un juego, o quiera «interactuar» con una interfaz? Y es ahí justamente donde el diseño se encuentra con el principal obstáculo.

A nivel de la ingeniería —tanto informática como de software o cualquiera que trabaje con la producción de productos digitales—, suele ser bastante sencillo establecer parámetros de medición

que indiquen los niveles de «satisfacción» del usuario. ¿Cuánto tiempo demoró en sus tareas?, ¿qué íconos logra ver por encima de otros?, ¿qué zonas suelen ser más atractivas o qué información puede llegar a ser confusa? Muchos de estos interrogantes —a nivel funcional y en otros casos a un nivel estructural— pueden ser resueltos con un par de quiz, algunas pruebas funcionales, un focus-group, y por qué no, algunas pruebas heurísticas a expertos. Si todo esto se puede hacer y si existen tantos métodos y formas de evaluar las aplicaciones Web —tanto en ingeniería como en diseño—, ¿por qué seguimos encontrando tantos y tantos ejemplos de lo que no se debería hacer? ¿Por qué seguimos haciéndolo mal?

No es fácil plantear los parámetros sobre los cuales construir una disciplina que nos ayude a crear sitios más usables. Si observamos la historia y, en especial, si damos una minuciosa revisión a la documentación sobre diseño digital, encontraremos una serie de recomendaciones a modo de guía sobre lo que se debe y lo que no se debe hacer, todo dado —claro está— por pruebas, mediciones y conclusiones hechas por profesiones que tienen que ver con la creación de aplicaciones digitales, pero casi nunca por diseñadores. En este campo en especial se puede observar cómo el diseño se ha convertido en una herramienta para cubrir una pantalla negra con letras verdes, y no una disciplina que se encarga de establecer procesos que entablen conversaciones amigables con los usuarios. No se puede negar que muchas de las interfaces que existen hoy en día, son el logro de

miles y miles de personas —entre ingenieros, programadores, maquetadores y diseñadores— que han hecho de la digitalidad una experiencia que hoy por hoy es muy común.

A muchos profesionales —e incluso a nosotros mismos— se nos ha olvidado que a nivel creativo, nosotros somos los bien habidos, que tenemos la capacidad de antepoernos a la actuación de los usuarios, al punto de lograr la capacidad de trascender en el tiempo y entablar conversaciones con ellos.

Y sin ser futuristas o utópicos, sin hablar de interfaces futuras, ni hologramas, ni máquinas del tiempo, ni nada de eso, sino hablando de nuestra función primordial a la hora de construir páginas Web, aplicaciones digitales, juegos, etc. Función que no es justamente la de colocar menús, formularios, botoncitos, banners o fondos agradables a la vista del usuario. Nos hemos dejado llevar a tal nivel por las guías ya institucionalizadas, por las conceptualizaciones de la usabilidad, por definir qué y en cuánto tiempo hace quién, que nos hemos olvidado de lo importante: **del diseño como profesión comunicativa.**

La web está llena de sitios web con interfaces poco interesantes y motivantes para la navegación, con este criterio concuerda Iván Abadía cuando expresa lo siguiente: “Basta con dar un vistazo a la red para darnos cuenta de que se ha convertido en algo aburrido. En muy pocos sitios hay historias que contar y espacios que admirar.

La red es un espacio gélido y cuadrículado lleno de botones, barras de scroll, footers y publicidad; y nosotros, los diseñadores, somos cómplices de ello, porque nos han vendido la falsa idea que todos son menús y formularios, zonas calientes y zonas activas, arrobas y logins. Es triste decirlo, pero los mejores sitios en los que uno encuentra la mayor cantidad de despliegue de creatividad, son los sitios que funcionan como portafolio de los mismos creativos. No es que esté desestimando muchos sitios y muchas aplicaciones que a la vista son bellas y atractivas, pero que en funcionamiento son exactamente lo mismo que el resto. Es difícil, es cierto, y más cuando las personas están acostumbradas a la misma forma de uso, a los mismos formularios y a los mismos menús. Pero la clave está en olvidarse un poco de las reglas, tenerlas en cuenta, por supuesto, pero considerando que su rótulo de «reglas» es subjetivo, y en muchas ocasiones lo único que hacen es atarnos a unos ciertos resultados mucho antes de que tan siquiera hayamos hundido la primera tecla.”<sup>46</sup>

Como diseñadores es indispensable construir nuestras propias formas de hacer, y nuestros propios lenguajes. Es imprescindible desarrollar nuestras capacidades para crear y entender nuestras funciones a la hora de emprender cada proyecto. Debemos darnos cuenta —en especial aquellos que nos dedicamos al oficio de la gráfica digital— que las reglas aún no están del todo escritas, que se reinventan cada día con el avance de la tecnología; y que como creativos podemos darle un giro a esas «reglas». En vez de ceñirnos a ellas, pode-

<sup>46</sup> <http://foroalfa.org/articulos/la-usabilidad-ha-muerto-que-viva-la-usabilidad>

mos usarlas a nuestro favor para que los usuarios puedan tener mejores experiencias <sup>47</sup>, pero en especial para que la construcción de aplicaciones

y sitios Web no se convierta en una tarea aburrida que muchos diseñadores prefieran evitar.

## 1.6 Diseño de Interfaz

### 1.6.1 Top 10 de tendencias en el diseño web actual

Para el desarrollo de nuestra propuesta es conveniente tener en cuenta las tendencias en el diseño web actual ya que buscamos proyectar un sitio web a nivel global y visualmente debemos cubrir las exigencias de un público en búsqueda de experiencias innovadoras en la red.

Con un nuevo año en transcurso, es hora de guardar los viejos y desgastados diseños web y prepararse valientemente para el mañana. Aunque las tendencias se mantienen, se presentan cambios sutiles para estar a la última. Es un perfeccionamiento o re-interpretación de una tendencia que va a más.

Desde Buibee a continuación se resume lo más destacado en diseño web del 2011: <sup>48</sup>

<sup>47</sup> Hassan Montero, Yusef; Martín Fernández, Francisco J.; (2005). La Experiencia del Usuario. En: No Solo Usabilidad, n° 4, 2005. [www.nosolousabilidad.com](http://www.nosolousabilidad.com). ISSN 1886-8592

<sup>48</sup> <http://www.buibee.com>



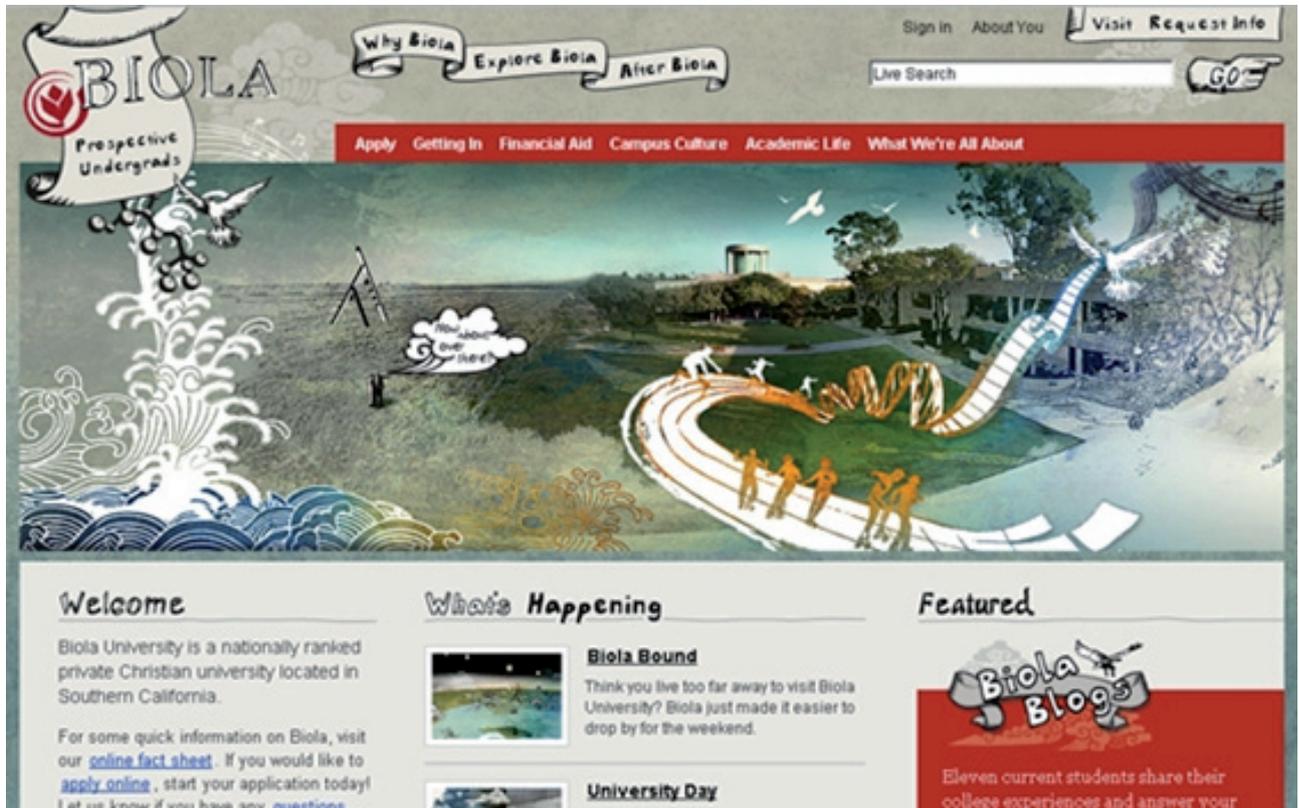
<http://ma.tt>

## 1. Logos sobredimensionados

Páginas de introducción o bienvenida son cosa de ayer. Para hacer una inolvidable la impresión del visitante, la tendencia para 2011 contempla logotipos de gran tamaño. Este tipo de encabezados puede ocupar toda la pantalla, pero con una nota importante, los visitantes no tendrán que hacer clic en nada, simplemente desplazarse hacia abajo. Las visitas a menudo tienen una fobia hacia

el clic por lo tanto, incorporar encabezados de gran tamaño, hacen el trabajo de una página de bienvenida sin forzar a los visitantes a hacer clic en cualquier cosa.

**Idea principal:** encabezados enormes que hacen que los visitantes se sorprendan y recuerden claramente nuestro webpage.



<http://www.biolaedu/undergrad/>

## 2. Dibujos a mano y silueteados

Los dibujos y diseños a mano son una tendencia al alza en este 2011, hay que perder el miedo de crear nuestros propios bocetos y expresar nuestro talento libremente. Si nos fijamos en los más populares sitios web dibujados a mano, nos daremos cuenta de que la mayoría de dichos diseños no van destinados a la exhibición en ningún museo de arte (con eso no digo que sean malos, o del

todo malos), pero transmiten perfectamente la personalidad del propietario de la webpage, una sensación de fantasía y originalidad sin comparación. Si podemos hacer garabatos (como en el colegio), podemos realizar los bocetos para nuestra web.

**Idea principal:** Sketch se convierte en una parte elemental del diseño corporativo.

3. Claims o Mensajes de reclamo



<http://www.edgepointchurch.com>

### 3. Claims o Mensajes de reclamo

A pesar de que han existido por más de 200 años en los medios tradicionales, los claims empiezan a estandarizarse como reclamo o idea principal. Para obtener una buena definición visual del concepto de claim, pensemos en los grandes anuncios de autopistas con todas las letras en mayúsculas y en negrita e imponente. Muchos diseñadores han rehuido de implantar claims en el pasado porque

los logos y cabeceras eran más pequeños y más discreto. Sin embargo, combinado con las tendencias hacia cabeceras más grandes, los claims son ya de obligada inclusión.

**Idea principal:** los claims se utilizan para expresar con valentía lo que somos, a que nos dedicamos o que es lo que buscamos.

*Elysium Burns*

**WHERE A (FUTURE) ADDY WINNER NESTLES.**

**I'M SEAN BAKER. I MAKE THINGS LOOK GOOD.**  
*From professional organizations to fitness models and beyond, I've helped a broad list of clients achieve a winning look. I'm a creative director, one of the Capsize duo, and an advocate for direction within the design community.*

**EDMONTON ESKIMOS**  
 CONCEPT FOR // Edmonton Eskimos, a professional football organization in the CFL  
 DIRECTION // To create a more fierce + aggressive identity system; link the logo and palette to what people expect football in Edmonton to be like, which is cold (colors) and unforgiving



**PRINT ARTIST IN A GROWING WEB KIND OF WORLD**

**TAKING WORK ... NO**

**VISUALS REFLECTIONS SEND LOVE**

**BEHIND THE MONITOR YOU FOUND MY NOOK!**  
 Howdy! My name is Sean Baker. I'm a 24-year-old designer from the vast corn-surrounded metropolis of Columbus, Ohio. I make people + their products look good. I also love Penn State football, listening to music, traveling and working out.

Add me on Facebook or Twitter. I won't bite!

**PDF MY RESUME**

**WHAT'S HAPPENING BIG THINGS LOOMING**  
 Been a long time since I've made an update, and for that I apologize. With a new website looming, blog attached, I promise that it will get better! I have a lot of new work I'm looking forward to featuring.

A lot has happened since the last update. I'm now working for a new company in Austin, Texas, whom I'm keeping disclosed until the launch of the new website. I direct + manage their creative branch. It's been great working with like-minded, ambitious...

<http://www.elysiumburns.com>

#### 4. Tipografía innovadora

La tipografía es una de las tendencias más inculcadas en el diseño web, y como no podía ser de otro modo, continuará en 2012. A pesar de todos los inconvenientes de posicionamiento web y usabilidad, se están comenzando a rasterizar las tipografías preferidas para ser incluidas como texto web y así usar las fuentes nuevas y diferentes. La idea de mezclar diferentes tamaños de fuente juntos era totalmente impensable, en el 2012 las

fuentes están destinadas a deformarse, moldearse y adaptarse para generar originales efectos. Con la colocación correcta, un sitio web que utiliza la tipografía como elemento principal de diseño será más interesante para un lector que sobrecargar el mismo sitio con toneladas de imágenes y además siendo posicionable.

**Idea principal:** La tipografía seguirá siendo una parte importante del diseño web.



My name is Zach Klein.  
I'm an entrepreneur  
living in Brooklyn. My  
companies include  
**Vimeo, Busted Tees,**  
and **CollegeHumor.** My  
current project is  
**Boxee.**

See my **blog, photos,**  
**tweets** and **videos** for  
more personal details.

Also, you may  
subscribe to this  
**universal feed** which  
aggregates my online  
activity.

Indianapolis,  
IN, USA from  
November 25th  
to 29th .

Contact me

<http://www.zachklein.com>

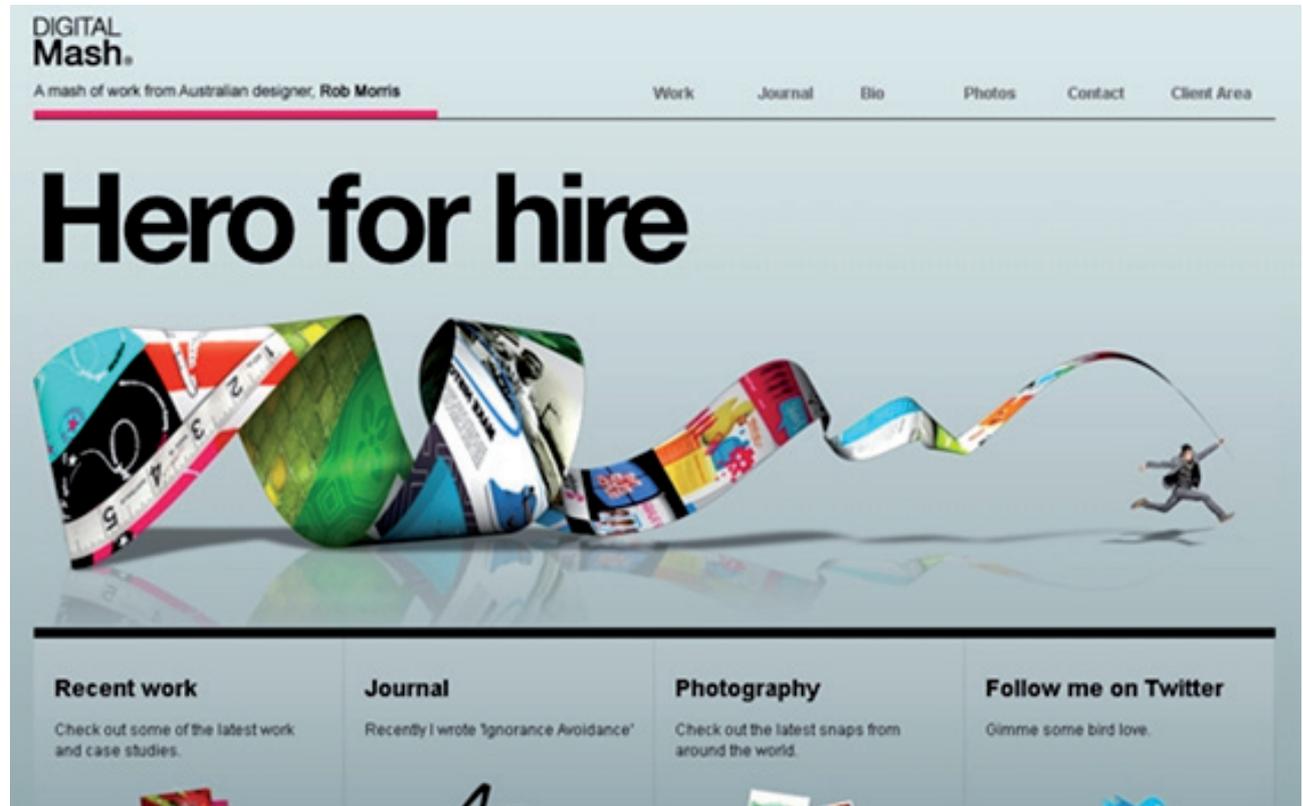
## 5. Onepageweb

Comienzan a verse cada vez más websites de una única página como desafío a eliminar lo innecesario. En 2011, esta tendencia se mueve lejos de la navegación extravagante y se vuelve minimalista en su enfoque. Pensemos por ejemplo en sitios web como tarjetas de visita.

Estos sitios toman como principio la simplicidad y rapidez informativa.

Idea principal: menos es más.

**Idea principal:** menos es más.



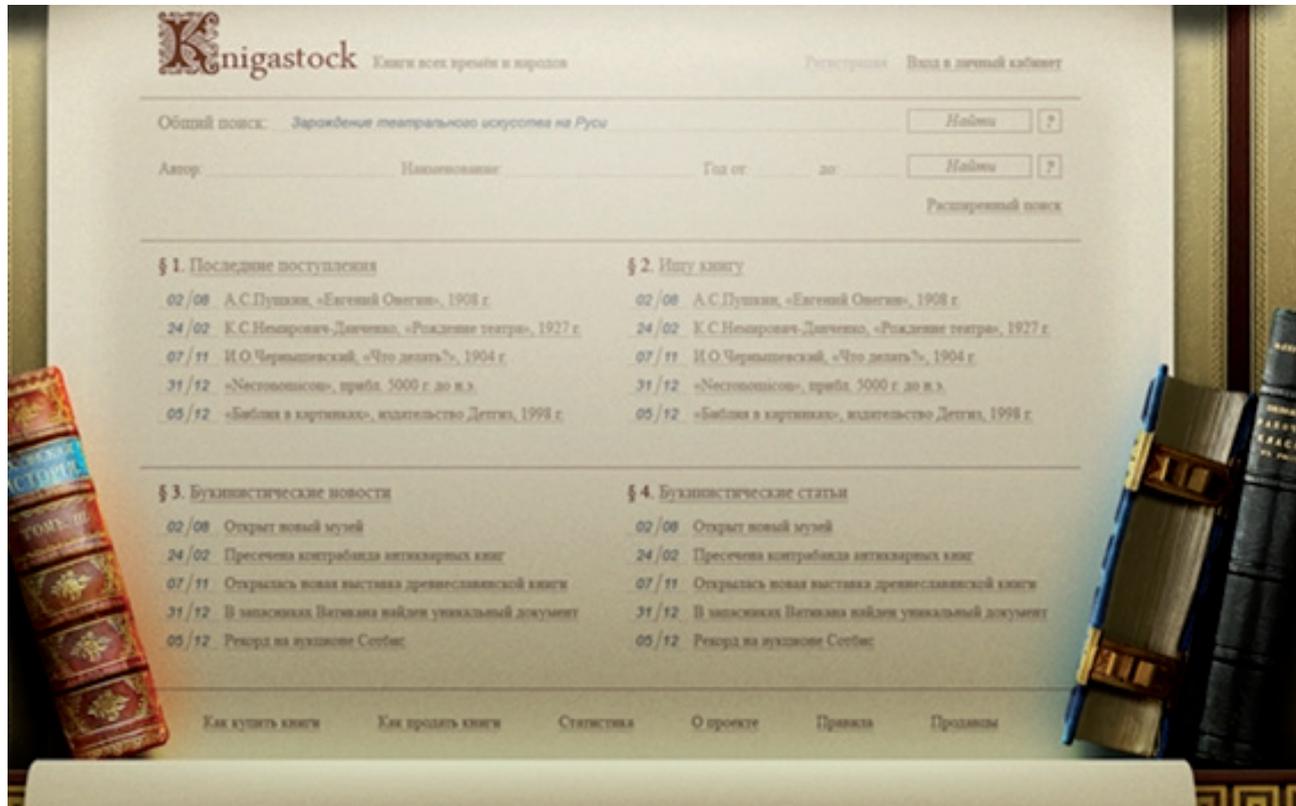
<http://digitalmash.com>

## 6. Imágenes enormes

Una estrecha relación con las cabeceras y logotipos de gran tamaño, una imagen principal de gran tamaño sirve para lo mismo, creando un impacto visual para garantizar que el visitante no se olvide con facilidad de nuestro website. A diferencia de la cabecera de gran tamaño y de los claims anteriormente expuestos, éstas no forman parte de la

marca del sitio. En su lugar, estas imágenes empatizan con el visitante, complementando la señal de identidad del website. En 2011, los diseñadores web, aumentaron el tamaño de las imágenes principales para transmitir el tono del sitio.

**Idea principal:** las imágenes enormes se utilizan para empatizar con el visitante.

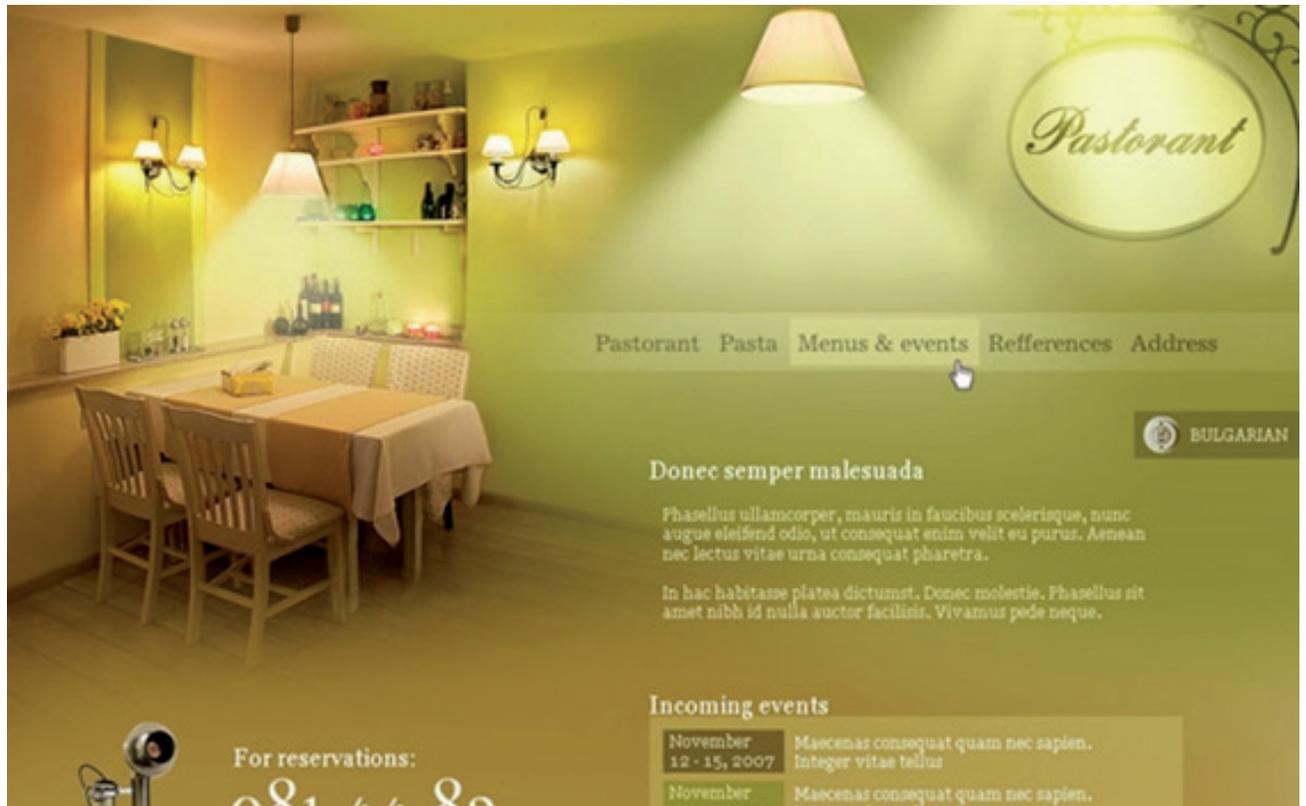


<http://downsign.deviantart.com/art/Book-Store>

## 7. Cambios de perspectiva

CLa perspectiva de escritorio tiene los días contados, en un futuro veremos un cambio definitivo en la perspectiva con una visión más realista.

**Idea principal:** Se trabajará los diseños con perspectivas innovadoras.



<http://Kpucu.deviantart.com/ast/Pastorant-Restaurant>



We're Crowley Webb and Associates, and we're allergic to BORING. We're an ad AGENCY that does all sorts of WORK for some really great CLIENTS. We love meeting people, so CONTACT us if you'd like.

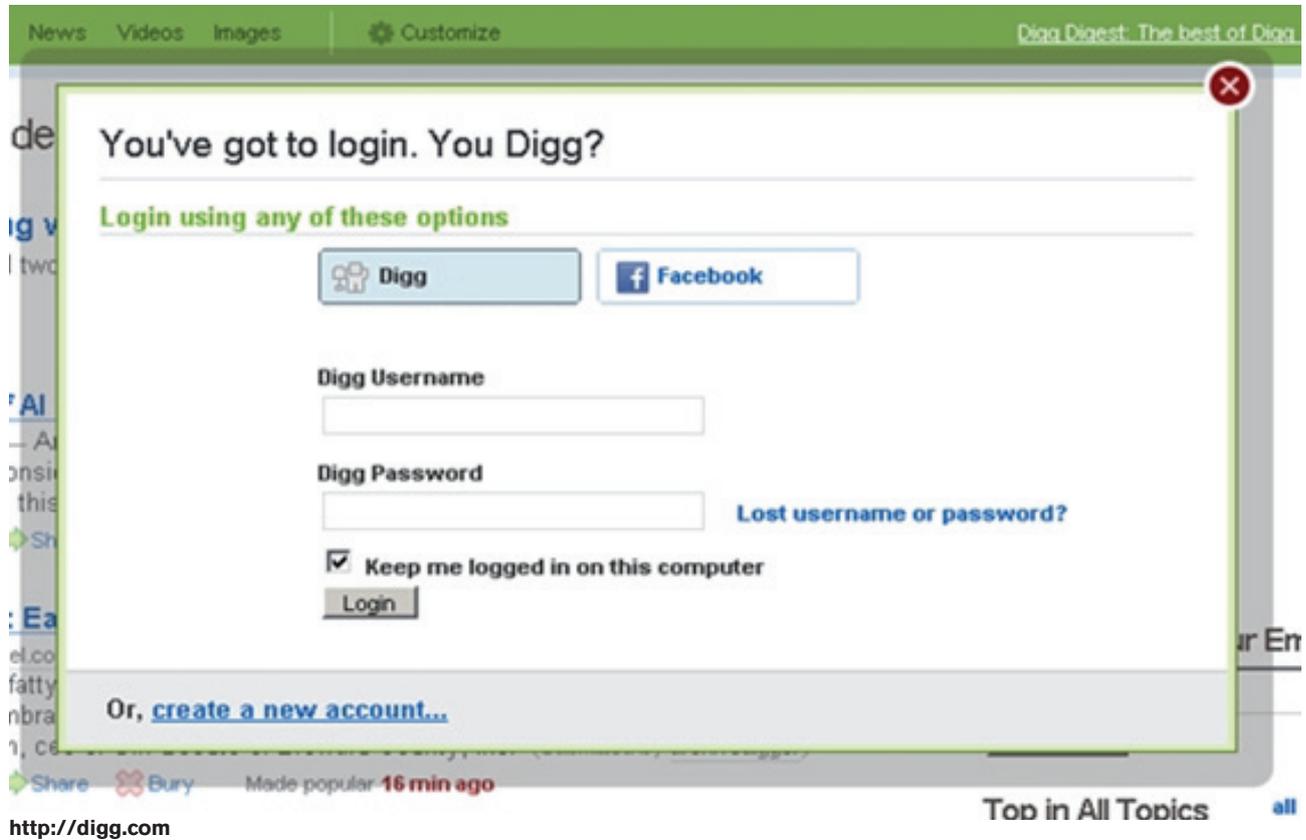
<http://www.crowleywebb.com>

## 8. Interactividad/ Diseño intuitivo

Flash ha visto mejores días. Hubo un tiempo cuando no se podía visitar un sitio web sin interactuar con un interfaz de Flash (generalmente molesto, tanto en utilidad como en el sonidillo infernal que tenían). Hoy en día Flash es mucho más relajado y mucho más profesional. Aunque algunos diseñadores preferimos jQuery para las formas y los

popups, Flash todavía tiene su lugar en el diseño, especialmente cuando se hace sutilmente. Flash aún no tiene igual a su interactividad. En 2010, los diseñadores web, se movieron hacia los elementos más sofisticados de Flash.

**Idea principal:** Diseño interactivo hará una reaparición.



## 9. Cajas modales

Cajas modales son una tendencia que está fluyendo por toda la red y será prácticamente un estándar en el mundo en 2011. Un cuadro de modal es mucho más usable y funcional que un cambio de página, además las cajas modales son tan fáciles de diseñar y de utilizar, haciendo de ésta la solución perfecta para cualquier diseñador.

**Idea principal:** las cajas modales continuarán apareciendo en los diseños en 2012.

# Hello there!

Folio websites are so last year.

AWESOME

Check out a map  
of NYC tagged  
by me!

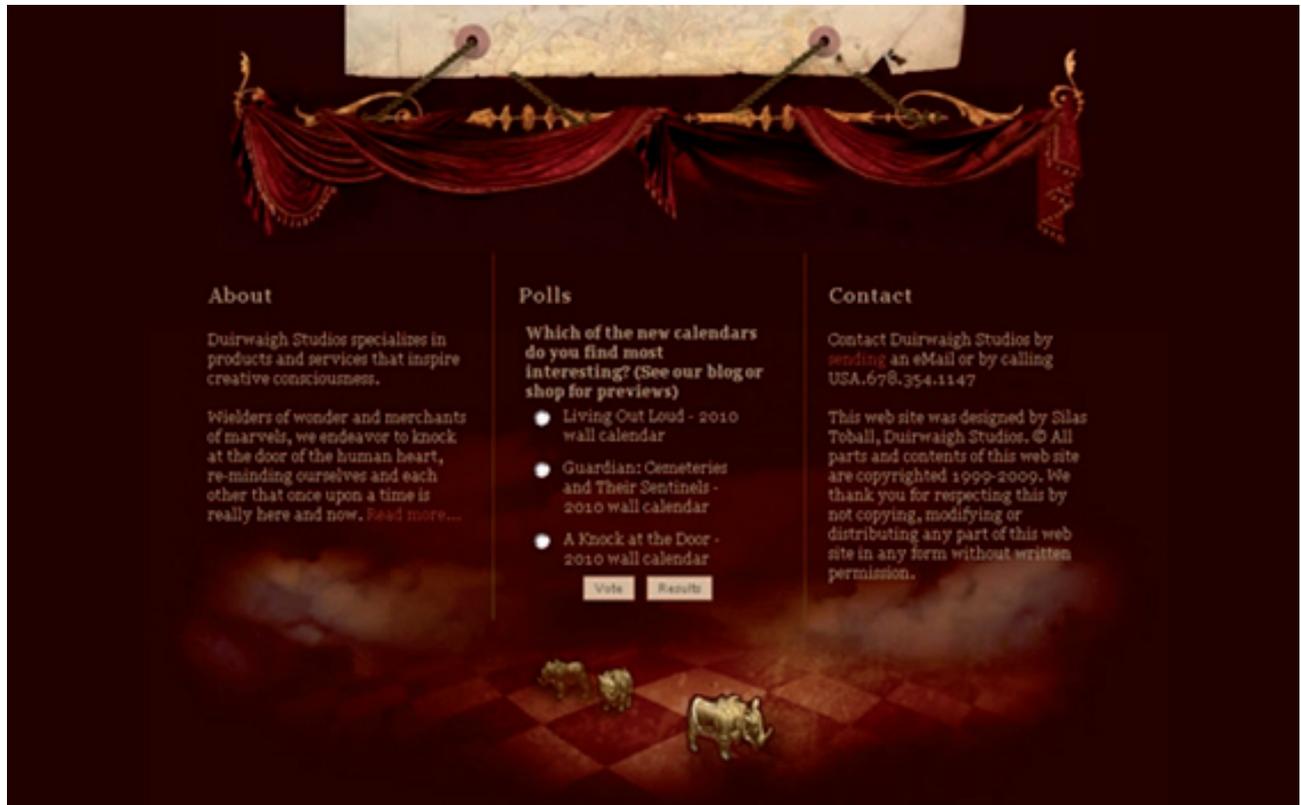
<p><b>Leftloft</b></p> <p>These are the people I work for. We are in Milan and New York City and we – pretty much – kick ass.</p> <p><b>HERE ARE SOME PROJECTS I WORKED ON:</b></p> <p>Corporate Risk Watch. Fedenortana. Shergs TV. Rugby World. PD Lombarda.</p>	<p><b>Linked In</b></p> <p>For any work related inquiries contact me through Linked In.</p> <p><b>LAST ACTIVITY FROM THE NETWORK:</b></p> <p>Mico Pasqualini is a new connection.</p>	<p><b>Twitter</b></p> <p>Follow me on Twitter. I post design stuff mixed up with some other thoughts.</p> <p><b>LAST POST:</b></p> <p>At "The Chocolate Show" at the Metropolitan Pavilion on 125 West 18th Street. Yurt!</p>	<p><b>Delicious</b></p> <p>Check this out to see cool and possibly interesting stuff that I've found on the internet.</p> <p><b>LAST LINKS POSTED:</b></p> <p>MadeThought. Erols Blog. Post Liberation. Guan Do. Freeguns.</p>	<p><b>Facebook</b></p> <p>By the way if you want to be my friend is not enough to send me a request you've gotta come here and hug me.</p> <p><b>LAST STORY PUBLISHED:</b></p> <p>Bo Pulner Hu commented on my status.</p>
--	---	---	--	--

<http://www.Kylestanding.com>

## 10. Minimalismo

Los sitios web de 2011 continuarán ofreciendo mucho espacio en blanco, pero con tipologías audaces y sorprendentes esquemas de color. No todos los sitios web minimalistas serán de acuerdo a la tendencia de simplicidad en blanco y negro, sino que serán un escaparate de colores frescos. El minimalismo no es frío, este año nos sorprenderemos.

**Idea principal:** El minimalismo se aventura en la tipología.



<http://oldloft.com>

## 11. Pies de página de gran tamaño

Los pies de página de gran tamaño no son ninguna novedad, pero el 2011 se encuentran aún más exagerados. Los pies de página del futuro serán cada vez menos un complemento y más una parte integral del diseño. Los pies de página además de incluir la información corporativa o de contacto, incluirán información de redes sociales, tales

como actualizaciones de los canales de diferentes medios de comunicación social, encuestas diarias, imágenes de Flickr, etc.

**Idea principal:** Los pies de página aumentarán de tamaño, conteniendo más información social.



<http://dvirwaigh.com>



<http://www.level2d.com/home.html>

## 12. Retro

**Idea principal:** Retro es nuevo.

Diseños retro están aquí para quedarse. Aunque una gran parte de la comunidad de diseño web, admira el diseño retro, suele ser bastante criticado y tildado de poco original. La clave de los diseños retro se inspirará en su tono y en el exquisito nivel de realismo que ofrecerán.



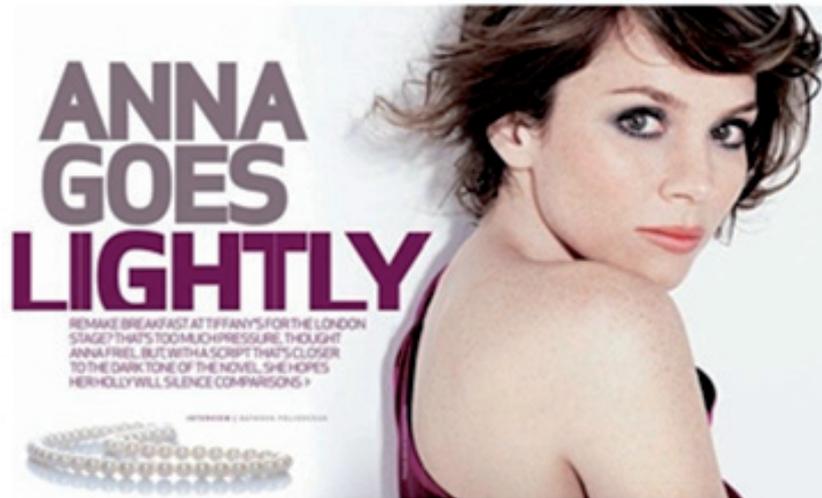
<http://www.alessandro-cavallo.de>

### 13. Introducciones originales

“Hola, mi nombre es...” encontrara una fase aún más grande en 2011 como diseñadores reconocemos la hermosa sencillez de presentarnos a nosotros mismos a nuestros visitantes. El cuadro de introducción será nuestra mejor apuesta. Se le obliga a condensar que usted está en un pequeño relativamente cerca del espacio. En 2012, las cajas

de introducción impulsarán sus propias fronteras. Los diseñadores encontrarán nuevas líneas de pick-up. Y, en lugar del bloque de introducción a la izquierda-flanqueado, se verán los recuadros en una colocación inusual, tal vez incluso en medio de la página.

**Idea principal:** Nuevas formas de decir “hola”.



READ THIS ISSUE (eMAG) →



Experience  
**Art in motion**



Despatches  
**Model turned**



Faces  
**Rising star**



<http://www.bmivoyager.com>

## 14. Formato revista

Como más y más personas emigran de las comedidades de la prensa tradicional a la información y entretenimiento en línea, los diseñadores se enfrentan al reto de darles la bienvenida con una transición fácil. Hay un movimiento hacia el diseño de revista, donde la información es cuidadosamente organizada en una sola página principal, dando al visitante la oportunidad de explorar sus conteni-

dos de una manera similar al tradicional. El diseño familiar será de interés para atraer a cualquiera que haya leído una revista o un periódico, pero también será más fácil de usar, sin voltear las páginas! En 2011, el diseño de revista ha llegado a ser muy relevante para los blogs en particular.

**Idea principal:** Los diseños de revista se utilizarán para los sitios de información y entretenimiento.

## 1.6.2 Diseño de Interfaz: Usabilidad e Innovación Visual como factores claves para el éxito futuro - Diseño de Interfaz y Navegación

**Diseño de Interfaz: Usabilidad e Innovación Visual como factores claves para el Éxito Futuro - Diseño de Interfaz y Navegación**

**“Un número cada vez mayor de sitios web están desarrollando nuevos tipos de diseño de interfaz de usuario,** aprovechando los crecientes niveles de sofisticación de los usuarios de Internet y conexiones más veloces. Esas nuevas interfaces a menudo le permiten a los usuarios ver y manipular grandes cantidades de datos.” <sup>49</sup>

En nuestro medio local, por ejemplo en la ciudad de Cuenca se está evidenciando un crecimiento notorio de los servicios de Internet y por ende en la velocidad de navegación.

“Según datos de Etapa actualmente hay más de 28000 usuarios con banda ancha gracias al servicio brindado por esta entidad.

Los accesos de Internet banda ancha en el cantón Cuenca crecieron significativamente durante la administración del alcalde Paul Granda, al pasar de 3.455 usuarios en 2008 a 30.000 usuarios en 2011.” <sup>50</sup>

**“El diseño innovador de la interfaz del usuario es clave** para desarrollar interacciones online del usuario nuevas y mejoradas.

**El problema al diseñar una interfaz del usuario totalmente singular,** sin embargo, es que los usuarios quizá no sean capaces de aprender rápida y fácilmente como interactuar con esta.

Si se desarrolla un diseño de interfaz totalmente innovador, hay que llevar a cabo un test de usabilidad antes de su lanzamiento. De esta manera se puede verificar si los usuarios son capaces de entender que necesitan hacer y qué es lo que se necesita hacer para lograr una interfaz más intuitiva.

Las interfaces deberían estar hechas para interactuar con ellas.” <sup>51</sup>

<sup>49</sup> [http://www.masternewmedia.org/es/2006/08/01/diseño\\_de\\_interfaz\\_usabilidad\\_e.htm](http://www.masternewmedia.org/es/2006/08/01/diseño_de_interfaz_usabilidad_e.htm) <sup>50</sup> Datos tomados del inserto publicado en la guía telefónica de Cuenca, Enero 2010

<sup>51</sup> Artículo original escrito por Tim Fidgeon y titulado "Innovativeuserinterfacedesign" publicado por primera vez el 31 de julio de 2006 en Webcredible

## Tim Fidgeon

Tim Fidgeon es un profesional experto en usabilidad web que trabaja para Webcredible, una consultora líder de la industria de la usabilidad y accesibilidad web.

Tim Fidgeon es autor, orador y consultor sobre usabilidad y estrategia. Ha estado trabajando con la Internet y la usabilidad desde finales de los 90 y tiene un Masters degree en Human-Computer Interaction del University College London. Cuando no está dictando el curso de entrenamiento de usabilidad web de Webcredible puede ser encontrado conduciendo pruebas de usabilidad. Tim ha estado involucrado en varios proyectos ganadores de premios y, al igual que Robin Good, es un apasionado por convertir a la Internet un mejor lugar para todos y un trampolín para hacer del mundo un lugar mejor. **Tim Fidgeon - Referencia: Webcredible** <sup>52</sup>

### 1.6.3 Mitos del scroll en la web<sup>53</sup>

Existe un mito muy popular que dice que la gente no hace scroll en las páginas web, por lo que todo el contenido debe encontrarse siempre en la parte superior. Según Ignacio Barral: Lo cierto es que poco importa el largo de una página, sino qué tanto es capaz de “enganchar” e incentivar a seguir leyendo.

## Compartir

Hacer “scroll” significa desplazar la página hacia abajo utilizando la barra de desplazamiento del navegador (o rueda del ratón).

Es cierto que **en los comienzos de la web, la gente hacía muy poco uso del scroll** y cualquier contenido que no se encontrara de un primer vistazo tenía una baja probabilidad de ser visto.

En aquella época, los conocimientos de “informática” generales se limitaban al uso de CD-ROMs interactivos, cajeros de bancos, etc. Los usuarios se habían acostumbrado a que en la mayoría de los casos, las opciones y la información importante siempre se encontraría en una sola pantalla.

### Luego llegó la web, y lo cambió todo.

A medida que **nos hemos ido familiarizando con el uso de internet**, hemos aprendido a utilizar una herramienta muy sencilla y útil de los navegadores: la barra de scroll (o mejor aún, la rueda del ratón). Junto a ello hemos descubierto que, de vez en cuando, puede que exista “algo” en la parte inferior de la página.

Esto **no significa que aún no se recomiende priorizar e incluir la información más relevante en la parte superior de la página**, que deberá ser la encargada de incentivar al usuario a hacer scroll y conocer que hay debajo.

<sup>53</sup> <http://webcredible.co.uk>

<sup>53</sup> <http://team-interactive.com/articulos/mitos-del-scroll-en-la-web/>, Por Ignacio Barral, 18 de Agosto de 2010, FUENTE: TEAM INTERACTIVE

## ¿Por qué diseñar una “página larga”?

No todas las páginas tienen que incluir una gran cantidad de información, pero en los casos en que así lo requieran, no debemos dudar en utilizarlas ya que pueden ofrecernos ciertas ventajas:

- **Presentaremos una mayor cantidad de información de forma más amena.** Imaginemos una página sobrecargada de información, dónde todo compite por nuestra atención en un pequeño espacio... ¿te sentirías cómodo leyéndola?
- **Facilitaremos la navegación.** Es más rápido y fácil encontrar toda la información sobre un tema en una única página que dividir la información en múltiples páginas, obligando a pensar por dónde continuar y esperar que se cargue una nueva página.

## Conclusiones

**Se recomienda incluir los contenidos más relevantes en la parte superior de la página,** ya que esto garantiza que la mayor parte de los visitantes lo vean.

En ciertas ocasiones, **el scroll puede ser nuestro mejor aliado** y ayudarnos a presentar la información de una forma mucho más amena y usable. Tan sólo hay que saber cuándo y cómo usarlo.

**Debemos dedicar nuestro mayor esfuerzo a crear contenido de calidad y presentarlo de forma interesante** para incentivar su lectura y “contar una historia” que valga la pena leer. Esto destruirá cualquier mito y logrará que nuestros visitantes hagan uso de la mágica rueda del ratón.

Después de todo, **si hemos llegado hasta aquí, es porque hemos usado el scroll.**<sup>54</sup>

<sup>54</sup> <http://team-interactive.com/articulos/mitos-del-scroll-en-la-web>

## 1.7 Herramientas y Tecnologías

A continuación se resume la investigación de las herramientas y tecnologías a utilizarse en el desarrollo del este proyecto web, procurando dar énfasis a lo más relevante desde el punto de vista técnico.

Tomando en cuenta los factores de usabilidad antes mencionados y reforzar la imagen de la marca Cuenca todo un mundo, nos enfocaremos en las siguientes herramientas para desarrollar nuestra propuesta.

### 1.7.1 HTML 5

**“Internet está** más viva que nunca. Su evolución es constante, por eso **sus nuevas utilidades** y la variedad de contenidos y usuarios, **han hecho necesaria la evolución de su columna vertebral, el HTML.**



HTML 4 nació como recomendación en diciembre de 1997 y, muy poco tienen que ver aquellas páginas web y sus aplicaciones con las que tenemos actualmente. Era necesaria una actualización, así llega HTML 5, con la intención de facilitar la navegación a los usuarios y la programación a los desarrolladores.”<sup>55</sup>

**HTML 5 (HyperText Markup Language, versión 5)** es la quinta revisión importante del lenguaje básico de la World Wide Web, HTML. HTML 5 especifica dos variantes de sintaxis para HTML: un «clásico» HTML (text/html), la variante conocida como HTML5 y una variante XHTML conocida como sintaxis XHTML5 que deberá ser servida

<sup>55</sup> <http://arsys.info/category/disenio/web/page/4>

como XML (XHTML) (application/xhtml+xml),<sup>56,57</sup>

Esta es la primera vez que HTML y XHTML se han desarrollado en paralelo.

Los avances más importantes que nos ofrece, pueden resumirse en lo siguiente.

## HTML 5 y la Web Semántica

La Web semántica (del inglés semantic web) es la "Web de los datos".<sup>58</sup>

### 1. (" W3C Semantic Web Activity)

Una Web Semántica exige que sus elementos describan el contenido, significado y relación de los datos contenidos para que el código sea lo más fácil de interpretar, tanto por humanos como por buscadores. Con ese fin han nacido etiquetas como <article> para un artículo, <footer> para el pie, <header> para la cabecera o <nav> para el menú de navegación.

Su uso facilitará y mejorará la indexación de nuestra web en buscadores, y la interpretación del código por parte de los desarrolladores.



## Multimedia y gráficos

La web y el contenido multimedia ya se han consolidado, por ello HTML ha querido facilitar e impulsar su uso.

Se acabó la instalación de plugins para reproducir contenido multimedia. **HTML 5 nos permite la inserción de video y audio** de forma nativa, simplemente usando la etiqueta <audio> o <video> y configurando las propiedades de este elemento según nuestras necesidades.

Si queremos mostrar gráficos, o simplemente dibujar, la etiqueta <canvas> y un sencillo script nos permite generar gráficos en 2 ó 3 dimensiones, y mostrárselos a nuestros usuarios sin necesidad de imágenes. Una imagen hay que actualizarla, con HTML 5 simplemente tenemos que asegurarnos que se actualice la fuente de datos, o generarlos al vuelo.



## Geolocalización.

Necesitamos **saber en qué lugar físico se encuentran los visitantes de nuestra Web?** Se puede detectar rápidamente incluyendo un script en nuestra página,

basándonos en la API de Geolocalización. De esta forma, un usuario que necesite un hospital, un restaurante o cualquier establecimiento que desee cerca de su posición, podrá consultarlo y a su vez el desarrollador responderle de manera precisa.

## Almacenar datos en cliente

Las cookies nos permiten almacenar datos, pero de manera muy limitada. **HTML 5** incorpora Web

<sup>56</sup> W3C (6 de octubre de 2009). Ian Hickson y David Hyatt (ed.): «HTML5» (en inglés). Consultado el martes, 06 de octubre de 2009. <sup>57</sup> Jorge Franganillo (6 de septiembre de 2010). «HTML5: el nuevo estándar básico del web» (en español) <sup>58</sup> <http://www.arsys.info/general/todo-lo-que-quieres-que-saber-sobre-html-5/#ixzz1XoNESH03>

Storage para **guarda datos e incluso poder disponer de una base de datos** del lado del cliente a la que hacer consultas SQL, esto nos permite desarrollar aplicaciones mucho más ricas.

## Arrastrar elementos

Los desarrolladores pueden **ofrecer aplicaciones más ricas e intuitivas** a sus usuarios de manera sencilla. Un ejemplo es la función arrastrar elementos (<drag and drop>) para llevar a cabo acciones como cambiar el orden de una serie de artículos o imágenes, eliminar elementos que no considere necesarios arrastrándolos a una papeleta de reciclaje, etc.



### Formularios

Los **formularios** son **validados de manera mucho más sencilla**, ya que en el atributo “type” podemos indicar el tipo de dato que debe contener, “date”, “number”,

“url”, etc. Gracias a esto la validación de formularios será casi instantánea para el usuario.

## Etiquetas eliminadas

Debido a la **estandarización del código**, separación de contenido y presentación, y a las nuevas necesidades en la red, HTML 5 ha eliminado las etiquetas <acronym>, <applet>, <basefont>, <big>, <center>, <dir>, <font>, <frame>,

<frameset>, <noframes>, <strike>, <tt>, <u> y <xmp>.

Los navegadores no están teniendo en cuenta la eliminación de estas etiquetas con el fin de evitar perder usuarios, algo que no se pueden permitir en un momento en el que la batalla por la cuota de mercado está más viva que nunca.

## Navegadores

**Los navegadores actuales van implementando HTML 5 progresivamente**, por lo que no todas las nuevas etiquetas y propiedades se verán correctamente en todos los navegadores.



Para la correcta utilización de HTML 5 no soportado en todos los navegadores, será necesaria una comprobación y así dar contenido alternativo en caso de que nuestro código no pueda ser renderizado.<sup>59</sup>

## HTML 5 Ventajas<sup>60</sup>

Después de muchos años sin tener novedades importantes por el lado de HTML, y con la versión 4.01 como un estándar estable y (demasiado) duradero, **HTML5** propone una muy interesante renovación en el lenguaje de metaetiquetas que hace posible que podamos ver páginas web en nuestro navegador.

<sup>15</sup> <http://www.arsys.info/general/todo-lo-que-tienes-que-saber-sobre-html-5>

<sup>60</sup> <http://www.damiandeluca.com.ar/html5-las-ventajas-de-utilizar-este-nuevo-estandar>

A continuación veremos cinco de las principales ventajas de utilizar HTML5 en nuestros proyectos web:

**1. Podemos mejorar la estructura de las páginas con etiquetas específicas.** HTML5 propone una nueva forma de plantear la manera en que estructuramos una página web. Para lograr esto, HTML5 incorporar etiquetas específicas que nos permiten definir:

- Encabezados de la estructura de la página con la etiqueta `<header>`, la cual no debemos confundir con la etiqueta del documento `<head>`. Para entender esta diferencia, debemos recordar que la etiqueta `<head>` se utiliza para colocar “metainformación” que no es “visible” en la representación de la página, sino que tiene otra finalidad (brindar información a los buscadores, mostrar título en la barra del navegador, etc.). Por su parte, `<header>` es realmente el encabezado del documento representado, donde se puede mostrar, por ejemplo, el logo de nuestra marca.

- Barras de navegación. La etiqueta `<nav>` nos brinda la posibilidad de definir el espacio de la barra de navegación de la página. Está claro que esa opción nos permitirá colocar botoneras, que utilicen HTML + CSS o bien otras tecnologías, como pueden ser AJAX o Flash (entre otras). Aquí también podemos utilizar un include si trabajamos con PHP o con ASP.

- Secciones es otra de las etiquetas que nos

permite estructurar nuestro sitio. Con la etiqueta `<section>`, podremos especificar las secciones generales de nuestra página.

- Con el crecimiento de los sitios de noticias y blogs, se ha extendido la necesidad de definir uno o varios artículos en una página y esto podremos lograrlo ahora con HTML5 utilizando la etiqueta `<article>`.

- El contenido relacionado, que puede ubicarse en uno de los laterales de la página, ahora puede ser mostrado utilizando con la etiqueta específica `<aside>`.

- Si necesitamos reproducir conversaciones de texto, los diálogos se pueden representar con la etiqueta `<dialog>`.

- Para finalizar, la etiqueta que nos permite definir el pie de la página, se puede especificar con la etiqueta `<footer>`.

**2. Audio y video:** en HTML 4.01, para integrar audio y video en nuestros sitios web es necesario embeber un reproductor multimedia, a través de un plugin, que puede mostrarnos el reproductor de Quicktime, Windows Media Player o bien un reproductor personalizado creado en Flash, como lo hacen muchos servicios de video online. HTML5 provee las etiquetas `<audio>` y `<video>` para permitirnos mostrar características de audio y video en un sitio web. Probablemente la característica de video haya sido una de las más

promocionadas de HTML5, si deseamos ver una interesante comparación (realizada por Genbeta) entre el rendimiento del video HTML5 vs. el video Flash podemos acceder a: <http://www.genbeta.com/multimedia/comparando-el-rendimiento-de-html5-y-flash>.<sup>61</sup>

**3. Aplicaciones offline.** Uno de los conceptos que renueva HTML5 es la posibilidad de trabajar con aplicaciones web pero de manera offline. Si bien ya en HTML 4.01 hay páginas que pueden visualizarse sin estar conectados a Internet (si previamente fue descargada), el uso de aplicaciones web offline se hace mucho más complejo. HTML5 plantea una revolución en este tema. Google, el gigante de los buscadores y de las aplicaciones en línea es una de las empresas que apuesta por HTML5 y ha mostrado especial atención en esta característica, para poder brindar a los usuarios que eligen sus servicios, nuevas opciones para trabajo offline, que irán perfeccionándose a medida de que HTML5 logre mayor aceptación y compatibilidad con los navegadores. Además de lo que ofrece Google, este fundamental avance, permitirá que existan mayor cantidad de aplicaciones de diferentes fabricantes y desarrolladores que podrán brindar soluciones para equipos de escritorio y también para móviles.

**4. Dibujar sobre un lienzo.** HTML5 introduce la etiqueta `<canvas>` y con ella abre un nuevo universo de posibilidades para desarrolladores. Por medio de esta etiqueta, que podría traducirse literalmente al castellano como “lienzo”, es posi-

ble definir un área para incluir scripts, dibujar y realizar representaciones de formas 2D, que se pueden actualizar dinámicamente por medio de código. Esta característica propone una opción muy interesante para alternativas de desarrollo que antes sólo podrían resolverse a través de plataformas multimedia, como por ejemplo Flash. La gran ventaja de `<canvas>` es que no es necesario un plugin, pero sí es imprescindible que el navegador sea totalmente compatible con esta característica.

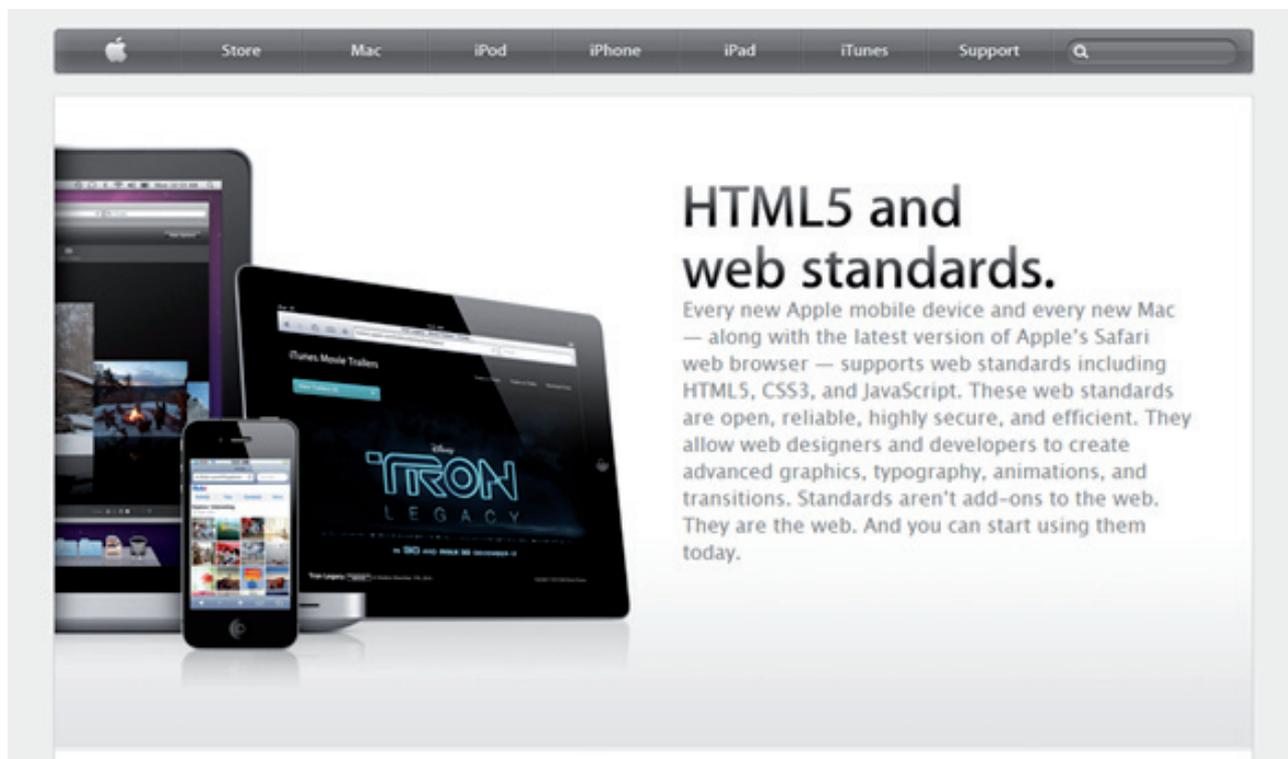
**5. Adiós a las etiquetas obsoletas.** Además de ofrecer innovación y nuevas características, HTML5 se encarga también de hacer una “limpieza” de las etiquetas que han quedado obsoletas, o que deberían haber pasado al olvido para los desarrolladores web (y no en todos los casos ha ocurrido efectivamente). Algunos ejemplos de esto son las etiquetas vinculadas a la representación, que desde hace tiempo está resuelta en CSS. Entre ellas encontramos las etiquetas `<font>`, `<b>` y `<center>`, entre otras. También se deja de usar lo que se refiere a conjuntos de marcos y su implementación con `<frameset>` y `<frame>`. También pierde sentido la etiqueta exclusiva para incorporar applets de java (`<applet>`), ya que esto puede resolverse con la misma opción que otros agregados, con la etiqueta `<object>` para embeber un objeto o bien con `<embed>`, que nos permite llamar a un plugin o aplicación externa para mostrar un contenido.

Para finalizar, a quienes le interesa saber más sobre HTML5, les recomiendo ver la tabla que nos

<sup>61</sup> <http://www.genbeta.com/multimedia/comparando-el-rendimiento-de-html5-y-flash>

brinda W3Schools con las etiquetas soportadas de HTML5 <sup>62</sup>

## Apple presume las ventajas de HTML5 con sitio especial <sup>63</sup>



Apple ha sido un gran defensor del HTML5, afirmando que cree que es el futuro de la web, y usándolo de paso como fundamento para su rechazo a Flash de Adobe.

Para reforzar su creencia de que HTML5 es el futuro, la compañía creó un sitio que muestra algunas de las cosas que se pueden hacer con él: video, tipografía, galerías de imágenes, transiciones, audio, etc.

<sup>62</sup> [http://www.w3schools.com/html5/tag\\_section.asp](http://www.w3schools.com/html5/tag_section.asp). Publicado el 02/05/2010 por Damián De Luca

<sup>63</sup> <http://www.fayerwayer.com/2010/06/apple-html5/>

## HTML5 Showcase

The demos below show how the latest version of Apple's Safari web browser, new Macs, and new Apple mobile devices all support the capabilities of HTML5, CSS3, and JavaScript. Not all browsers offer this support. But soon other modern browsers will take advantage of these same web standards — and the amazing things they enable web designers to do.



Video



Typography



Gallery



Transitions



Audio



360°

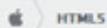


VR



### Developers: Learn how to do it yourself.

Visit the Safari Dev Center for more information about HTML5 and to see how you can add effects like these to your website today. [Learn more >](#)



Shop the [Apple Online Store](#) (1-800-MY-APPLE), visit an [Apple Retail Store](#), or find a [reseller](#).

[Apple Info](#)

[Site Map](#)

[Hot News](#)

[RSS Feeds](#)

[Contact Us](#)



Copyright © 2012 Apple Inc. All rights reserved. [Terms of Use](#) | [Privacy Policy](#)

Según dice el sitio, “los estándares no son add-ons de la web. Son la web” – en un golpe más en contra de Flash de Adobe, que requiere un plugin y por supuesto, no es estándar.

Lo que es contradictorio con el mensaje, sin embargo, es que **para ver los ejemplos se nos pide descargar Safari**. Si tratamos de ver cualquiera de las pruebas con un navegador distinto, se abre una ventana que dice “este demo fue diseñado con los últimos estándares web soportados por Safari” y luego te invita a descargar dicho browser.

Quizás sólo es estrategia para hacer que más gente baje el navegador de Apple – de otro modo, sólo un 6% de los usuarios de internet del mundo podrán ver los ejemplos – pero no se ve como algo muy “abierto” ni “estándar” exigir Safari.

**Curiosamente, si se entra directamente a “Safari Demos” en el centro para desarrolladores, los demos sí funcionan con Chrome, otro navegador que soporta HTML5.** <sup>64</sup>

A continuación un extracto de la información expuesta en el sitio de Apple respecto a la funcionalidad de Html5:

## **HTML5 y los Estándares Web** <sup>65</sup>

*“Cada nuevo dispositivo móvil de Apple y todos los nuevos Mac, junto con la última versión del navegador web de Apple Safari es compatible*

*con los estándares web como HTML5, CSS3 y JavaScript.*

*Estos son los estándares web abiertos, fiables y altamente seguros y eficientes. Permiten a los diseñadores y desarrolladores web crear gráficos avanzados, tipografía, animaciones y transiciones. Los estándares no son add-ons de la web. Son la web. Y puede empezar a utilizarlos hoy mismo.”*

## **HTML5 Escaparate** <sup>66</sup>

*“Los demos a continuación muestran cómo la última versión de Safari navegador web de Apple, los nuevos Macs y los nuevos dispositivos móviles de Apple soportan todas las capacidades de HTML5, CSS3 y JavaScript. No todos los navegadores ofrecen este soporte. Sin embargo, los navegadores modernos pronto otros aprovecharán estos estándares de la web misma y las cosas maravillosas que permiten hacer a los diseñadores web.”*

Ejemplo:

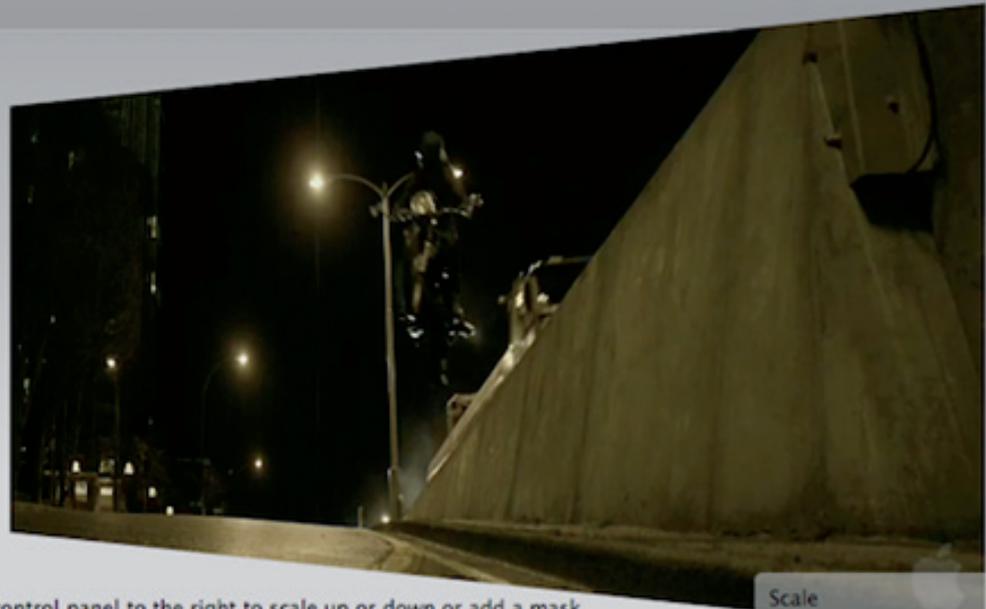
<sup>64</sup> HTML5(Apple) <http://www.apple.com/html5/> - Safari Demos(Apple) <https://developer.apple.com/safaridemos/> - Apple unveils a new HTML5/Web Standards Showcase (TechCrunch) <http://techcrunch.com/2010/06/03/apple-html5/>. Publicado el viernes 04 de junio de 2010, a las 00:00 horas (GMT -4). <sup>65</sup> <http://www.apple.com/html5/> <sup>66</sup> <http://www.apple.com/html5/showcase/typography/>

## HTML5 Showcase

[← Back to overview](#)

The demos below show how Apple's Safari web browser supports the capabilities of web standards such as HTML5, CSS3, and JavaScript.

### Video



**Try it out:** Use the control panel to the right to scale up or down or add a mask while the video is playing.

**About this demo:** The HTML5 video tag allows you to integrate video within your website's code. And Safari offers HTTP streaming, so playback quality dynamically adjusts to the available speed of wired or wireless networks — perfect for viewing on mobile devices such as iPad, iPhone, and iPod touch.

Tron Legacy © 2010 Disney Enterprises Inc. All rights reserved.

[Visit the Safari Dev Center to learn more and download sample code ▶](#)

## VIDEO

**“Pruébalo:** El panel de control hacia la derecha para aumentar, disminuir o agregar una máscara mientras se reproduce el vídeo.

*Acerca de este demo: La etiqueta video de HTML5 permite integrar video en el código de su sitio web. Y Safari ofrece streaming HTTP, de calidad para la reproducción se ajusta dinámicamente a la velocidad disponible en las redes cableadas o inalámbricas, perfecto para su visualización en dispositivos móviles como iPad, iPhone y iPod touch.”* <sup>67</sup>

## 1.7.2 WordPress

WordPress es una avanzada plataforma semántica de publicación personal orientada a la estética, los estándares web y la usabilidad. WordPress es libre y, al mismo tiempo, gratuito. <sup>68</sup>

WordPress es un sistema de gestión de contenido enfocado a la creación de blogs (sitios web periódicamente actualizados). Desarrollado en PHP y MySQL, bajo licencia GPL y código modificable, tiene como fundador a Matt Mullenweg. WordPress fue creado a partir del desaparecido b2/cafelog y se ha convertido junto a Movable Type en el CMS más popular de la blogosfera. <sup>69</sup>

Las causas de su enorme crecimiento son, entre otras, su licencia, su facilidad de uso y sus características como gestor de contenidos. Y son esas causas las mismas por las que nos vemos motivados a utilizarlo en el desarrollo de nuestro proyecto.

Otro motivo a considerar sobre su éxito y extensión, es la enorme comunidad de desarrolladores y diseñadores, que se encargan de desarrollarlo en general o crear plugins y temas para la comunidad, siendo usado en septiembre de 2009 por 202 millones de usuarios.

### Características principales

WordPress nació del deseo de construir un sistema de publicación personal, elegante y con una buena arquitectura. Basado en PHP, MySQL y licenciado bajo GPL, WordPress pone especial atención a la estética, estándares web, y usabilidad.<sup>4</sup> (Sitio oficial, sección About (Acerca de)) En principio, está configurado para usar una bitácora o weblog por sitio o instalación, pero también es posible, tener varios blogs con varias o una única base de datos desde la versión 3.0. <sup>70</sup>

### Estructura

- WordPress, en principio, es un sistema de publicación web basado en entradas ordenadas por fecha, entre otras muchas posibilidades además de páginas estáticas.

<sup>67</sup> <http://www.apple.com/html5/showcase/video> <sup>68</sup> <http://es.wordpress.org> <sup>69</sup> Usage of content management systems for websites».W3Techs. Consultado el 06-06-2011.

<sup>70</sup> Sitio oficial [http://codex.wordpress.org/Create\\_A\\_Network](http://codex.wordpress.org/Create_A_Network)

- La estructura y diseño visual del sitio depende de un sistema de plantillas, Independiente del contenido en sí.
- La filosofía de WordPress apuesta decididamente por la elegancia, la sencillez y las recomendaciones del W3C pero depende siempre de la plantilla a usar. “TwentyTen”, por ejemplo es una plantilla que viene “de serie” y que es válido como (X)HTML Transicional y CSS.
- Separa el contenido y el diseño en XHTML y CSS, aunque, como se ha dicho, depende de la plantilla que se esté usando. No obstante, el código que se intenta generar en las entradas (“posts”) apuesta por esta característica forzando -si así se elige- un marcado correcto.
- La gestión y ejecución corre a cargo del sistema de administración con los plugins y los widgets que usan las plantillas.

## Funcionalidades <sup>71</sup>

- Fácil instalación, actualización y personalización.
- Actualización automática del sistema implementada en la versión 2.7.
- Múltiples autores o usuarios, junto con sus roles o perfiles que establecen distintos niveles de permisos desde la versión 2.0).
- Múltiples blogs o bitácoras (desde la versión 1.6).
- Capacidad de crear páginas estáticas (a partir de la versión 1.5).
- Permite ordenar artículos y páginas estáticas en categorías, subcategorías y etiquetas (“tags”).
- Cuatro estados para una entrada (“post”): Publicado, Borrador, Esperando Revisión (nuevo en Wordpress 2.3) y Privado (sólo usuarios registrados), además de uno adicional: Protegido con contraseña.
- Editor WYSIWYG “What You See Is What You Get” en inglés, “lo que ves es lo que obtienes” (desde la versión 2.0).
- Publicación mediante email.
- Importación desde Blogger, Blogware, Dotclear, Greymatter, Livejournal, Movable Type y Typepad, Textpattern y desde cualquier fuente RSS. Se está trabajando para poder importar desde pMachine y Nucleus además de la importación a través de scripts o directamente de base de datos.
- Guardado automático temporizado del artículo como Borrador (A partir de la versión 2.2).
- Permite comentarios y herramientas de comunicación entre blogs (Trackback, Pingback, etc).

<sup>71</sup> [http://codex.wordpress.org/version?2.5#New\\_User\\_Features](http://codex.wordpress.org/version?2.5#New_User_Features)

- Permite “permalinks” (enlaces permanentes y fáciles de recordar) mediante mod\_rewrite.
- Distribución de los artículos mediante RDF, RSS 0.92, RSS 2.0 y Atom 1.0.
- Distribución de las discusiones (mediante RSS 2.0 y ATOM 1.0).
- Gestión y distribución de enlaces.
- Subida y gestión de adjuntos y archivos multimedia.
- Admite “Plugins” (versión 1.5).
- Admite plantillas y “Widgets” para éstas.
- Búsqueda integrada.
  - o Búsqueda en entradas y páginas estáticas y Widget de casa para búsqueda integrada de google desde la versión.
- Integración:
  - o bbPress, sistema de foros de los mismos creadores, se integra automáticamente con Wordpress.
  - o Integración con el foro Vanilla de Lussumo factible, al menos hasta la versión 2.2 no inclusive.

## 1.7.3 MySQL

### ¿Qué es MySQL?

MySQL es un sistema de gestión de bases de datos relacional, multihilo y multiusuario con más de seis millones de instalaciones. <sup>72</sup>

Fue creada por la empresa sueca MySQL AB, la cual tiene el copyright del código fuente del servidor SQL, así como también de la marca.

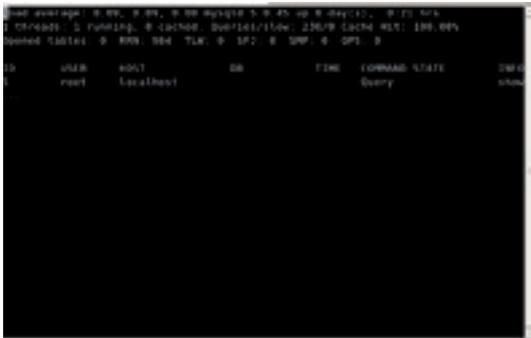
MySQL es un software de código abierto, licenciado bajo la GPL de la GNU, aunque MySQL AB distribuye una versión comercial, en lo único que se diferencia de la versión libre, es en el soporte técnico que se ofrece, y la posibilidad de integrar este gestor en un software propietario, ya que de otra manera, se vulneraría la licencia GPL.

El lenguaje de programación que utiliza MySQL es Structured Query Language (SQL) que fue desarrollado por IBM en 1981 y desde entonces es utilizado de forma generalizada en las bases de datos relacionales. <sup>73</sup>

<sup>72</sup> <http://dev.mysql.com/tech-resources/articles/dispelling-the-myths.html>

<sup>73</sup> <http://www.uaem.mx/posgrado/mcruz/cursos/miic/MySQL.pdf>

## Aplicaciones



 Toma de pantalla programa de Monitoreo Mtop.

MySQL es muy utilizado en aplicaciones web, como Drupal o phpBB, en plataformas (Linux/Windows-Apache-MySQL-PHP/Perl/Python), y por herramientas de seguimiento de errores como Bugzilla. Su popularidad como aplicación web está muy ligada a PHP, que a menudo aparece en combinación con MySQL. MySQL es una base de datos muy rápida en la lectura cuando utiliza el motor no transaccional MyISAM, pero puede provocar problemas de integridad en entornos de alta concurrencia en la modificación. En aplicaciones web hay baja concurrencia en la modificación de datos y en cambio el entorno es intensivo en lectura de datos, lo que hace a MySQL ideal para este tipo de aplicaciones. Sea cual sea el entorno en el que va a utilizar MySQL, es importante monitorizar de antemano el rendimiento para detectar y corregir errores tanto de SQL como de programación. <sup>74</sup>

<sup>74</sup> <http://tecnocacharrero.blogspot.com/2009/10/mtop-monitoreo-de-carga-en-mysql.html>

## Características principales

Inicialmente, MySQL carecía de algunos elementos esenciales en las bases de datos relacionales, tales como integridad referencial y transacciones. A pesar de esto, atrajo a los desarrolladores de páginas web con contenido dinámico, debido a su simplicidad, de tal manera que los elementos faltantes fueron complementados por la vía de las aplicaciones que la utilizan. Poco a poco estos elementos faltantes, están siendo incorporados tanto por desarrolladores internos, como por desarrolladores de software libre.

En las últimas versiones se pueden destacar las siguientes características principales:

- El principal objetivo de MySQL es velocidad y robustez.
- Soporta gran cantidad de tipos de datos para las columnas.
- Gran portabilidad entre sistemas, puede trabajar en distintas plataformas y sistemas operativos.
- Cada base de datos cuenta con 3 archivos: Uno de estructura, uno de datos y uno de índice y soporta hasta 32 índices por tabla.
- Aprovecha la potencia de sistemas multiproceso, gracias a su implementación multihilo.

- Flexible sistema de contraseñas (passwords) y gestión de usuarios, con un muy buen nivel de seguridad en los datos.

- El servidor soporta mensajes de error en distintas lenguas.

## VENTAJAS <sup>75</sup>

- Velocidad al realizar las operaciones, lo que le hace uno de los gestores con mejor rendimiento.
- Bajo costo en requerimientos para la elaboración de bases de datos, ya que debido a su bajo consumo puede ser ejecutado en una máquina con escasos recursos sin ningún problema.
- Facilidad de configuración e instalación.
- Soporta gran variedad de Sistemas Operativos.
- Baja probabilidad de corromper datos, incluso si los errores no se producen en el propio gestor, sino en el sistema en el que está.
- Conectividad y seguridad

## DESVENTAJAS

- Un gran porcentaje de las utilidades de MySQL no están documentadas.
- No es intuitivo, como otros programas (ACCESS).

## 1.7.4 PHP



### ¿Qué es PHP?

PHP (acrónimo de PHP: Hypertext Preprocessor) es un lenguaje de código abierto muy popular especialmente adecuado para desarrollo web y que puede ser incrustado en HTML.

Lo que distingue a PHP de algo lado-cliente como Javascript, es que el código es ejecutado en el servidor, generando HTML y enviándolo al cliente. El cliente recibirá los resultados de ejecutar el script, sin ninguna posibilidad de determinar qué código ha producido el resultado recibido. El servidor web puede ser incluso configurado para que procese todos los archivos HTML con PHP y entonces no hay manera que los usuarios puedan saber que tienes debajo de la manga.

Lo mejor de usar PHP es que es extremadamente simple para el principiante, pero a su vez, ofrece muchas características avanzadas para los programadores profesionales. <sup>76</sup>

“PHP es un lenguaje de programación interpretado, diseñado originalmente para la creación de páginas web dinámicas. Se usa principalmente para

<sup>75</sup> <http://www.vaem.mx/posgrado/mcruz/cursos/miic>

<sup>76</sup> <http://www.php.net/manual/es/intro-what-is.php>

la interpretación del lado del servidor (server-side scripting) pero actualmente puede ser utilizado desde una interfaz de línea de comandos o en la creación de otros tipos de programas incluyendo aplicaciones con interfaz gráfica usando las bibliotecas Qt o GTK+.”<sup>77</sup>

## Características de PHP<sup>78</sup>

### Ventajas

- Es un lenguaje multiplataforma.
- Orientado al desarrollo de aplicaciones web dinámicas con acceso a información almacenada en una base de datos.
- El código fuente escrito en PHP es invisible al navegador web y al cliente ya que es el servidor el que se encarga de ejecutar el código y enviar su resultado HTML al navegador. Esto hace que la programación en PHP sea segura y confiable.
- Capacidad de conexión con la mayoría de los motores de base de datos que se utilizan en la actualidad, destaca su conectividad con MySQL y PostgreSQL.
- Capacidad de expandir su potencial utilizando módulos (llamados ext's o extensiones).
- Posee una amplia documentación en su sitio web oficial, entre la cual se destaca que todas

las funciones del sistema están explicadas y ejemplificadas en un único archivo de ayuda.

- Es libre, por lo que se presenta como una alternativa de fácil acceso para todos.
- Permite aplicar técnicas de programación orientada a objetos.
- Biblioteca nativa de funciones sumamente amplia e incluida.
- No requiere definición de tipos de variables aunque sus variables se pueden evaluar también por el tipo que estén manejando en tiempo de ejecución.
- Tiene manejo de excepciones (desde PHP5).
- Si bien PHP no obliga a quien lo usa a seguir una determinada metodología a la hora de programar (muchos otros lenguajes tampoco lo hacen), aun haciéndolo, el programador puede aplicar en su trabajo cualquier técnica de programación o de desarrollo que le permita escribir código ordenado, estructurado y manejable. Un ejemplo de esto son los desarrollos que en PHP se han hecho del patrón de diseño Modelo Vista Controlador (MVC), que permiten separar el tratamiento y acceso a los datos, la lógica de control y la interfaz de usuario en tres componentes independientes.

<sup>77</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/PHP>

<sup>78</sup> <http://trahcstudio.com/php.html>

## Inconvenientes.

- Como es un lenguaje que se interpreta en ejecución, para ciertos usos puede resultar un inconveniente que el código fuente no pueda ser ocultado. La ofuscación es una técnica que puede dificultar la lectura del código pero no la impide y, en ciertos casos, representa un costo en tiempos de ejecución.

## 1.7.5 CSS

### ¿Qué es CSS?

Comenzamos presentando las Hojas de Estilo en Cascada y explicando de qué manera ayudan a los diseñadores de páginas web, en nuestro caso concreto en el desarrollo de nuestro proyecto “Cuenca Todo un Mundo” en el cual necesitamos generar un sitio web con variedad de capas superpuestas para generar un entorno visual atractivo.

“El lenguaje HTML está limitado a la hora de aplicarle forma a un documento. Esto es así porque fue concebido para otros usos (científicos sobre todo), distinto a los actuales, mucho más amplios.

Para solucionar estos problemas los diseñadores han utilizado técnicas tales como la utilización de tablas imágenes transparentes para ajustarlas, utilización de etiquetas que no son estándares del HTML y otras. Estas “trampas” han causado a

menudo problemas en las páginas a la hora de su visualización en distintas plataformas.

Además, los diseñadores se han visto frustrados por la dificultad con la que, aun utilizando estos trucos, se encontraban a la hora de maquetar las páginas, ya que muchos de ellos venían maquetando páginas sobre el papel, donde el control sobre la forma del documento es absoluto.” <sup>79</sup>

Finalmente, otro antecedente que ha hecho necesario el desarrollo de esta tecnología consiste en que las páginas web tienen mezclado en su código HTML el contenido del documento con las etiquetas necesarias para darle forma. Esto tiene sus inconvenientes ya que la lectura del código HTML se hace pesada y difícil a la hora de buscar errores o depurar las páginas.

### Características y ventajas de las CSS <sup>80</sup>

El modo de funcionamiento de las CSS consiste en definir, mediante una sintaxis especial, la forma de presentación que le aplicaremos a:

- Un web entero, de modo que se puede definir la forma de todo el web de una sola vez.
- Un documento HTML o página, se puede definir la forma, en un pequeño trozo de código en la cabecera, a toda la página.
- Una porción del documento, aplicando estilos visibles en un trozo de la página.

<sup>78</sup> Álvarez Miguel, Manual de CSS, Hojas de Estilo, Desarrollo web.com, 2001

<sup>79</sup> <http://denuncias.net/disenoweb/elaboradw/paginas/hojas-ccs.htm>

- Una etiqueta en concreto, llegando incluso a poder definir varios estilos diferentes para una sola etiqueta. Esto es muy importante ya que ofrece potencia en nuestra programación. Podemos definir, por ejemplo, varios tipos de párrafos: en rojo, en azul, con márgenes, sin ellos...

La potencia de la tecnología salta a la vista. Pero no solo se queda aquí, ya que además esta sintaxis CSS permite aplicar al documento formato de modo mucho más exacto. Si antes el HTML se nos quedaba corto para maquetar las páginas y teníamos que utilizar trucos para conseguir nuestros efectos, ahora tenemos muchas más herramientas que nos permiten definir esta forma:

- Podemos definir la distancia entre líneas del documento.
- Se puede aplicar identidad a las primeras líneas del párrafo.
- Podemos colocar elementos en la página con mayor precisión, y sin lugar a errores.
- Y mucho más, como definir la visibilidad de los elementos, márgenes, subrayados, tachados...

Y seguimos mostrándo ventajas, ya que si con el HTML tan sólo podíamos definir atributos en las páginas con pixeles y porcentajes, ahora podemos definir utilizando muchas más unidades como:

- Pixels (px) y porcentaje (%), como antes.

- Pulgadas (in)
- Puntos (pt)
- Centímetros (cm)

## ¿Por qué diseñar con CSS? <sup>81</sup>

Mostramos algunas ventajas al maquetar con CSS respecto a otras formas de hacerlo.

Las tablas existen y existieron desde el comienzo en HTML, pero no se crearon para diseñar un sitio, sino para la presentación de datos tabulares. La utilización del "border=0" y las imágenes transparentes hicieron posible crear una rejilla que permitió a los diseñadores organizar textos e imágenes, establecer tamaños y ubicar objetos. Pero ésto es sencillamente incorrecto. Las tablas no se crearon para maquetar y no deben utilizarse para eso, porque de esta forma se mezclan presentación y contenido.

La solución es clara: CSS+HTML/XHTML. Afortunadamente, cada vez son más las empresas que deciden dejar atrás las tediosas tablas y evolucionar desarrollando sus sitios respetando los estándares establecidos por la W3C (organización internacional que desde hace unos 12 años se dedica al desarrollo de pautas y estándares web), lo que facilita la accesibilidad y la correcta visualización de las páginas en los navegadores que respeten dichos estándares.

Algunas de las ventajas de la maquetación con CSS:

<sup>81</sup> <http://www.desarrolloweb/manuales/maquetacion/css.html>

- Separación de forma y contenido. Generalmente CSS y HTML se encuentran en archivos separados, lo que facilita el trabajo en equipo porque diseñador y programador pueden trabajar independientemente. Por otro lado, permite el acceso a distintos navegadores y dispositivos.
- Tráfico en el servidor. Las páginas pueden reducir su tamaño entre un 40% y un 60%, y los navegadores guardan la hoja de estilos en la caché, esto reduce los costos de envío de información.
- Tiempos de carga. Por la gran reducción en el peso de las páginas, mejora la experiencia del usuario, que valora de un sitio el menor tiempo en la descarga.
- Precisión. La utilización de CSS permite un control mucho mayor sobre el diseño, especificando exactamente la ubicación y tamaño de los elementos en la página. También se pueden emplear medidas relativas o variables para que la pantalla o la caja contenedora se acomode a su contenido.
- Mantenimiento. Reduce notablemente el tiempo de mantenimiento cuando es necesario introducir un cambio porque se modifica un solo archivo, el de la presentación, sin tener que tocar las páginas que contienen la estructura con el contenido.
- Diseño unificado y flexibilidad. Es posible cambiar completa o parcialmente el aspecto de un sitio con sólo modificar la hoja de estilos. Por otro lado, el tener el estilo de una web en un solo

archivo permite mantener la misma apariencia en todas las páginas.

- Posicionamiento. Las páginas diseñadas con CSS tienen un código más limpio porque no llevan diseño, sólo contenido. Esto es semánticamente más correcto y la página aparecerá mejor posicionada en los buscadores.

Google navega obviando el diseño.

## 1.7.6 Javascript

### ¿Qué es Javascript?

Javascript es un lenguaje de programación que permite a los desarrolladores crear acciones en sus páginas web. Lo cual es lo idóneo en nuestro proyecto ya que buscamos un sitio web con movimiento que no sea excesivamente pesado.

“Javascript es un lenguaje que puede ser utilizado por profesionales y para quienes se inician en el desarrollo y diseño de sitios web. No requiere de compilación ya que el lenguaje funciona del lado del cliente, los navegadores son los encargados de interpretar estos códigos.” <sup>82</sup>

Muchos confunden el Javascript con el Java pero ambos lenguajes son diferentes y tienen sus características singulares. Javascript tiene la ventaja de ser incorporado en cualquier página web, pue-

<sup>82</sup> <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/%C2%BFque-es-javascript>

de ser ejecutado sin la necesidad de instalar otro programa para ser visualizado.

“Java por su parte tiene como principal característica ser un lenguaje independiente de la plataforma. Se puede crear todo tipo de programa que puede ser ejecutado en cualquier ordenador del mercado: Linux, Windows, Apple, etc. Debido a sus características también es muy utilizado para internet. Como síntesis se puede decir que Javascript es un lenguaje interpretado, basado en prototipos, mientras que Java es un lenguaje más orientado a objetos.” <sup>83</sup>

Javascript es un lenguaje con muchas posibilidades, utilizado para crear pequeños programas que luego son insertados en una página web y en programas más grandes, orientados a objetos mucho más complejos. Con Javascript podemos crear diferentes efectos e interactuar con nuestros usuarios.

Este lenguaje posee varias características, entre ellas podemos mencionar que es un lenguaje basado en acciones que posee menos restricciones. Además, es un lenguaje que utiliza Windows y sistemas X-Windows, gran parte de la programación en este lenguaje está centrada en describir objetos, escribir funciones que respondan a movimientos del mouse, aperturas, utilización de teclas, cargas de páginas entre otros.

“Es necesario resaltar que hay dos tipos de JavaScript: por un lado está el que se ejecuta en el

cliente, este es el Javascript propiamente dicho, aunque técnicamente se denomina Navigator JavaScript. Pero también existe un Javascript que se ejecuta en el servidor, es más reciente y se denomina LiveWire Javascript.” <sup>84</sup>

### ¿Dónde podemos ver funcionando Javascript?

Entre los diferentes servicios que se encuentran realizados con Javascript en Internet se encuentran:

- Correo
  - Chat
  - Buscadores de Información
- También podemos encontrar o crear códigos para insertarlos en las páginas como:
- Reloj
  - Contadores de visitas
  - Fechas
  - Calculadoras
  - Validadores de formularios
  - Detectores de navegadores e idiomas

### ¿Cómo identificar código Javascript? <sup>85</sup>

El código javascript podemos encontrarlo dentro de las etiquetas `<body>/body>` de nuestras páginas web. Por lo general se insertan entre: `<script>/script>`. También pueden estar ubicados en ficheros externos usando:

```
<script type="text/javascript" src="micodigo.js">/script>
```

<sup>83</sup> <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/%C2%BFque-es-javascript> <sup>84</sup> [http://geneura.ugr.es/~victor/cursillos/curso\\_javascript\\_basico/jsb\\_intro.html](http://geneura.ugr.es/~victor/cursillos/curso_javascript_basico/jsb_intro.html)

<sup>85</sup> <http://ecured.cu/index.php/JavaScript>

Algunas características del lenguaje son:

Su sintaxis es similar a la usada en Java y C, al ser un lenguaje del lado del cliente este es interpretado por el navegador, no se necesita tener instalado ningún Framework.

- Variables: `var = "Hola", n=103`
- Condiciones: `if(i<10){ ... }`
- Ciclos: `for(i; i<10; i++){ ... }`
- Arreglos: `var miArreglo = new Array("12", "77", "5")`
- Funciones: Propias del lenguaje y predefinidas por los usuarios
- Comentarios para una sola línea: `// Comentarios`
- Comentarios para varias líneas:  

```
/*  
Comentarios  
*/
```
- Permite la programación orientada a objetos: `document.write("Hola");`
- Las variables pueden ser definidas como: string, integer, flota, boolean simplemente utilizando "var". Podemos usar "+" para concatenar cadenas y variables.

### ¿Es compatible con navegadores?

Javascript es soportado por la mayoría de los navegadores como Internet Explorer, Netscape, Opera, Mozilla Firefox, entre otros.

Con el surgimiento de lenguajes como PHP del lado del servidor y Javascript del lado del cliente,

surgió Ajax en acrónimo de (Asynchronous Javascript And XML). El mismo es una técnica para crear aplicaciones web interactivas. Este lenguaje combina varias tecnologías:

- HTML y Hojas de Estilos CSS para generar estilos.
- Implementaciones ECMAScript, uno de ellos es el lenguaje Javascript.
- XMLHttpRequest es una de las funciones más importantes que incluye, que permite intercambiar datos asincrónicamente con el servidor web, puede ser mediante PHP, ASP, entre otros.

Debemos tener en cuenta que aunque Javascript sea soportado en gran cantidad de navegadores nuestros usuarios pueden elegir la opción de Activar/Desactivar el Javascript en los mismos.<sup>86</sup>

## 1.7.7 jQuery

### ¿Qué es jQuery?

"Simplificando, podríamos decir que jQuery es un framework Javascript, qué es un framework?, pues es un producto que sirve como base para la programación avanzada de aplicaciones, que aporta una serie de funciones o códigos para realizar tareas habituales. Por decirlo de otra manera, framework son unas librerías de código que contienen procesos o rutinas ya listos para usar. Los programadores utilizan los frameworks para no tener que desarrollar ellos mismos las tareas más básicas, puesto que en el propio framework ya hay

<sup>86</sup> <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/%C2%BFque-es-javascript/>

implementaciones que están probadas, funcionan y no se necesitan volver a programar.”<sup>87</sup>

Por ejemplo, en lo que nos concierne, jQuery es un framework para el lenguaje Javascript, luego será un producto que nos simplificará la vida para programar en este lenguaje. Por lo general, cuando un desarrollador tiene que utilizar Javascript, generalmente tiene que preocuparse por hacer scripts compatibles con varios navegadores y para ello tiene que incorporar mucho código que lo único que hace es detectar el browser del usuario, para hacer una u otra cosa dependiendo de si es Internet Explorer, Firefox, Opera, etc. jQuery es donde más nos puede ayudar, puesto que implementa una serie de clases (de programación orientada a objetos) que nos permiten programar sin preocuparnos del navegador con el que nos está visitando el usuario, ya que funcionan de exacta forma en todas las plataformas más habituales.

Así pues, este framework Javascript, nos ofrece una infraestructura con la que tendremos mucha mayor facilidad para la creación de aplicaciones complejas del lado del cliente. Por ejemplo, con jQuery obtendremos ayuda en la creación de interfaces de usuario, efectos dinámicos, aplicaciones que hacen uso de Ajax, etc. Cuando programemos Javascript con jQuery tendremos a nuestra disposición una interfaz para programación que nos permitirá hacer cosas con el navegador que estemos seguros que funcionarán para todos nuestros visitantes. Simplemente debemos conocer las librerías del framework y programar utilizando las

clases, sus propiedades y métodos para la consecución de nuestros objetivos.

Además, todas estas ventajas que sin duda son muy de agradecer, con jQuery las obtenemos de manera gratuita, ya que el framework tiene licencia para uso en cualquier tipo de plataforma, personal o comercial. Para ello simplemente tendremos que incluir en nuestras páginas un script Javascript que contiene el código de jQuery, que podemos descargar de la propia página web del producto y comenzar a utilizar el framework.

“El archivo del framework ocupa unos 56 KB, lo que es bastante razonable y no retrasará mucho la carga de nuestra página (si nuestro servidor envía los datos comprimidos, lo que es bastante normal, el peso de jQuery será de unos 19 KB). Además, nuestro servidor lo enviará al cliente la primera vez que visite una página del sitio. En siguientes páginas el cliente ya tendrá el archivo del framework, por lo que no necesitará transferirlo y lo tomará de la caché. Con lo que la carga de la página sólo se verá afectada por el peso de este framework una vez por usuario. Las ventajas a la hora de desarrollo de las aplicaciones, así como las puertas que nos abre jQuery compensan extraordinariamente el peso del paquete.”<sup>88</sup>

<sup>87</sup> <http://www.desarrolloweb.com/articulos/introduccion-jquery.html>

<sup>88</sup> [http://www.youblisher.com/p/174269\\_Manual:jQuery](http://www.youblisher.com/p/174269_Manual:jQuery)

## Ventajas de jQuery con respecto a otras alternativas

Es importante comentar que jQuery no es el único framework que existe en el mercado. Existen varias soluciones similares que también funcionan muy bien, que básicamente nos sirven para hacer lo mismo. Como es normal, cada uno de los frameworks tiene sus ventajas e inconvenientes, pero jQuery es un producto con una aceptación por parte de los programadores muy buena y un grado de penetración en el mercado muy amplio, lo que hace suponer que es una de las mejores opciones. Además, es un producto serio, estable, bien documentado y con un gran equipo de desarrolladores a cargo de la mejora y actualización del framework. Otra cosa muy interesante es la dilatada comunidad de creadores de plugins o componentes, lo que hace fácil encontrar soluciones ya creadas en jQuery para implementar asuntos como interfaces de usuario, galerías, votaciones, efectos diversos, etc.

“Uno de los competidores de jQuery, es Mootools, que también posee ventajas similares.”<sup>89</sup>

### jQuery, es adecuado para el desarrollo de nuestro sitio web?

“Estamos muy interesados en enriquecer la página web con componentes de la llamada Web 2.0, como efectos dinámicos, Ajax, interacción, interfaces de usuario avanzadas, etc., y jQuery es una herramienta imprescindible para desarrollar todas

estas cosas sin tener que complicarte con los niveles más bajos del desarrollo, ya que muchas funcionalidades ya están implementadas, o bien las librerías del framework nos permitirán realizar la programación mucho más rápida y libre de errores.”<sup>90</sup>

Ahora bien, todas estas mejoras de la web 2.0, que en un principio puede ser muy atractivas, también tienen un coste en tiempo de desarrollo de los proyectos. Sin un framework como jQuery, el tiempo de creación y depuración de todos esos componentes dinámicos sería mucho mayor, pero aun así nadie dice que todo sea instalar el sistema y empezar correr. Sin embargo, lo más complicado de jQuery es aprender a usarlo, igual que pasa con cualquier otro framework Javascript. Requerirá del desarrollador habilidades avanzadas de programación, así como el conocimiento, al menos básico, de la programación orientada a objetos.

## 1.7.8 Ajax

“Ajax, acrónimo de Asynchronous JavaScript And XML (JavaScript asíncrono y XML), es una técnica de desarrollo web para crear aplicaciones interactivas o RIA (Rich Internet Applications). Estas aplicaciones se ejecutan en el cliente, es decir, en el navegador de los usuarios mientras se mantiene la comunicación asíncrona con el servidor en segundo plano. De esta forma es posible realizar cambios sobre las páginas sin necesidad de recar-

<sup>89</sup> (Manual de Mootools) <http://www.desarrolloweb.com/manuales/manual-mootools.html>

<sup>90</sup> <http://es.scribd.com/doc/96824262/El-Manual-de-jQuery>

garlas, lo que significa aumentar la interactividad, velocidad y usabilidad en las aplicaciones. Aspectos sin duda ventajosos en el desarrollo de nuestra propuesta.”<sup>91</sup>

Ajax es una tecnología asíncrona, en el sentido de que los datos adicionales se requieren al servidor y se cargan en segundo plano sin interferir con la visualización ni el comportamiento de la página. JavaScript es el lenguaje interpretado (scripting language) en el que normalmente se efectúan las funciones de llamada de Ajax mientras que el acceso a los datos se realiza mediante XMLHttpRequest, objeto disponible en los navegadores actuales. En cualquier caso, no es necesario que el contenido asíncrono esté formateado en XML. Ajax es una técnica válida para múltiples plataformas y utilizable en muchos sistemas operativos y navegadores dado que está basado en estándares abiertos como JavaScript y Document Object Model (DOM).

## **Tecnologías incluidas en Ajax**<sup>92</sup>

Ajax es una combinación de cuatro tecnologías ya existentes:

- XHTML (o HTML) y hojas de estilos en cascada (CSS) para el diseño que acompaña a la información.
- Document Object Model (DOM) accedido con un lenguaje de scripting por parte del usuario, especialmente implementaciones ECMAScript como JavaScript y JScript, para mostrar e interactuar

dinámicamente con la información presentada.

- El objeto XMLHttpRequest para intercambiar datos de forma asíncrona con el servidor web. En algunos frameworks y en algunas situaciones concretas, se usa un objeto iframe en lugar del XMLHttpRequest para realizar dichos intercambios.
- XML es el formato usado generalmente para la transferencia de datos solicitados al servidor, aunque cualquier formato puede funcionar, incluyendo HTML preformateado, texto plano, JSON y hasta EBML.

Como el DHTML, LAMP o SPA, Ajax no constituye una tecnología en sí, sino que es un término que engloba a un grupo de éstas que trabajan conjuntamente.

<sup>91</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/AJAX>

<sup>92</sup> <http://wiwiloz.wordpress.com/ajax>

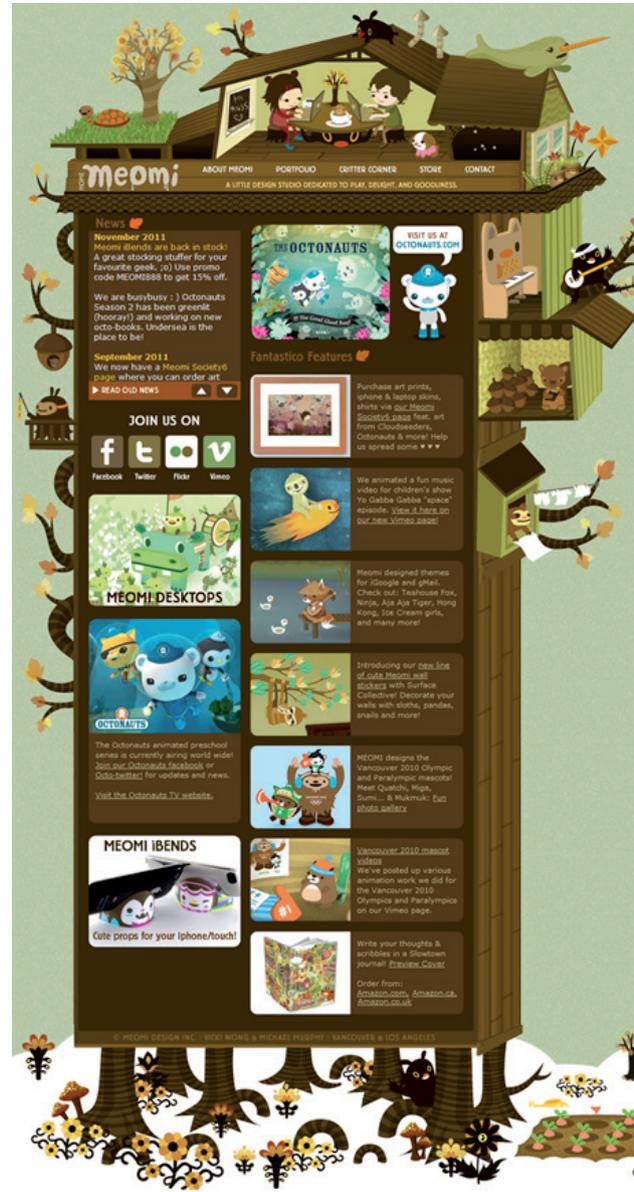
# 1.8 Productos Homólogos

## Meomi.com <sup>93</sup>

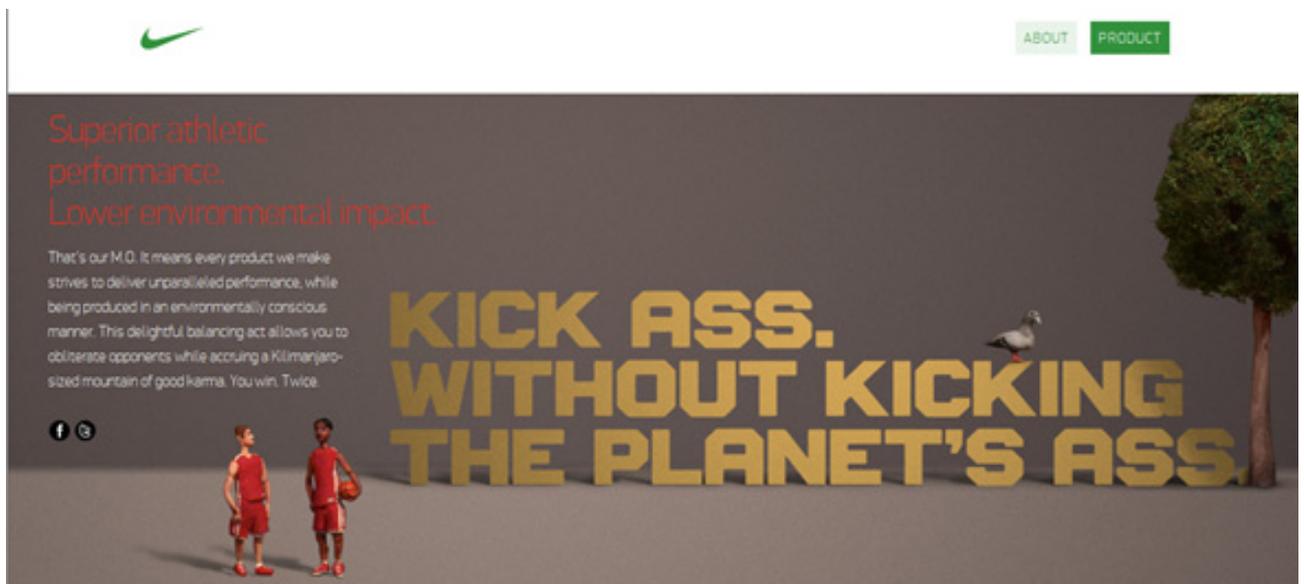
El sitio web de Meomi constituye un interesante producto homólogo desde el punto de la ilustración y la creativa navegación vertical que brinda a los visitantes.

Meomi se dedica a la creación de atractivas experiencias visuales y narrativas. MEOMI está conformado por Vicki Wong y Michael Murphy (Vancouver / Los Angeles). Meomi trabajo ha aparecido en numerosos libros de ilustración y diseño, mientras que sus personajes han aparecido en la ropa, los juguetes, mercancías, y las revistas de todo el mundo. Han trabajado con clientes como Google, Electronic Arts, GabbaGabba Yo, la revista Time Out, Hasbro, Monterey Bay Aquarium, y Panasonic. Meomi son los diseñadores de los Juegos Olímpicos de Vancouver 2010 y los Paralímpicos de mascotas (Quatchi, Miga y Sumi ... y Mukmuk)

El concepto del sitio se basa en los productos ilustrados que ofrece la empresa, nos muestra una interfaz colorida y dinámica llena de personajes animados con los cuales pueden interactuar los visitantes, al mismo tiempo nos muestra la información de manera segmentada a lo largo de la larga interfaz vertical. Este sitio esta desarrollado en Flash.



<sup>93</sup> <http://www.meomi.com/>



[ABOUT](#)[PRODUCT](#)

## One woman's trash is another woman's boardshort.

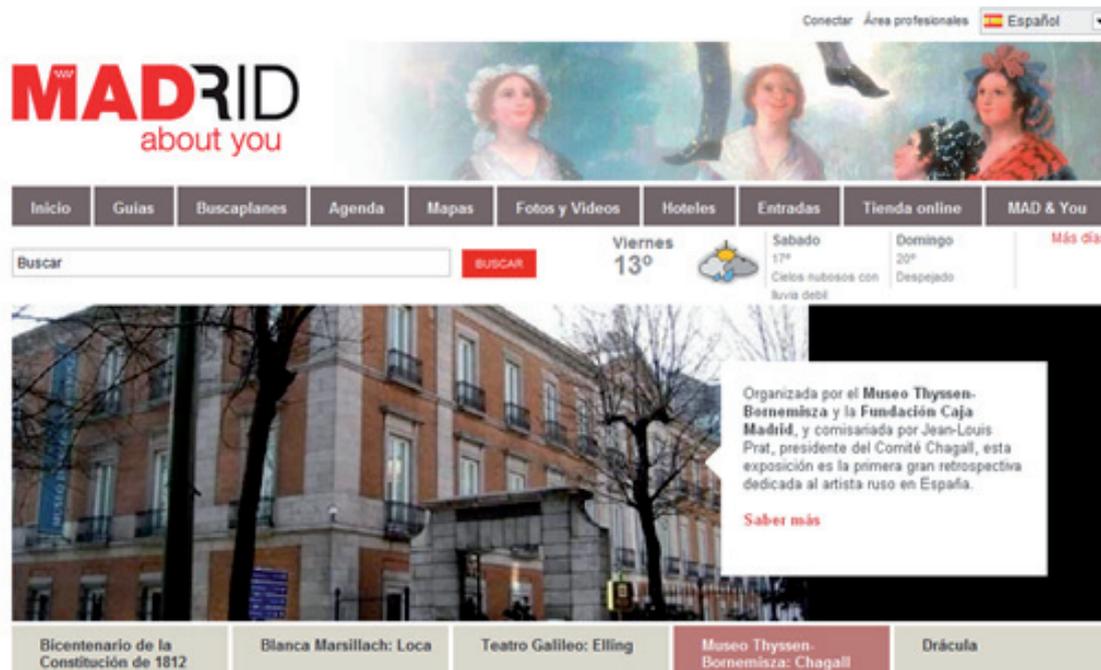
84% recycled polyester saves an average of three plastic bottles per short. Quick-drying fabric keeps you comfortable. Kick pollution while kicking it in the sun and surf.

See on [NikeScore](#) 



Se ha hablado mucho de esta web de Nike, ésta definitivamente ha resultado ser un hito en cuanto a experiencia de usuario y desarrollo web. Y es precisamente aquel aspecto que queremos rescatar de este producto homólogo. Se ha mostrado en innumerables galerías y muchos siguen recordándola después de casi un año de mostrarse al mundo.

Es muy bien lograda en todos los aspectos y es sorprendente cómo han llegado a conceptualizar un contenido de esa manera. La programación e interactividad del sitio es una consecuencia de esta gran idea que llegó a sus mentes. Los efectos están desarrollados en Javascript, por lo que se trata de un sitio web óptimo y liviano.



Es el sitio web turístico de la ciudad de Madrid, nos muestra una página web completa, con mucha información de interés para los visitantes, entre sus contenidos están guías, mapas, agendas, fotos, videos, la posibilidad de hacer reservaciones en hoteles, etc. En fin un sinnúmero de recursos al alcance del usuario.

Presenta un diseño limpio, en el cual se muestra la información muy bien estructurada, pese a que es abundante, nos muestra una interfaz con una navegación bastante jerarquizada y verticalizada.

Este sitio constituye un homólogo desde el punto de vista funcional y de arquitectura de la información.

<sup>95</sup> <http://www.turismomadrid.es/>

## CITY VILLE



CityVille es un videojuego de tiempo real, desarrollado por Zynga Studios. El juego está disponible mediante el sitio web de la red social Facebook. Fue anunciado el 18 de noviembre de 2010; sin embargo, su lanzamiento fue postergado al mes de diciembre para permitir a los desarrolladores de Zynga realizar ajustes al juego.

El juego atrajo a 100.000 jugadores el día de su publicación, haciendo que este fuese el lanzamiento más popular de Zynga, y para su primer aniversario, ya cuenta con más de 50 millones de usuarios en todo el mundo.

El juego permite a los jugadores convertirse en el alcalde de una ciudad virtual, así como de progresar y hacer crecer a la misma, desde abastecien-

do un pequeño pueblo hasta gestionar una gran metrópoli. Su diseño consta de un add-on aplicado a Facebook. Se estima que la realización de este juego duró entre 2 y 3 meses. Actualmente cuenta con 125 niveles, y esto se logra consiguiendo "xp", los cuales se adquieren realizando actividades en la ciudad, como por ejemplo, recaudar en negocios, edificios comunitarios, cosechando.

La interfaz de este juego es muy llamativa por su estilo ilustrado, su perspectiva y su colorido, constituye un producto homólogo para nuestro proyecto desde el punto de vista visual.

Se encuentra en 9 idiomas: español, inglés, francés, alemán, italiano, portugués, turco, indonesio y japonés.

# CAPÍTULO 2

## Partidos de Diseño





# PROGRAMACIÓN

## Capítulo 2. Criterios o Partidos de Diseño

### 2.1 Partido Formal

**E**n cuanto a la Forma es necesario evaluar los resultados de la Investigación para establecer el manejo formal que será aplicado al diseño de la propuesta Web, en base a la investigación realizada se establecerán los diversos criterios que permitirán concebir la propuesta.

El diseño de la forma estará determinado, por el manejo de un concepto basado en los rasgos de Identidad del Patrimonio Cultural de Cuenca y del manual de la marca ciudad “Cuenca todo un mundo” por un lado y por otro lado se determinará en base a los resultados que arroje la investigación bibliográfica y de campo en los diferentes aspectos que engloba la temática de la propuesta. Se establecerán las constantes y las variables a considerar en el desarrollo del proyecto. Los elementos a considerar en esta instancia del diseño

son: la morfología, tipología, cromática, soportes, ilustración, fotografía, etc.

El partido formal, estará condicionado a cumplir con un objetivo comunicacional, en este caso destinado a proyectar un concepto de imagen global de la marca ciudad “CUENCA todo un mundo” a través de la web, al mismo tiempo se buscara difundir los valores patrimoniales y culturales de la ciudad de Cuenca a través de este medio.

La investigación realizada en cuanto a Patrimonio Cultural, City Marketing, Diseño Web, entre otros factores, nos permiten establecer varias premisas de diseño previas a la concepción de la propuesta, así destacamos los siguientes factores a tomar en cuenta:

## 2.1.1 Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad

La propuesta deberá transmitir todas aquellas señas particulares propias del Patrimonio Cuencaño, son varios factores que le permiten ser catalogada como un bien de valor incalculable para la Humanidad, por lo que podemos mencionar como ejemplo los siguientes:

Cuenca está bañada por cuatro ríos, en cuya belleza natural se enmarca el crecimiento urbano, rodeada de montañas y custodiada por lugares sagrados y parques naturales, que invitan al disfrute de la convivencia entre el hombre y la naturaleza. Cuenca es el primer guardián de la zona de generación de servicios ambientales del sur llamado macizo del Cajás.

Cuenca es agua, Cuenca es vida.

Cuenca, Patrimonio Cultural de la Humanidad, es una ciudad heredera de tradiciones que se guardan celosamente en las costumbres de su pueblo, que revive en las calles sus gestas históricas y heroicas, sus diversas manifestaciones han hecho de esta ecuménica ciudad símbolo permanente de la identidad de su gente.

No existe otra ciudad donde se afinen tanto los sentidos como Cuenca, aquí se guardan las más variadas experiencias que transmiten por medio de

sensaciones la historia y la cultura de un pueblo.

La información que encierran todas aquellas expresiones, será la base para generar los contenidos a mostrarse en el sitio web turístico de la ciudad de Cuenca "Cuenca todo un mundo". Al tiempo que constituye una rica fuente de inspiración y recopilación de formas y elementos a ser aplicados en el diseño de un sistema gráfico para la propuesta.

## 2.1.2 Naturaleza del sitio web

Básicamente el sitio web a generarse estará enfocado al turismo, un sitio web turístico que contenga toda la información de interés para los internautas que busquen conocer más sobre la ciudad de Cuenca y todo lo que ella encierra.

Por otro lado este sitio web estará encasillado en la corriente de la Web 2.0, es decir facilitara: el compartir información, la **interoperabilidad**, el **diseño centrado en el usuario** y la **colaboración** en la **red**. Por lo que se pondrá énfasis especial en la interacción de los usuarios y se buscara insertar espacios en los cuales los usuarios se comuniquen entre sí, realicen consultas, descargas y alimenten la información del sitio web. Los cuencanos podrán comunicarse con el mundo y viceversa, los migrantes encontrarán en este sitio

un puente que les permita un contacto constante con su ciudad, su gente y su cultura.

Otro aspecto importante a tomar en consideración es que se tomará como base en desarrollo con HTML5, por lo que la forma de cierto modo estará condicionada a las características de esta plataforma en la web.

### 2.1.3 Público Objetivo

El público es un factor de vital importancia, para establecer la propuesta de diseño en este caso. El manejo de la forma en el sitio web considerará desde un principio al usuario como punto de partida, desde el punto de vista estético y funcional, es decir la forma estará en relación directa con la función, sin dejar de lado la estética, la cual estará destinada a satisfacerlos requerimientos de nuestros diversos visitantes: niños, adolescentes y adultos cuencanos, migrantes, turistas nacionales y extranjeros; ya que ellos son los usuarios principales de la oferta de nuestra web. Cabe resaltar que el lenguaje visual que entienden los niños lo entienden los adultos.

### 2.1.4 Estilo de la propuesta

La propuesta de diseño estará influenciada, de alguna manera, por la línea gráfica que rige imagen de la marca ciudad “Cuenca todo un mundo”, es decir se aplicará un estilo colorido y dinámico,

que a su vez exprese los valores de la marca y la diversidad de significados que encierra, el nuevo logotipo de Cuenca da la posibilidad de una visión caleidoscópica, pues tiene múltiples lecturas e interpretaciones y su contenido gráfico refleja los valores de la visión de ciudad.

Considero que la mejor manera de reforzar la imagen de la marca en el sitio web es a través de la ilustración digital aplicada en los elementos interactivos de la página web.

## 2.2 Partido Funcional

La parte visual del sitio web ayudará al usuario a acceder a la información de la manera más fácil y rápida, por lo tanto se debe tener en consideración los siguientes factores: Usabilidad, Impacto visual, Originalidad, Pregnancia, etc. En definitiva, una vez determinados los elementos formales se buscará asignarles a estos la funcionalidad requerida, dentro de la creación de la propuesta.

La imagen corporativa debe estar aplicada al sitio web con la función de identificar y diferenciar de manera optima al mismo, así como de generar un concepto globalizador que permita a los visitantes una recordabilidad de la imagen de la marca “Cuenca todo un mundo”. Al mismo tiempo es necesario reforzar esta imagen desde el punto de vista funcional de los elementos del sitio, a través de la navegación, la usabilidad, la animación, efectos, transiciones, etc. a utilizarse, todos estos factores deberán estar sincronizados y formar un conjunto coherente para lograr una experiencia de usuario agradable y poderosa, que se traduzca posteriormente en un buen posicionamiento de nuestra marca, tanto Online como Offline.

En cuanto al contenido de nuestra propuesta, tendrá necesariamente que cumplir una función comunicativa, informativa y recreativa. Todos estos factores deberán tomar en cuenta al usuario final, con ello el sitio buscará aportar con el conocimiento y valoración de nuestros valores culturales a los niños, jóvenes y adultos de nuestra sociedad cuencana y a los visitantes de nuestra ciudad. Por otro lado se busca promover el turismo en la ciudad de Cuenca bajo el lema de la marca “Cuenca todo un mundo”.

El éxito en la funcionalidad del sitio dependerá de varios factores, siendo la ergonomía visual uno de los más importantes, hay que tomar en cuenta aspectos como la jerarquización de la información, el contraste, legibilidad, tamaño y cromática de los elementos (tipografía, gráficos, imágenes, etc.).

En el desarrollo de la propuesta se aplicarán criterios de diseño que potencien el proceso de comunicación desde el emisor hacia el receptor, a través del mensaje, en este caso el contenido del sitio web y la imagen de la marca “Cuenca todo un mundo”.

Para lograr este fin, trasladaremos al diseño web los siguientes criterios de discriminación visual: Contraste, razón de luminancia y tiempo.

## **Criterios de discriminación visual**

### **Contraste:**

La legibilidad de los textos deberá ser la más óptima, por lo cual se recomienda utilizar una tipografía Sans Serif en la mayoría del texto, procurando el mejor contraste, para tener una buena discriminación visual. En caso de utilizar fondos de colores, se buscará que el contraste no perjudique la legibilidad y a la vez no provoque estrés visual.

Se procurará la utilización de fuentes con un ratio de texto adecuado en sus proporciones, que favorezcan a la legibilidad y a la estética.

### **Razón de luminancia:**

Se debe cuidar que las áreas de mayor atención se centren en el material destinado a informar, es decir, en el texto, las imágenes y gráficos destinados a este fin. Deberán prevalecer, en contraste con elementos de menor jerarquía en el diseño de la web, igualmente deberá distinguirse con claridad el contenido por sobre los fondos.

Se usará colores vivos, llamativos y pregnantes, para ajustarnos a las expectativas visuales de los visitantes y aplicar el sistema cromático de la marca ciudad.

### **Tiempo:**

En este aspecto las decisiones en el diseño se tomarán en función del tiempo de lectura que invertirán los visitantes en los diversos contenidos del sitio. Por ejemplo en la sección de contenidos conformados por texto, imágenes y video, el usuario se detendrá un determinado periodo de tiempo para realizar la interacción; sin embargo, se deben aplicar criterios que potencien la legibilidad y la eficacia en el reconocimiento rápido de los elementos de navegación y demás elementos orientadores para los visitantes como botones, controles de navegación, links importantes, etc. En este caso el diseñador web debe buscar que el mensaje se lea de forma rápida y precisa.

En el caso del contenido como dijimos, el condicionamiento en el tiempo de lectura, no se rige a la rapidez con que debe ser asimilada, pero tampoco es conveniente sobrecargar el contenido con excesiva información, pues incidiría en una pérdida de interés por parte del visitante.

### **Factores de Ergonomía visual**

En cuanto al manejo de gráficos e imágenes se procurará evitar la saturación del espacio para evitar el estrés visual del observador. Para ello se creará un sistema de diagramación enfocado de principio a fin en toda la propuesta, para manejar ordenadamente de manera jerarquizada y equilibrada tanto grafico como texto.

Finalmente es necesario tener en cuenta que la propuesta de diseño cumpla con una serie de factores ergonómicos que permitan al usuario captar la información de manera precisa y comfortable.

**SEGURIDAD:** Se tendrá especial cuidado en el contenido del sitio y en la redacción del texto del mismo, este necesariamente deberá ser coherente, de fácil lectura y no deberá incluir expresiones y puntos de vista que puedan herir o incomodar al visitante.

A mas de ello los elementos gráficos de la propuesta no deben presentar excesivo uso de texturas, elementos punzantes o bruscos visualmente que puedan lastimar la percepción del usuario. Es decir la morfología de los elementos, reflejará una propuesta amigable hacia el observador (Por ejemplo: bordes redondeados, contrastes cromáticos agradables, etc.).

**CONFORT:** Al estar dirigido a niños, jóvenes y adultos el sitio debe permitir también la recreación y el entretenimiento de los visitantes, por ende la gráfica, la cromática, el texto, la ilustración, la animación, el movimiento, la programación, etc. Deben estar encaminados a este fin. El estilo aplicado debe resultar atractivo y dinámico, para generar una atmosfera comfortable en la que el usuario se sienta navegando a gusto, dicha atmósfera estará enmarcada en el concepto del sitio web “Cuenca todo un mundo”.

**ADAPTABILIDAD:** el formato vertical que pretendemos aplicar a la gran mayoría de la propuesta en este caso busca brindar comodidad al observador, con esto se pretende guiar la navegación del usuario, a través del recorrido del sitio, de arriba hacia abajo y viceversa. Este orden en la lectura, se buscará reforzar con la interacción de elementos de navegación como controles de desplazamiento y la presentación de transiciones de movimiento secuenciadas, regidas por la narración de una historia y un concepto, siguiendo un orden y un fin recreativo e informativo.

**SOLIDEZ:** Al tratarse de una propuesta virtual, en la web, el concepto de solidez estaría enfocado en la estructura robusta del sitio, la correcta arquitectura de la información, la programación del sitio debe minimizar al máximo los errores en el funcionamiento, todas las funciones del sitio deben responder acorde a las expectativas del usuario. En definitiva debe tomarse en cuenta todos los factores técnicos de funcionamiento.

## 2.3 Partido Tecnológico

La propuesta de diseño multimedia y los elementos inmersos en la misma se desarrollarán y concretarán, a través de diversos medios y soportes gráficos. Se utilizará hardware y software especializado en el desarrollo de sitios web, así como programas destinados al diseño, desarrollo y ejecución de los mismos.

Primordialmente nos enfocaremos en el aprovechamiento de las ventajas que nos ofrece HTML5 en la creación de un sitio web.

En el desarrollo del sitio web nos apoyaremos de herramientas como: Wordpress, MySQL, PHP, CSS, Javascript, JQuery, etc. Y adicionalmente software para diseño web y optimización de imágenes.



# CAPÍTULO 3

Propuesta





# PROPUESTA

## Capítulo 3. Propuesta

**L**as consideraciones teóricas realizadas en la etapa de Conceptualización y los criterios de diseño tomados en cuenta en la Programación son las bases sobre las que partimos en la elaboración de la Propuesta.

El producto a generar consiste en el Diseño de un sitio web con HTML5, que permita dar a conocer a los cuencanos que habitan en la ciudad, a los cuencanos migrantes y al mundo entero la riqueza cultural y expresiva de la ciudad de Cuenca-Ecuador bajo el lema de su marca “Cuenca todo un mundo”, a través de la implementación de una interfaz innovadora basada en las últimas tendencias web y valiéndose de las nuevas posibilidades que nos brinda HTML5.

Dicha propuesta tiene como eje de la propuesta al propio cuencano. La propuesta se basará en promocionar a Cuenca a través de la web, por lo que el producto reflejará una intencionalidad estratégica en la forma de mostrar los contenidos a los visitantes. Dichos contenidos se basarán necesari-

amente en una serie de elementos audiovisuales que involucren rasgos Identitarios propios del Patrimonio Cultural de Cuenca, a la vez que constituirán un medio de interacción con los usuarios.

Paralelamente he tomado como punto de partida el diseño de la línea grafica de la marca ciudad, con esto se buscará consolidar una Imagen Corporativa Integral que se vea reflejada posteriormente en la Web y en todas las aplicaciones multimedia que giren en torno a la propuesta. Es decir generar un sitio Web, bajo el concepto de imagen global, contemplando diseño de marca, imagen corporativa y promocional, en el cual no se trata únicamente de identificar el sitio Web en sí, sino de tratar de crear en la mente de los visitantes una imagen total, integradora y duradera, que será el efecto de coordinar todos los recursos de comunicación por el diseño multimedia.

Por otro lado se ha tomado en cuenta para el diseño del sitio Web los Elementos de la Experiencia de Usuario, basándonos en los Objetivos del Sitio,

Necesidades del Usuario, Especificaciones Funcionales, Requerimientos de Contenido, Diseño de la Interacción, Arquitectura de la Información, Diseño de la Información, Diseño de la navegación, Diseño de la Interfaz y finalmente el Diseño Visual, por mencionar algunos aspectos a considerar en la concepción de la propuesta. Otros aspectos re-

levantes son el desarrollo técnico (programación, implementación) y de contenido, al igual que la correspondencia directa que deberá existir entre los elementos de la experiencia de usuario con la imagen de marca y el concepto asignado al sitio. Es decir, la propuesta busca tener correspondencia en todas las etapas del diseño.

## 3.1 Identidad Corporativa

El desarrollo de la propuesta está basado en los lineamientos gráficos y conceptuales de la marca ciudad "Cuenca todo un mundo".



*La Identidad Corporativa parte de una introspección de la empresa, de un análisis en el que se define de manera clara y precisa la filosofía, y el concepto sobre el cual basará sus actividades y, por ende, las de los individuos que la conforman.*

## **Concepto**

Cuenca se deja ver al mundo ahora con una marca y un sitio web que resume su identidad en un símbolo que recuerda a nuestra historia, cultura y tradición, a nuestras polleras y nuestras iglesias, a nuestro tucumán, nuestros globos y castillos, a nuestras cúpulas, donde nuestra gente es el eje generador de este motor sin fin, lleno de energía y vitalidad en un mensaje rotundo y alegre de lo que hay dentro de cada cuencano y cuencana: un mundo de solidaridad, de unión, de historia, de compromiso para llegar a la Cuenca de nuestros sueños.

Y la mejor manera de reforzar esa nueva imagen de la ciudad al mundo es la utilización de la nueva ola tecnológica en la web, la cual viene de la mano de HTML5, la misma que nos permitirá establecer un concepto de innovación globalizador en beneficio de la marca “Cuenca todo un mundo”.

El manejo de la marca “on-line” pretende reflejar en la web ese carácter amigable desde el punto de vista visual y desde el punto de vista funcional. Al tratarse del sitio web que represente en el mundo virtual los valores de la marca Cuenca, el sitio tendrá que funcionar de manera eficiente y estar

enfocada en el bienestar del usuario, ya sea local o extranjero.

Partimos de estas premisas conceptuales para desarrollar nuestra propuesta visual del sitio web de “Cuenca todo un mundo”. El cual reflejará la personalidad de la marca que muestra variedad de matices, paisajes, experiencias, personajes, etc. que giran en torno a la ciudad.

## **Nombre**

El nombre es el primer referente de la personalidad de un individuo, con el nombre de un sitio web sucede igual. Un nombre dice de quién lo tiene, como es, que inclinaciones tiene, y a qué se dedica, en sí, representa un importante identificador.

El dominio propuesto para el sitio web de “Cuenca todo un mundo” es:

**www.cuenca.com**

Por ser sencillo, estar directamente relacionado con el nombre de la ciudad y porque su dominio está disponible.

## 3.2 Jerarquización de la información

1. Estará determinada con una especie de catálogo de temas enfocados en mostrar el Patrimonio Cultural de Cuenca.

2. Contendrá información para contactos: direcciones, teléfonos y envío de correo para consultas y solicitudes.

3. Una sección que hable sobre la marca ciudad "Cuenca todo un mundo" (Quiénes somos).

1. Galería de imágenes, videos y demás recursos multimedia.
2. Un espacio para Novedades o un Blog sobre todos los temas relacionados con el turismo en la ciudad y referentes a la marca ciudad, comentarios, fotografías, videos, etc.
3. Sección de Descargas, para que los visitantes puedan obtener recursos gráficos de la marca, postales virtuales, agendas digitales, etc.
4. Enlaces a redes sociales.
5. Enlaces a Google maps.
6. Acceso a un buscador.
7. Links adicionales.

### Contenido / Funcionalidad

El contenido del sitio estará manejado con CMS y una base de datos para poder administrar los catálogos y toda la información del sitio.

- El contenido del catálogo se mostrará con texto, imágenes y videos.

- Existirán formularios para que el cliente se contacte con los administradores del sitio.

- Uso de texto en todo a lo que la información de la empresa respecta.

- El sitio manejará tecnología HTML5 y se complementará con mas recursos de programación para lograr animaciones, efectos y elementos interactivos. Aquí se mostrará el concepto de la marca reflejado en la interactividad.

- La parte de novedades funcionará como un blog donde se postearan temas referentes a la marca ciudad y el turismo en Cuenca, todo esto se mostrará a través de imágenes, videos, audio y textos.

- Para medir el éxito del sitio se utilizará con un contador de visitas, y principalmente se manejará la herramienta de Google Analytics para controlar el tipo de usuario que visita el sitio, y así mejorar y enfocar el sitio a este usuario recurrente.

También se puede medir en el momento de recibir correos electrónicos por medio de la opción de contactos.

## 3.3 Estructura

Nuestro sitio va a manejar una estructura convencional con un menú claro y con links directos a sus respectivos contenidos.

Partiremos de un sitio de Inicio vertical en el cual mostraremos una síntesis de la ciudad de Cuenca a través de elementos interactivos.

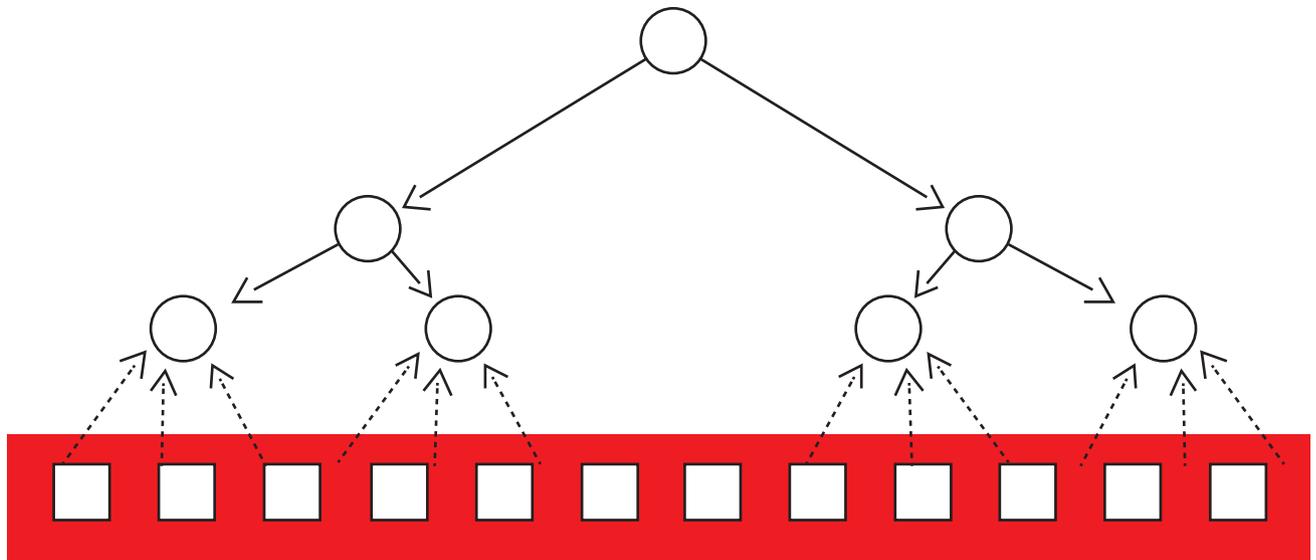
Para darle mayor dinamismo al sitio se implementarán efectos de movimiento desarrollados con javascript.

El diseño del sitio estará asociado con el concepto de la Marca “Cuenca todo un mundo” como una metáfora ilustrada basada en su concepto.

El menú estará ubicado en la parte superior y acompañará al desplazamiento vertical del scroll para mejorar la usabilidad en la navegación. El contenido del sitio se visualizará primordialmente en la parte central.

En el pie del sitio tendremos un “footer” que enunciará la información de contacto, geolocalización,

### Arquitectura de la información



redes sociales y links varios.

La estructura del sitio es muy intuitiva para dar mayor comodidad y mejor manejo para el usuario.

El objetivo fundamental de todo sitio consiste en que los usuarios encuentren rápida y fácilmente la información o servicio que buscan.

El esquema que manejará nuestro sitio será organizado de manera jerárquica según un criterio desde lo más general a lo más específico, es decir, de arriba hacia abajo, para que el usuario pueda navegar y entender de qué va el sitio y de manera gradual ir conociendo los contenidos referentes a la ciudad, cumpliendo los objetivos del sitio y las necesidades de información que busca el usuario.

Todas las subcategorías deberán estar conectadas con las categorías principales para que el usuario pueda navegar por todo el sitio cómodamente, por lo que el menú principal estará como constante en el sitio web.

De acuerdo a lo mencionado la estructura más adecuada para organizar el sitio será de tipo árbol o jerárquica ya que partiremos de una página de inicio, y a partir del menú navegaremos en las diferentes categorías del sitio, y ésta a su vez a las subcategorías que podrán tener acceso a las otras categorías principales.

### **Diagrama de la Arquitectura de Información**

En base a la arquitectura de la información, mostramos el diagrama de navegación. Este diagrama depende de los alcances del sitio y de los parámetros de estructura mencionados.

Muchas de las categorías generadas para cumplir los objetivos y la estrategia de la página web serán desglosadas y especificadas en la parte de esqueleto y superficie. A continuación nuestro diagrama del sitio web:



INICIO



## 3.4 El Esqueleto

En esta instancia definiremos qué forma funcional podría mostrar nuestro sitio. Los asuntos de arquitectura e interacción a tomar en cuenta para este fin son: Árbol de navegación, Diseño de interface y Diseño de información. Tomando en cuenta que un buen diseño de navegación, no puede corregir un mal diseño de contenido, por lo que habrá que tener en cuenta la calidad de los mismos y la coherencia y precisión en cada sección de la página.

Nos valdremos también del uso de metáforas en nuestro sitio, procurando que estas constituyan un aporte a la funcionalidad y a la exploración del sitio. Algunas metáforas podrían girar en torno al concepto del sitio (Cuenca todo un mundo) procurando reforzar la parte expresiva del mismo, al tiempo que se vería reflejada ante el usuario una Imagen Corporativa homogénea a través de la web.

### Diseño de interface

Para el Diseño de la Interfaz tomaremos en cuenta al usuario como eje fundamental para el desarrollo de nuestra propuesta. Teniendo como público meta a niños, jóvenes y adultos, lo primordial será permitirles a nuestros usuarios discriminar fácilmente la información importante que le sea netamente de su interés, precedida de aquella información complementaria del sitio. Es decir estableceremos una jerarquía de la información en función de los contenidos más relevantes que queremos mostrar a nuestros visitantes potenciales, para lograr un posicionamiento favorable en la web.

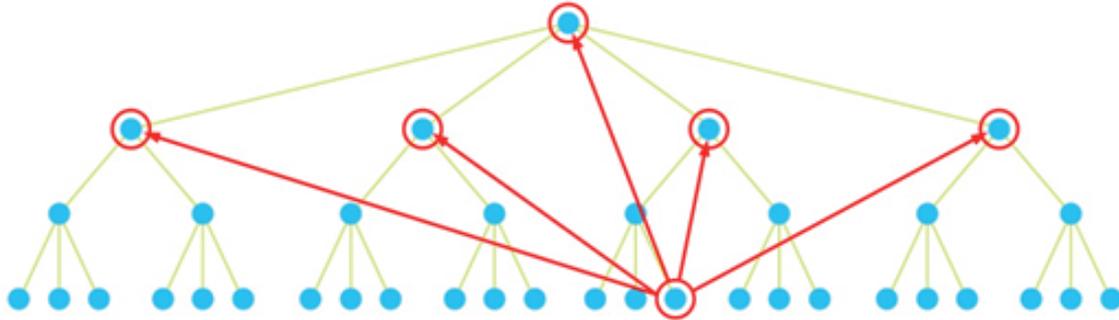
Tecnológicamente hablando: utilizaremos Html5 como la base para el desarrollo de nuestra propuesta en la web, interactuando con tecnologías complementarias como Javascript y Ajax para agregarle más dinamismo a la propuesta desde lo visual y funcional.

En cuanto al manejo de la información: tendremos un sitio absolutamente dinámico, administrado a través de un CMS, con lo cual los contenidos mostrados podrán ser refrescados periódicamente, al igual que algunos elementos visuales, agregándole de este modo, mayor agilidad a la actualización de la información.

En cuanto a HTML5 estimamos también el uso de sus elementos de interfaz estándares: Checkboxes, Radio Buttons, Dropdown List, List Boxes, Action Buttons, etc. En las instancias en que sea necesario el uso respectivo de cada uno.

### Diseño del sistema de navegación

Nuestro sitio contemplará algunos sistemas de navegación, puesto que se requerirá que cada uno de ellos cumpla una función particular que permita al usuario navegar por el sitio con éxito en diversas circunstancias. Sin embargo predominará el sistema de navegación global, puesto que consideramos importante que en el caso de nuestra página los usuarios tengan acceso a todas las opciones del sitio desde la primera instancia. Con el menor número de niveles de navegación posible.



## Wayfinding

En ciertos casos será útil la aplicación de un wayfinding que permita a los usuarios a obtener rápidamente una imagen mental de donde están, a donde pueden ir, y cuáles son las opciones que les llevará más cerca de sus objetivos.

Podríamos incluir una codificación del color para indicar que sección es la que el usuario está visitando.

## Mapa del Sitio

### INICIO

### NUESTRO MUNDO

### GALERIA

- IMÁGENES

- VIDEO

### DESCARGAS

- IMÁGENES
- AUDIO
- VIDEO

### BLOG

### CONTACTOS

- ENVIAR MAIL

### CATALOGO

- CLIMA
- AGENDA FESTIVA
- GEOGRAFIA DE LA CIUDAD
- MEGA ESCULTURAS
- EL CAJAS
- FLORA
- FAUNA
- ATRACTIVOS RURALES
- ARQUITECTURA CUENCANA

- RELIGIOSIDAD
- LA FE CUENCANA
- IGLESIAS CUENCANAS
- SERVICIOS
- AROMAS CUENCANOS
- FIESTAS Y TRADICIONES CUENCANAS
- AVES
- TESOROS PERDIDOS
- MUSICA CUENCANA
- DANZA FOLKLORICA
- PERSONAJES CUENCANOS
- ARBOLES PATRIMONIALES
- GASTRONOMIA CUENCANA
- EL PASE DEL NINO VIAJERO

- TRADICION CERAMICA
- MITOS Y LEYENDAS
- RESTOS FOSILES
- EL HABLA CUENCANA
- RUINAS ARQUEOLOGICAS
- LA CHOLA CUENCANA
- ARTESANIA CUENCANA
- EL TURISMO
- PESCA DEPORTIVA
- EL AGUA

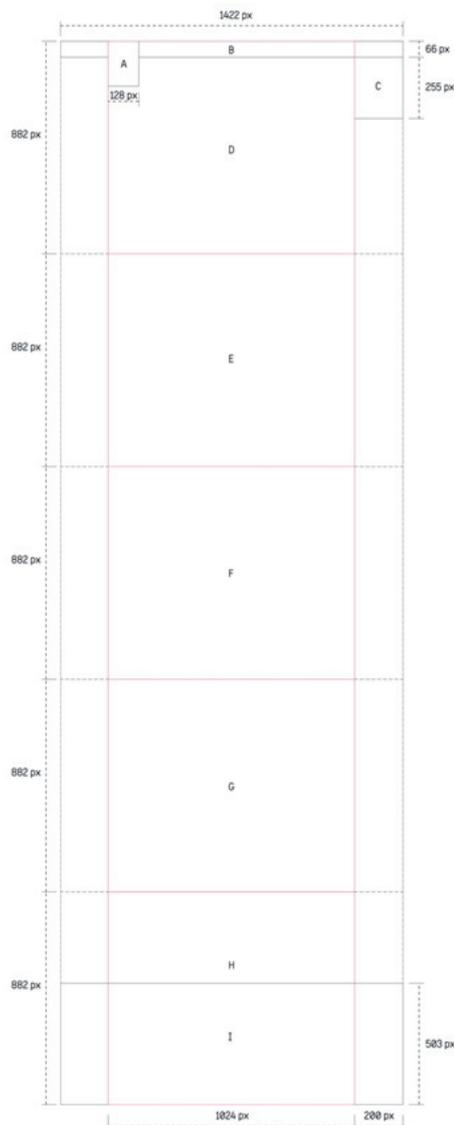
**MAPA DEL SITIO**  
**AYUDA**



INICIO



## Wireframes



## 3.5 Superficie | Diseño Visual

Desde el principio debemos tomar en consideración la consistencia tanto interna como externa del sitio web, buscando que se respete la imagen corporativa de “Cuenca todo un mundo” en todos los aspectos, así como la redacción del contenido y los mensajes transmitidos al público a través de la red.

Paralelamente buscaremos la implantación de un lenguaje visual global en cuanto a la promoción de nuestra web tanto OFF como ON line, para lograr un posicionamiento homogéneo en la mente de nuestro público meta.

### Color

Dado que el color es una de las mejores herramientas para comunicar la identidad de una marca, o empresa. Construiremos un sistema cromático basado en el manual de la marca “Cuenca todo un mundo” el sitio web debe reflejar el colorido del logo y la variedad de valores que representa. La paleta de colores a escoger representará la atmosfera de vida, dinamismo y encanto que queremos representar en la interfaz.

La paleta de colores escogida para nuestra imagen corporativa en la web gira entorno a una gama cromática multicolor que se resume básicamente en 12 colores, que refuerzan ese concepto de variedad y colorido que queremos mostrar en la representación de los contenidos.

Los valores en RGB del logo son los siguientes:



COLORES DIRECTOS

	PANTONE 3005
	PANTONE 3165
	PANTONE 210
	PANTONE 330
	PANTONE 361
	PANTONE 370
	PANTONE 123
	PANTONE 124
	PANTONE 125
	PANTONE 126
	PANTONE 127
	PANTONE 128
	PANTONE 129
	PANTONE 130
	PANTONE 131
	PANTONE 132
	PANTONE 133
	PANTONE 134
	PANTONE 135
	PANTONE 136
	PANTONE 137
	PANTONE 138
	PANTONE 139
	PANTONE 140
	PANTONE 141
	PANTONE 142
	PANTONE 143
	PANTONE 144
	PANTONE 145
	PANTONE 146
	PANTONE 147
	PANTONE 148
	PANTONE 149
	PANTONE 150
	PANTONE 151
	PANTONE 152
	PANTONE 153
	PANTONE 154
	PANTONE 155
	PANTONE 156
	PANTONE 157
	PANTONE 158
	PANTONE 159
	PANTONE 160
	PANTONE 161
	PANTONE 162
	PANTONE 163
	PANTONE 164
	PANTONE 165
	PANTONE 166
	PANTONE 167
	PANTONE 168
	PANTONE 169
	PANTONE 170
	PANTONE 171
	PANTONE 172
	PANTONE 173
	PANTONE 174
	PANTONE 175
	PANTONE 176
	PANTONE 177
	PANTONE 178
	PANTONE 179
	PANTONE 180
	PANTONE 181
	PANTONE 182
	PANTONE 183
	PANTONE 184
	PANTONE 185
	PANTONE 186
	PANTONE 187
	PANTONE 188
	PANTONE 189
	PANTONE 190
	PANTONE 191
	PANTONE 192
	PANTONE 193
	PANTONE 194
	PANTONE 195
	PANTONE 196
	PANTONE 197
	PANTONE 198
	PANTONE 199
	PANTONE 200

CMYK

	C=100, M=25
	C=100
	C=70
	C=95, Y=25
	C=75, Y=100
	C=40, Y=100
	M=10, Y=100
	M=50, Y=100
	M=100, Y=100
	M=100
	C=30, M=100
	C=40, M=45
	K=100
	M=25, Y=100
	K=40

RGB

	R=0, G=134, B=203
	R=0, G=156, B=224
	R=29, G=187, B=224
	R=0, G=129, B=187
	R=44, G=154, B=42
	R=177, G=200, B=4
	R=255, G=221, B=4
	R=242, G=148, B=4
	R=224, G=4, B=26
	R=226, G=4, B=122
	R=182, G=4, B=124
	R=104, G=129, B=167
	R=26, G=26, B=27
	R=255, G=195, B=4
	R=182, G=182, B=182

GAMA CROMÁTICA COLORES DE LA MARCA



En base a estos criterios de color se creará un sistema que rijan a la imagen de la página en este aspecto, buscaremos complementar la experiencia de navegación del usuario con el uso de contrastes que permitan la discriminación visual y la jerarquización de determinados elementos como la navegación, los títulos, etc. Tomando en cuenta que los colores claros llaman la atención más que los colores oscuros, por lo que se pueden usar como puntos focales.

## Tipografía

Siendo que la tipografía es otra herramienta fundamental para comunicar la identidad de nuestra marca. Buscaremos que exista una correspondencia total entre la parte gráfica y cromática con la parte tipográfica. Para ello nos basaremos en los siguientes criterios:

### • Títulos

Para estos utilizaremos fuentes una fuente Sans Serif.

En nuestra propuesta incluiremos la Neighbourhood.

### • Cuerpos de Texto

Para los estos utilizaremos tipografías igualmente "Lisas" (Sans Serif) en nuestro caso será la Berthold Akzidenz Grotesk BE Light.

### • Específicas

En determinadas áreas utilizaremos tipografías específicas para mostrar diversos aportes visuales y estéticos. Por ejemplo: la fuente Audimat Mono light. Actualmente con HTML5 podemos usar cualquier

tipografía para mostrar el contenido dinámico de nuestra web, y podrá visualizarse en navegadores como: Internet Explorer, Opera, Safari, Firefox, Google Chrome, etc, que son los encargados de interpretar cada diseño web, y estos antes usaban las fuentes instaladas en el Sistema Operativo. Esto además favorecerá a posicionar nuestro sitio en los buscadores, ya que el contenido textual ya no necesitara mostrarse como gráfico debido a las ventajas en visualización de textos que nos aporta HTML5.

La tipografía debe tener buena legibilidad por lo que utilizaremos familias de Fuentes sin serif: En los menús de Navegación utilizaremos Sansation, En los títulos y subtítulos Neighbourhood y en el contenido Berthold Akzidenz Grotesk BE Light, como ya mencionamos.

Otro aspecto a considerar es el contraste entre fondo y texto en el contenido. Nuestra página tendrá como fondo primordialmente el blanco para mostrar un diseño de contenidos limpio y organizado y legible.

## La Compaginación

En esta instancia procedemos a armar los elementos en función a los criterios mencionados anteriormente en este proceso, el cual gira en torno al diseño de una página organizada y jerarquizada que tiene como fin promover la imagen de la marca "Cuenca todo un mundo"

## Layout



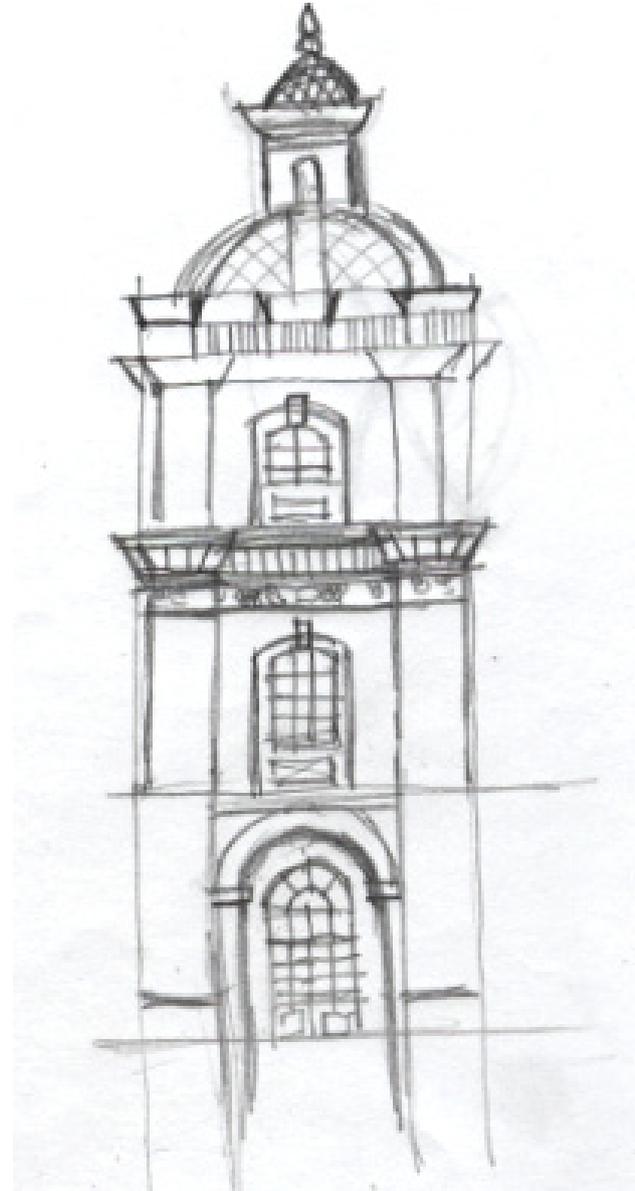
## 3.6 Bocetaje

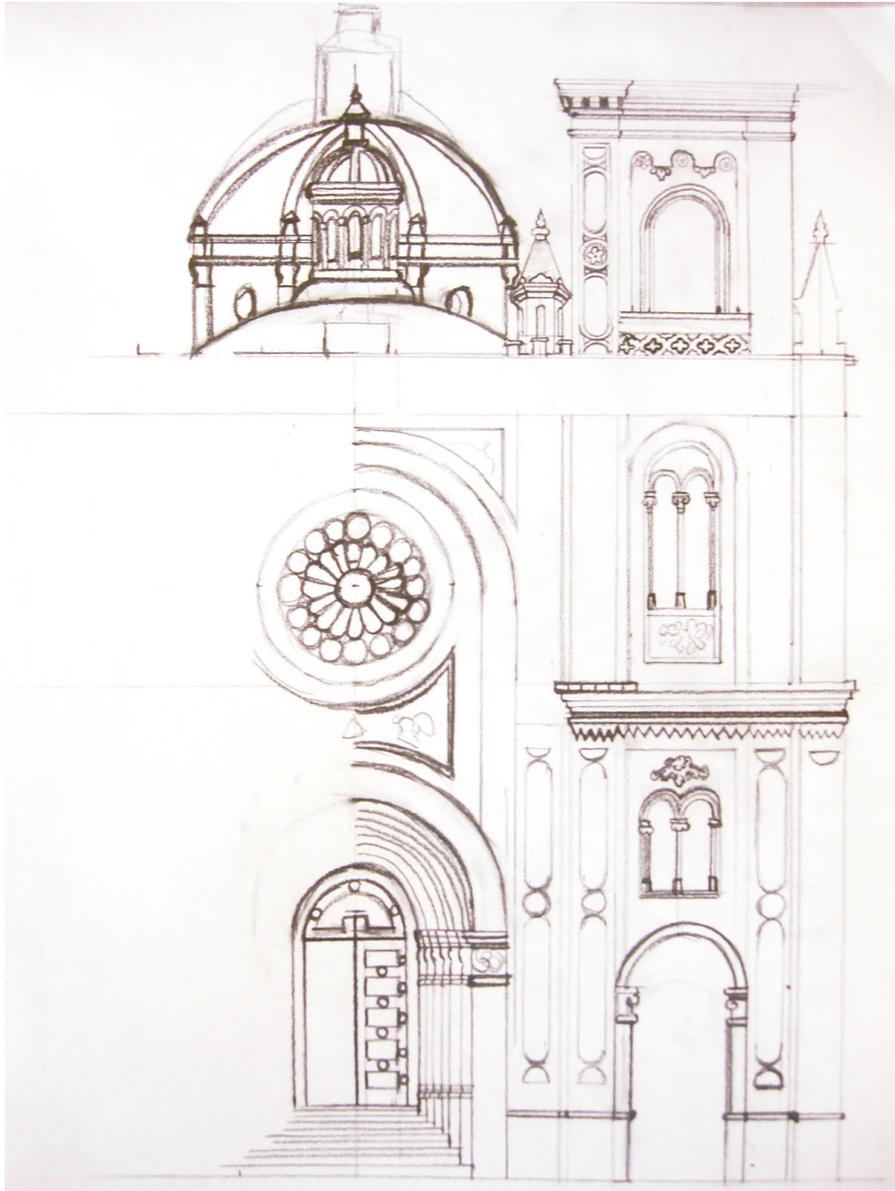
Para la correcta ejecución de la propuesta, en un principio he desarrollado un proceso de bocetaje, para posterior a esto proceder al análisis de las propuestas y realizar una selección definitiva, la cual se desarrollará y pondrá en funcionamiento.

### Ilustración a mano alzada

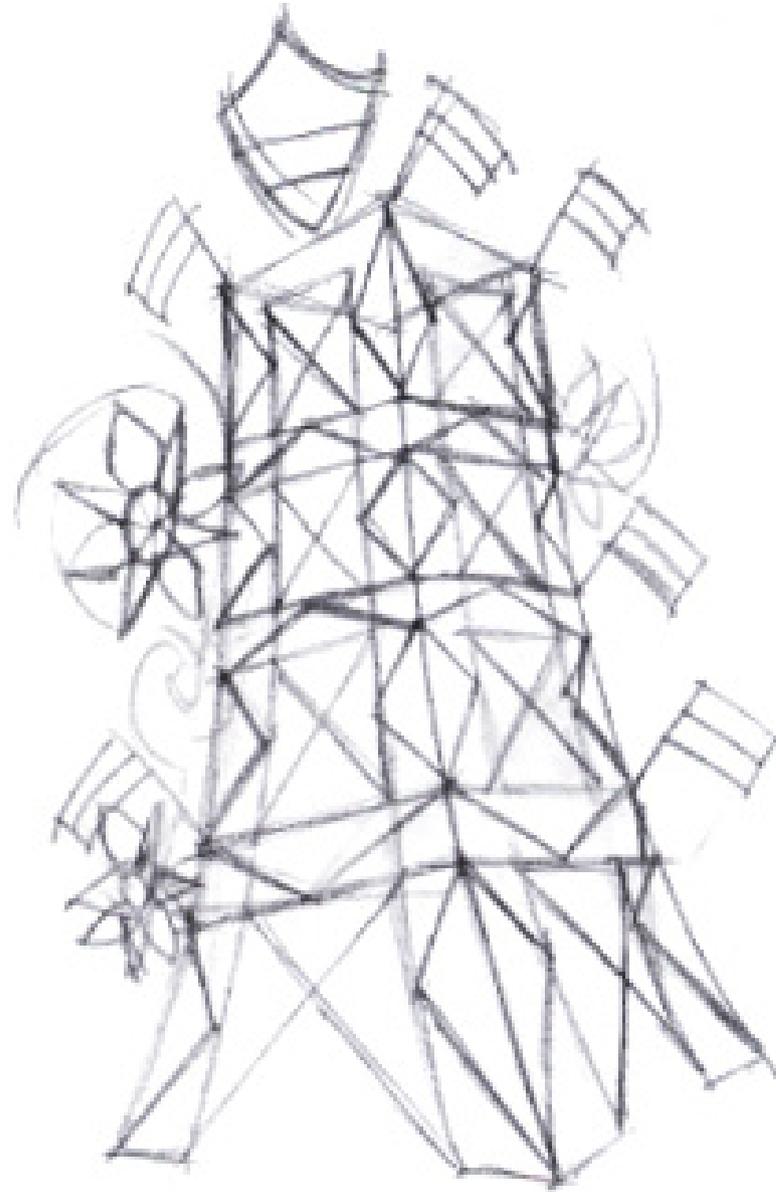
1. Partimos de un proceso de bocetaje a mano para la creación de la propuesta, el primer paso fue ilustrar con lápiz sobre papel los fondos de las diferentes capas a visualizarse, los cuales abstraen una visión sintetizada e idealizada de la ciudad de Cuenca, rescatando los rasgos geográficos, paisajísticos y arquitectónicos que permitan asociar la interfaz directamente con la ciudad.

2. Ilustramos de igual manera los personajes que formaran parte del sitio web, basados en la investigación previa que hace alusión al patrimonio y los elementos culturales de Cuenca.















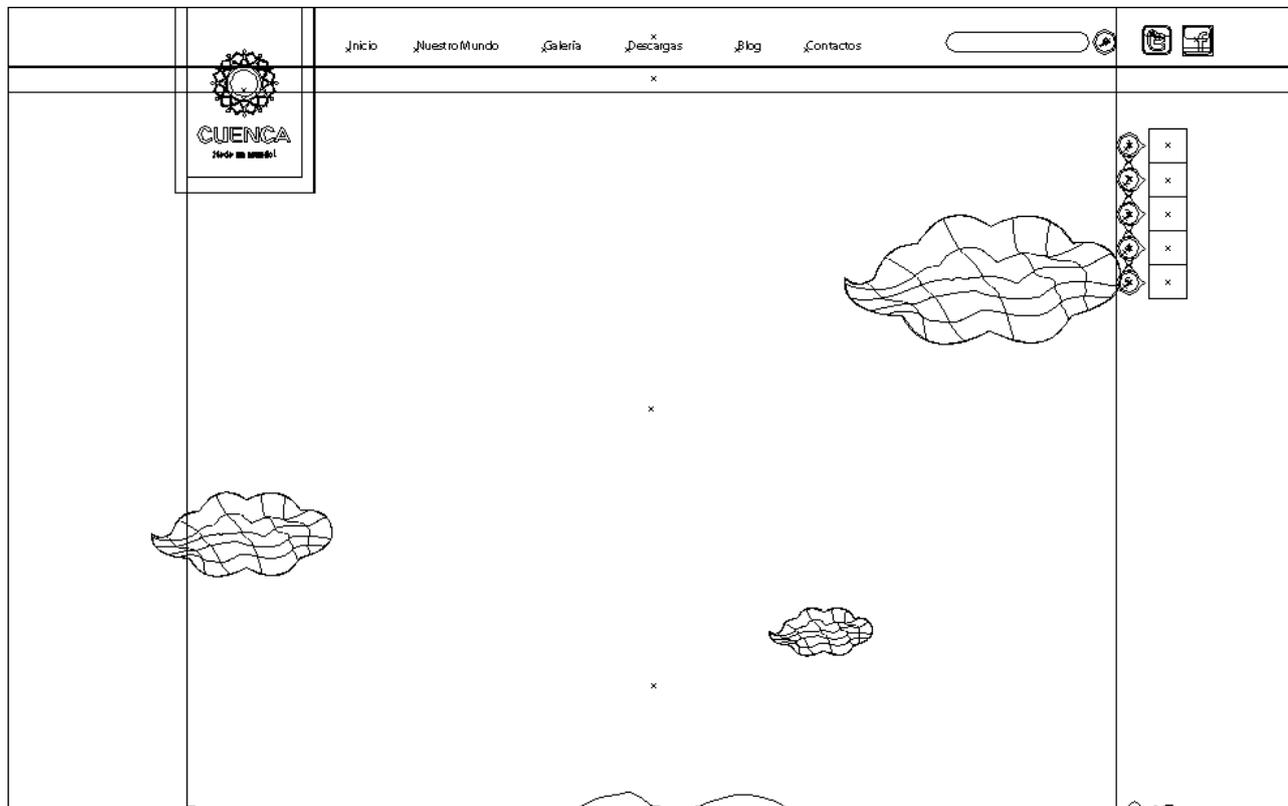


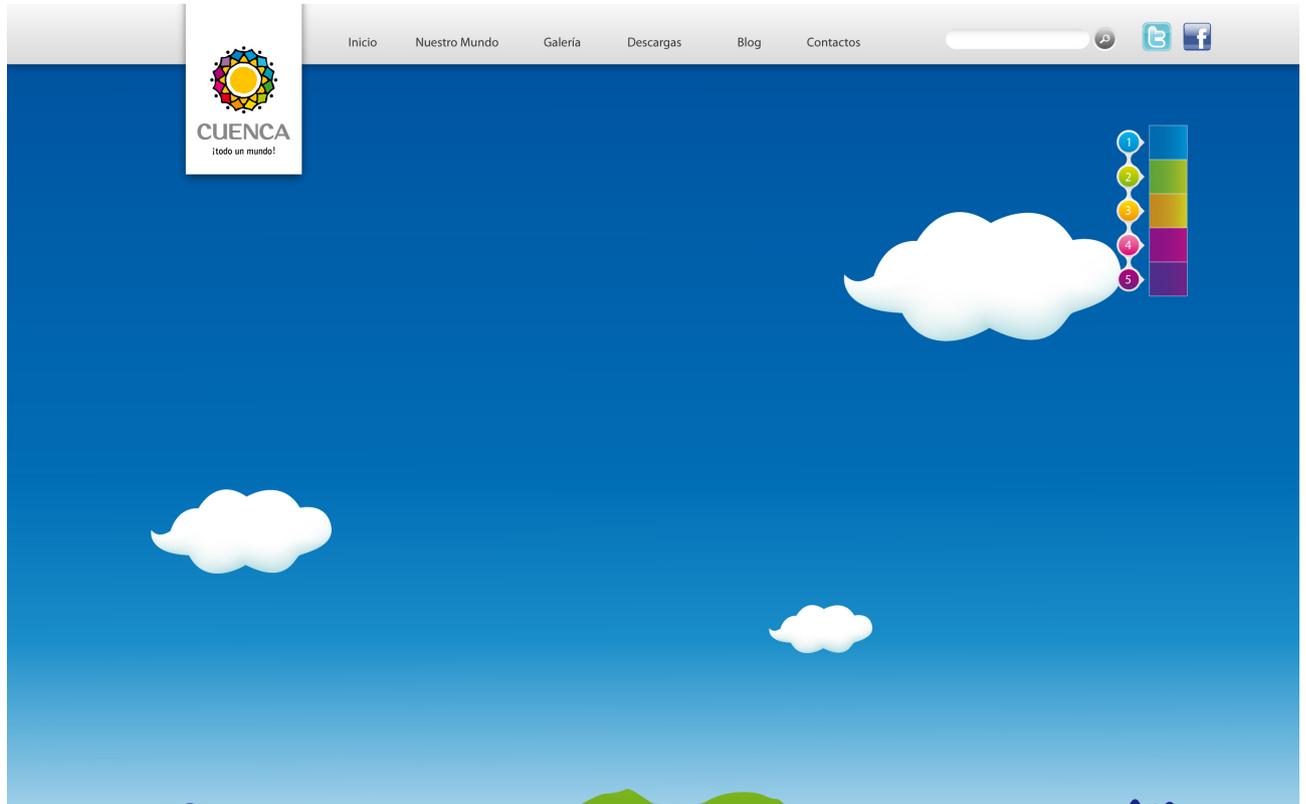
## Ilustración digital

Una vez completado el proceso de bocetaje a mano, procedimos a digitalizar los gráficos de la propuesta.

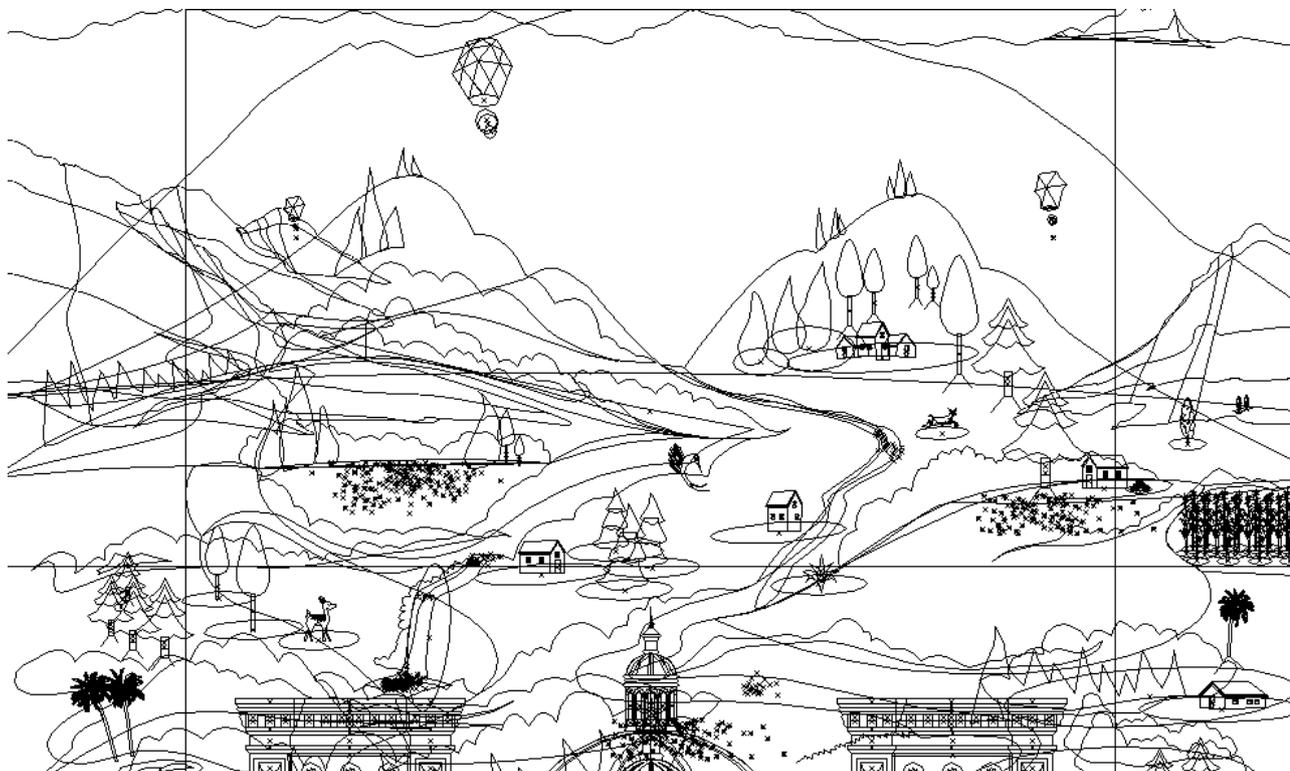
1. Escaneamos los bocetos en papel en un escáner formato A3 y guardamos en formato TIFF a 300 dpi.
2. Corregimos en Adobe Photoshop el Brillo y el Contraste de las imágenes digitalizadas.
3. Redibujamos en Adobe Ilustrador las imágenes escaneadas, vectorizando todos los gráficos a utilizar en la propuesta.
4. Aplicamos color en las ilustraciones basados en los criterios cromáticos de la marca y a través de contrastes fuertes, procurando mantener un estilo uniforme en toda la interfaz.
5. Organizamos los elementos por capas y regidos por el formato 1024px x 768px para dar forma al canvas vertical que usamos en la navegación, logrando una composición proporcionada.

## Sección 1



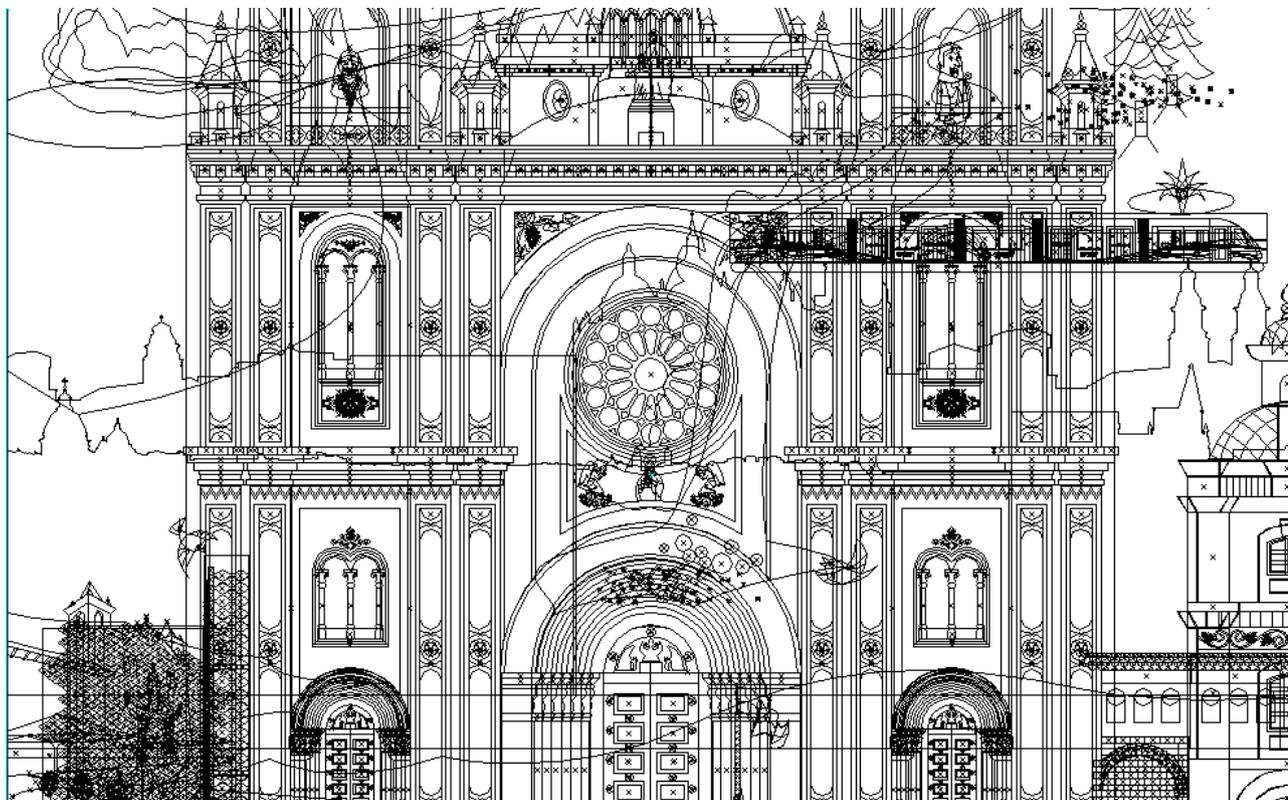


## Sección 2



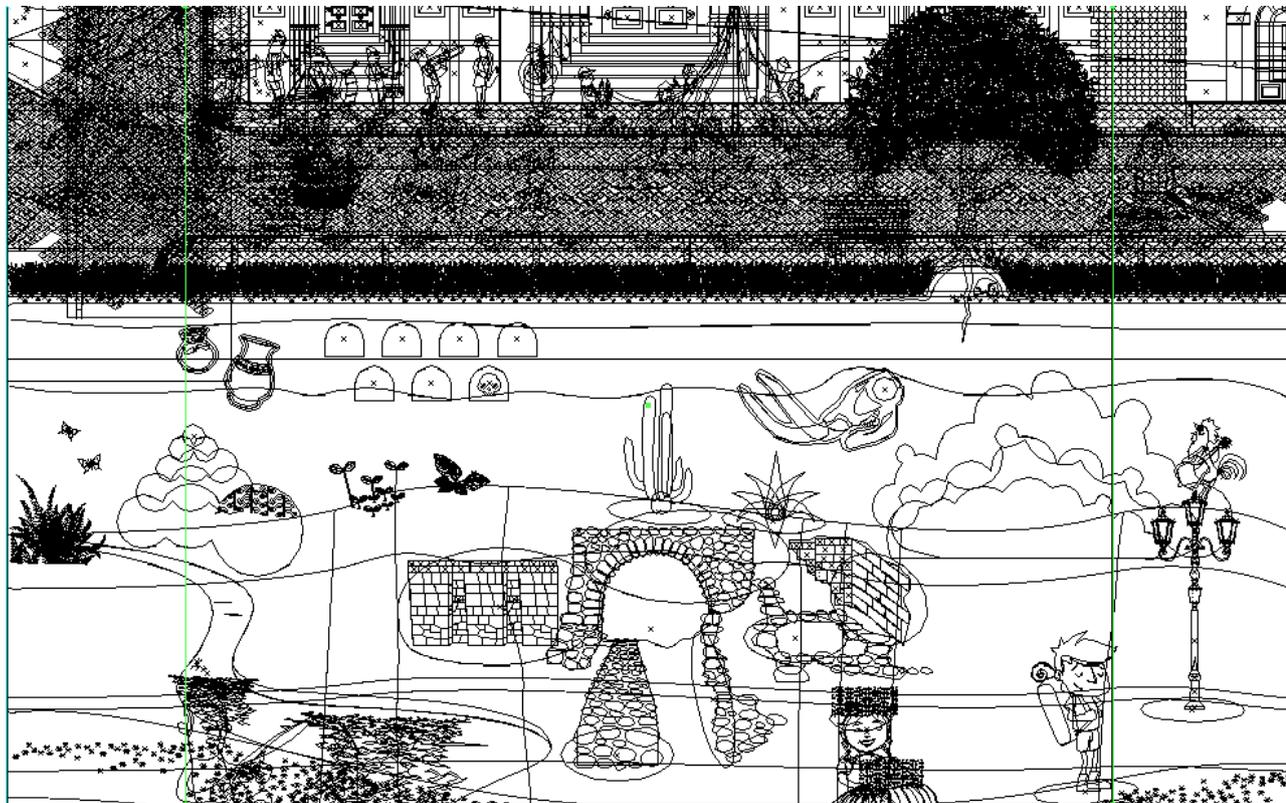


### Sección 3



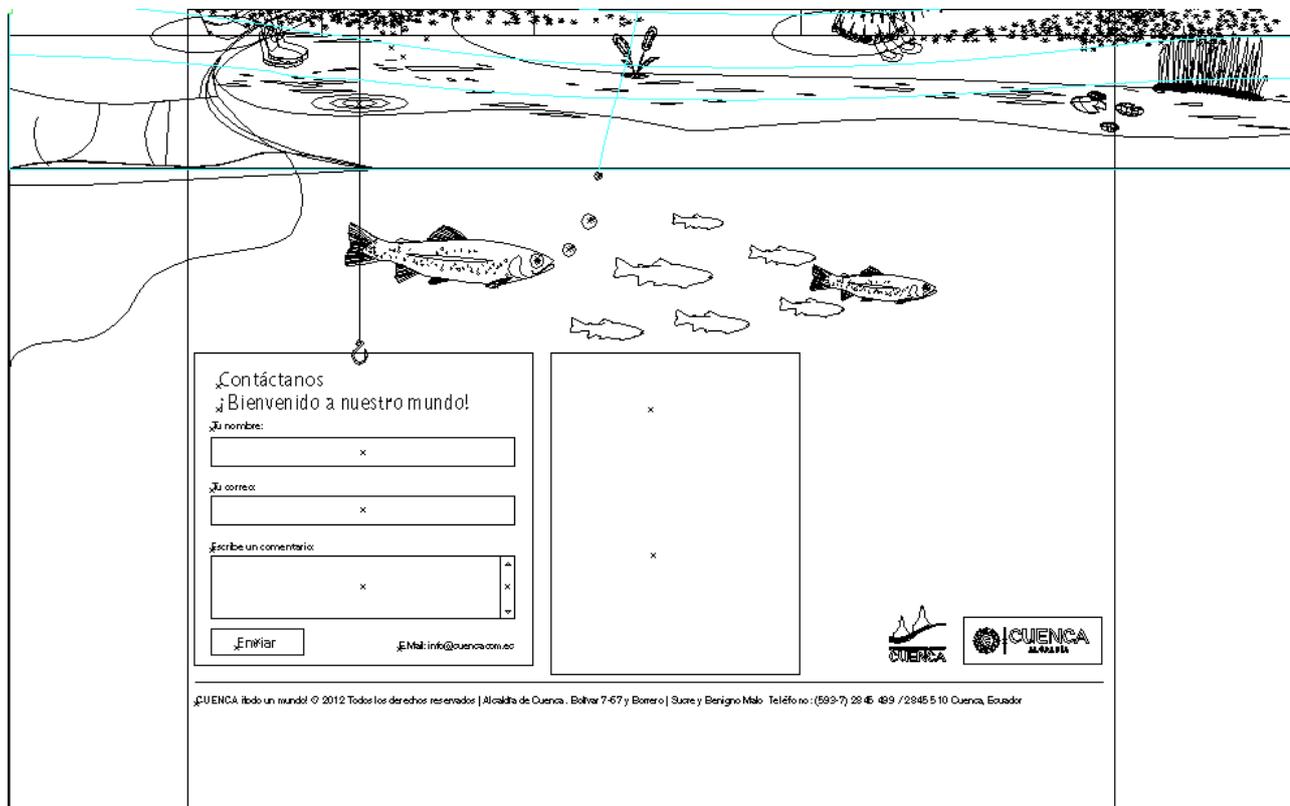


## Sección 4





## Sección 5



**Contáctanos**  
**¡Bienvenido a nuestro mundo!**

Tu nombre:

Tu correo:

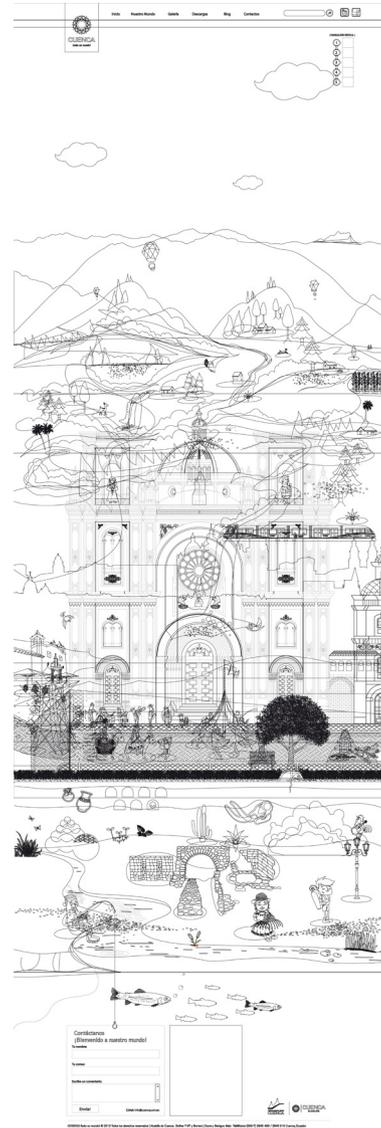
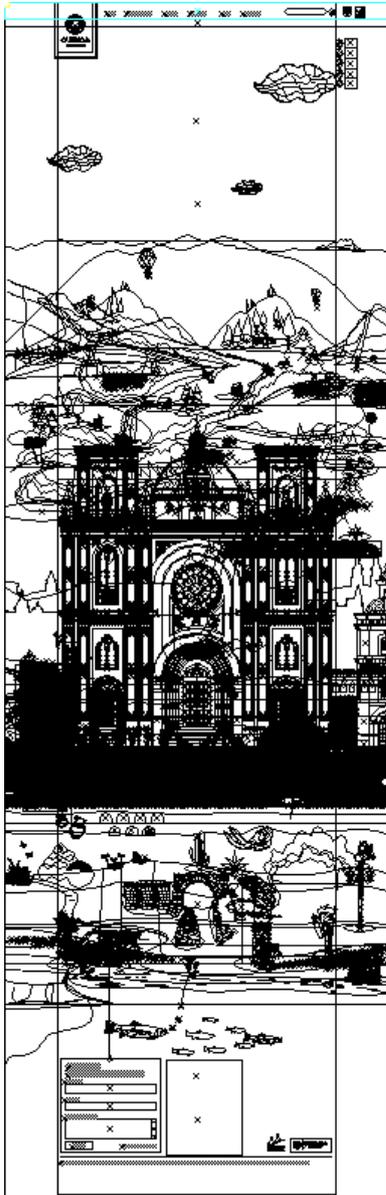
Escribe un comentario:

**Enviar** E-Mail: [info@cuenca.com.ec](mailto:info@cuenca.com.ec)

**Map**  
 Showing 9, zoom in for more (max 100)  
 Horam Manor Touring Park  
 Heathfield, East Sussex

**CUENCA**  
 ALCALDIA

CUENCA todo un mundo! © 2012 Todos los derechos reservados | Alcaldía de Cuenca - Bolívar 7-67 y Borrero | Sucre y Benigno Malo **Teléfono:** (593-7) 2845 499 / 2845 510 Cuenca, Ecuador

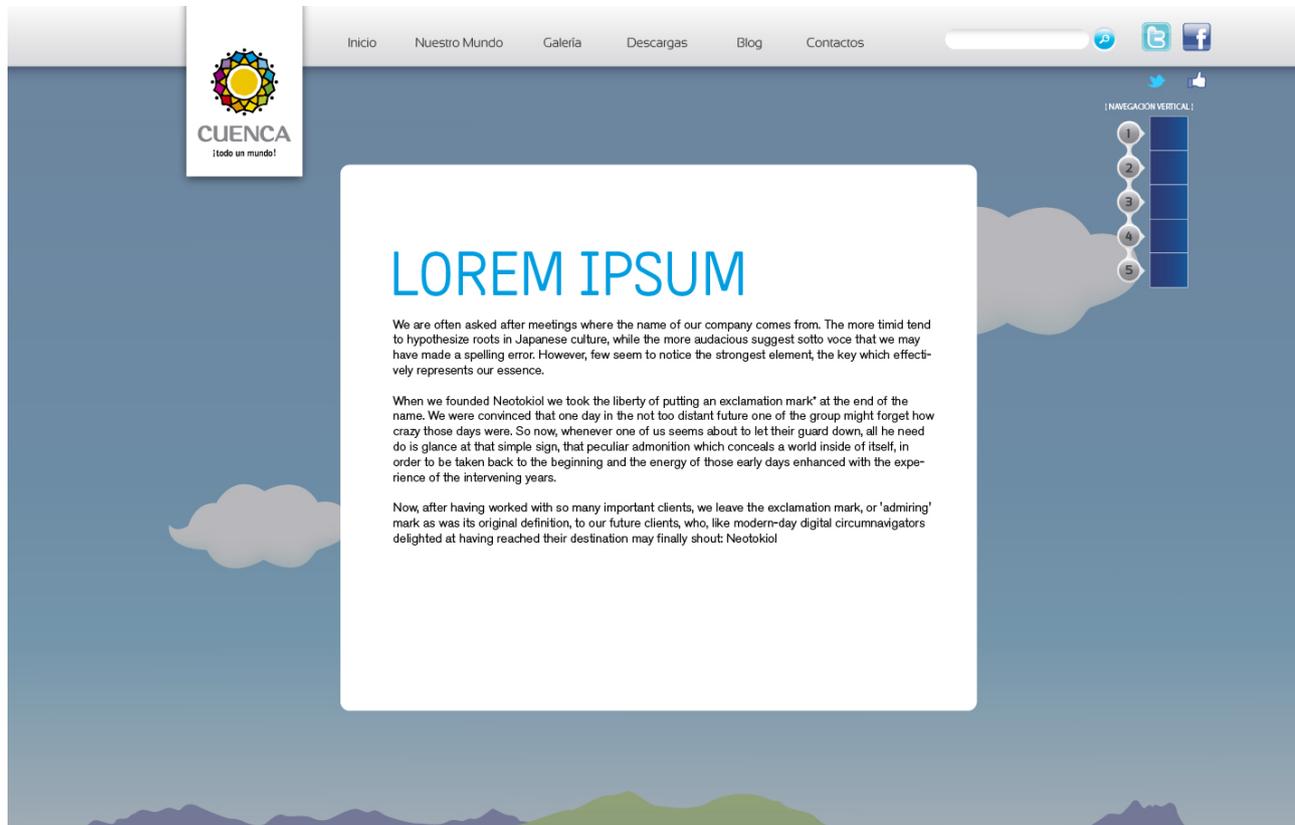


## Redibujo Digital



## Ventana (Pop Up)

La información se muestra en una ventana sobre la misma página de inicio para facilitar la navegación.



## 3.7 Desarrollo

Para la parte de programación hemos utilizado la tecnología Web 2.0 ya que esta nos permite compartir información, tener interoperabilidad, con un diseño centrado en el Usuario.

A continuación describimos las herramientas y lenguajes de programación que nos ayudaron a obtener los resultados esperados.

### Lenguajes de Programación

#### HTML5

(HyperText Markup Language, versión 5), es la quinta revisión importante del lenguaje básico HTML, en el cual podemos encontrar un conjunto de estándares para el diseño y desarrollo de páginas web, en este caso aplicado al sitio web de "Cuenca todo un mundo".

HTML5 nos permite una mayor interacción en nuestra página web y contenido multimedia (video, audio, entre otros) así como una mayor facilidad a la hora de codificar nuestro diseño.

Esta nueva versión contiene etiquetas que mejoran la experiencia del usuario, pudiendo agregar elementos de audio y video con mayor facilidad, además nos permite organizar contenidos utilizando menos código.

Por el lado del cliente, es más eficiente puesto que ocupa menos recursos en el computador, ya que para la reproducción de videos no requiere de flash o adobe player.

HTML5 es totalmente compatible con todas las versiones anteriores a HTML, por lo que su migración resulta totalmente sencilla y fiable.

#### CSS3

Las hojas de estilo en cascada (Cascading Style Sheets o CSS), nos permiten definir la manera de visualización de nuestras páginas web.

Esto nos ha facilitado la implementación en capas de la parte visual de nuestro sitio web para darle el estilo deseado.

El objetivo inicial de CSS, es separar el contenido de la forma. Sin embargo, el ofrecer un control total a los diseñadores sobre los elementos de la página ha sido más difícil de cubrir.

CSS3 es la nueva versión de CSS, en la cual incorpora nuevas etiquetas que nos permiten mejorar el diseño web evitando la utilización de imágenes, además nos permite hacer webs dinámicas, separando estilos y contenidos sin tener que recurrir a trucos de diseño o lenguajes de programación.

## JAVASCRIPT

Es un lenguaje de programación orientado a objetos y basado en prototipos.

Se utiliza principalmente al lado del cliente, implementado como parte de un navegador web permitiendo mejoras en la interfaz de usuarios y páginas web dinámicas, como en nuestro caso que nos permite incrementar el dinamismo de nuestro sitio web.

JavaScript se diseñó con una sintaxis similar al C, aunque adopta nombres y convenciones del lenguaje de programación Java. Sin embargo Java y JavaScript no están relacionados y tienen semánticas y propósitos diferentes.

Todos los navegadores modernos interpretan el código JavaScript integrado en las páginas web. Para interactuar con una página web se provee al lenguaje JavaScript de una implementación del Document Object Model (DOM).

Tradicionalmente se venía utilizando en páginas web HTML para realizar operaciones y únicamente en el marco de la aplicación cliente, sin acceso a funciones del servidor.

En nuestra propuesta lo hemos aplicado en varios elementos como lo es el men'u principal, los formularios, etc.

## JQUERY

Es una librería de JavaScript por medio de la cual podemos simplificar la manera de interactuar con HTML. Maneja de manera rápida y eficiente eventos, además podemos desarrollar animaciones, agregar interacción con AJAX.

Una de las potencialidades de Jquery es que es un software libre y de código abierto, por lo que su uso es permitido en proyectos libres y privados. Al igual que otras bibliotecas, ofrece una serie de funcionalidades basadas en JavaScript que de otra manera requerirían de mucho más código, es decir, con las funciones propias de esta biblioteca se logran grandes resultados en menos tiempo y espacio.

La librería jQuery en resumen nos aporta las siguientes ventajas:

- Nos ahorra muchas líneas de código.
- Nos hace transparente el soporte de nuestra aplicación para los navegadores principales.
- Nos provee de un mecanismo para la captura de eventos.
- Provee un conjunto de funciones para animar el contenido de la página en forma muy sencilla.
- Integra funcionalidades para trabajar con AJAX.

En nuestra propuesta hemos implementado varios elementos con jQuery, sobre todo en la parte de animación y movimiento en la interfaz, lo cual ha reforzado el concepto del sitio, el cual busca reflejar alegría y vida a través de sus elementos coloridos y dinámicos.

## PARALLAX

Parallax (hablando de videojuegos, sitios web y gráficos en computadora) es el efecto visual que se crea al desplazar varios planos de una composición a velocidades o intervalos distintos creando la sensación de profundidad. Es un recurso muy utilizado sobre todo en juegos de video, ya sea de plataformas tipo Playstation o Xbox hasta en juegos sencillos hechos en Flash para computadora o dispositivos móviles.

Últimamente Parallax se ha vuelto muy popular en el diseño de sitios, principalmente por el efecto 3D y la ilusión de profundidad que imprime al diseño, esto mediante varias opciones que pueden ser Flash, CSS3, HTML5, Javascript y/o jQuery.

Para nuestra aplicación hemos utilizado específicamente el Scrool Parallax que proviene del diseño de videojuegos. Se trata de un escenario compuesto por un fondo que permanece quieto y una serie de capas superpuestas que van moviéndose a distinta velocidad, produciendo una sensación de profundidad.

El resultado es un tipo de web muy espectacular, al no llevar flash, se puede ver desde un iPhone o iPad. No es un tipo de web diseñada para mucho contenido, por lo que por ahora se está utilizando para imagen corporativa de empresas o sobre todo para publicidad de nuevos productos.

Básicamente, se trata de una web contenida en una única página vertical. El paso entre secciones

puede hacerse bien por medio del scroll o a través del menú, con movimientos acelerados. La particularidad de estas webs es que al hacer scroll sobre ellas, accionamos sucesiones de imágenes que simulan movimiento, consiguiendo un espectacular efecto.

Este efecto, crea diferentes “capas” en la web. Puede ayudarnos a acentuar la sensación de movimiento y dinamismo, creando experiencias de navegación hasta ahora no vividas con las hasta ahora normalizadas páginas estáticas.

Utilizando la función de scroll del ratón o las flechas de dirección del teclado podremos visitar toda la página, donde las capas antes mencionadas se nos irán apareciendo a diferentes alturas y velocidades.

Además, este efecto nos permite aumentar notablemente las virtudes del HTML5 y el CSS3.

## PHP

PHP (acrónimo de PHP: Hypertext Preprocessor) es un lenguaje de código abierto muy popular especialmente adecuado para desarrollo web y que puede ser incrustado en HTML, diseñado originalmente para la creación de páginas web dinámicas. Se usa principalmente para la interpretación del lado del servidor (server-side scripting).

Aunque todo en su diseño está orientado a facilitar la creación de sitios webs, es posible crear aplicaciones con una interfaz gráfica para el usuario,

utilizando la extensión PHP-Qt o PHP GTK. Permite la conexión a diferentes tipos de servidores de bases de datos tales como MySQL, PostgreSQL, Oracle, ODBC, DB2, Microsoft SQL Server, Firebird y SQLite

PHP también tiene la capacidad de ser ejecutado en la mayoría de los sistemas operativos, tales como Unix (y de ese tipo, como Linux o Mac OS X) y Microsoft Windows, y puede interactuar con los servidores web más populares ya que existe en versión CGI, módulo para Apache, e ISAPI.

Lo que distingue a PHP de algo lado-cliente como Javascript, es que el código es ejecutado en el servidor, generando HTML y enviándolo al cliente. El cliente recibirá los resultados de ejecutar el script, sin ninguna posibilidad de determinar qué código ha producido el resultado recibido. El servidor web puede ser incluso configurado para que procese todos los archivos HTML con PHP y entonces no hay manera que los usuarios puedan saber que tenemos bajo la manga.

#### Herramienta de Programación Dreamweaver

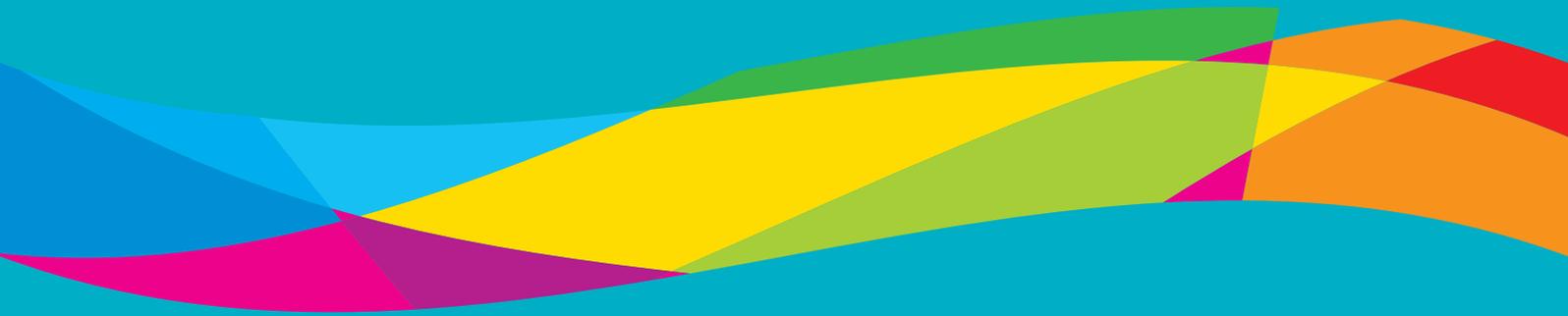
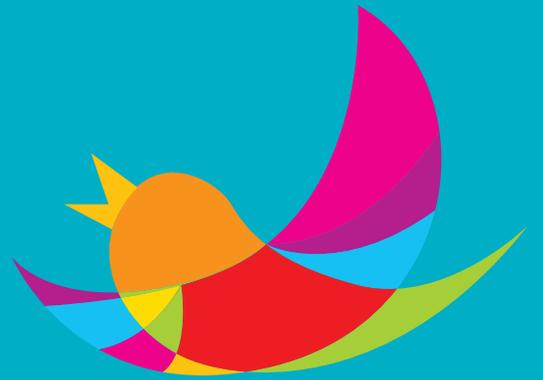
Es un Editor de HTML, o software de diseño web propiedad de la casa Adobe, el cual proporciona una interfaz visual intuitiva para la creación y edición de sitios web.

La gran ventaja de este editor sobre otros es su gran poder de ampliación y personalización del mismo, puesto que en este programa, sus rutinas (como la de insertar un hipervínculo, una imagen o añadir un comportamiento) están hechas en

Javascript-C, lo que le ofrece una gran flexibilidad en estas materias. Esto hace que los archivos del programa no sean instrucciones de C++ sino rutinas de Javascript que hace que sea un programa muy fluido, que todo ello hace, que programadores y editores web hagan extensiones para su programa y lo ponga a su gusto.

Dreamweaver permite al usuario utilizar la mayoría de los navegadores Web instalados en su ordenador para pre visualizar las páginas web. También dispone de herramientas de administración de sitios dirigidas a principiantes como, por ejemplo, la habilidad de encontrar y reemplazar líneas de texto y código por cualquier tipo de parámetro especificado, hasta el sitio web completo. El panel de comportamientos también permite crear JavaScript básico sin conocimientos de código.

# CONCLUSIONES





# Conclusiones

**E**l presente trabajo me ha permitido conocer la evolución de las interfaces web a través de los últimos años hasta la actualidad y las nuevas posibilidades y ventajas en cuanto a diseño web que llegaron de la mano de HTML5, el cual se va posicionando como el futuro de la web.

HTML5 facilita la navegación a los usuarios y la programación a los desarrolladores. Permitiendo implementar sin necesidad de pluggins ni intermediarios, de manera más sencilla y directa: video, tipografía, galerías de imágenes, transiciones, audio, etc. lo cual puede traducirse en una experiencia de usuario más completa y satisfactoria.

HTML5, CSS3 y JavaScript son estándares web abiertos, fiables y altamente seguros y eficientes compatibles con los diversos dispositivos utilizados masivamente en la actualidad, como móviles, tabletas, eBooks, netbooks, etc. Estos estándares web permiten a los diseñadores y desarrolladores web crear gráficos avanzados, y por ende la creación de interfaces más creativas y atractivas, que

permiten establecer una conexión efectiva entre el visitante del sitio y la Marca y por ende una comunicación más eficaz y estratégica.

Estas ventajas funcionales de una tecnología como HTML5 han permitido potenciar las virtudes de la Marca ciudad “Cuenca todo un mundo” en la web, a través del diseño de una interfaz innovadora que busca reforzar el concepto del sitio, basado en los valores de la marca OPTIMISMO, EFICIENCIA, UNION, TRADICION, CULTURA, MODERNIDAD, ALEGRIA, DIVERSIDAD, EQUIDAD, SOLIDARIDAD, SEGURIDAD, ORDEN.

Esto constituye la oportunidad de diferenciarnos en la web.

Para llegar a posicionar nuestra marca de manera efectiva en la mente de los visitantes del sitio, es preciso seguir un proceso lógico y concienzudo partiendo de la introspección y análisis de todos los aspectos que involucran a nuestra marca, siendo esta la base de la Imagen Corporativa, poste-

riormente debemos plantearnos de manera clara los objetivos y alcances de nuestro sitio, basados en la investigación previa de nuestro público objetivo.

Nuestro trabajo como Diseñadores Multimedia es lograr una reacción favorable en los usuarios al entrar en contacto con nuestra interfaz y poner a prueba su funcionamiento, el resultado final de la interfaz debe reflejar el proceso diseño llevado a cabo en cada una de sus instancias y debe haber contemplado los datos más relevantes de la investigación previa.

Para reforzar la imagen innovadora, dinámica y sobre todo poderosa de nuestro sitio es necesario un trabajo multidisciplinario en el cual se sincronicen la comunicación, el marketing, el diseño, la ingeniería en sistemas, entre otras ramas para lograr un diseño integral y generar una percepción de imagen global en la web.

El presente trabajo ha tomado en cuenta que nos encontramos frente a un gran fenómeno de globalización en el cual la información viaja de manera cada vez más veloz y existe una expansión y accesibilidad cada vez más grande del Internet a nivel

mundial, por lo tanto entre millones de sitios web homólogos y poco interesantes, se hace necesaria la implementación de un sitio innovador que toma en cuenta los últimos avances en la web como la aparición de HTML5, CSS3 y las recientes mejoras de Javascript por ejemplo. Ya que a la par del crecimiento de Internet, crece la exigencia de los usuarios, que buscan la calidad visual, funcional y de contenido.

En conclusión nuestra labor de Diseñadores Multimedia debe enfocarse en el usuario como eje principal y poner al servicio de el todos los conocimientos en el diseño, desarrollo y la implementación de las nuevas tecnologías que le permitan una experiencia de usuario más confortable y divertida, enmarcada dentro de los estándares de usabilidad y al mismo tiempo lograr posicionar en su mente de manera favorable nuestra marca CUENCA todo un mundo.

# BIBLIOGRAFÍA

- BOU, Louis. "Fly flyer fly". Monsa. Barcelona. 2006.
- LAMONACA, Vicente. "Catálogo Tipos Latinos 2010". Quito. 2010.
- CHAVES, Norberto. "Imagen Corporativa". Ediciones Gustavo Gili. Barcelona – España. Segunda Edición. 2003.
- CHIJIWA, Hideaki. "Combinar el Color; Guía Creativa para realizar 1662 combinaciones cromaticas". Ediciones BLUME. Barcelona – España. 1999.
- CORDERO I. Juan. "Signos de Identidad Cuencana". Gráficas Hernández. 2011.
- COBO, Cristóbal y PARDO, Hugo "Planeta Web 2.0, Inteligencia Colectiva o medios Fast Food", Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic.Flacso México. Barcelona / México DF. 2007.
- COSTA, Joan. "Imagen Global". Ediciones Ceac. Barcelona – España. 1987.
- FUMERO, Antonio y ROCA Genis. "Web 2.0". Oman Impresiones. 2007.
- HASSAN MONTERO, Yusef; MARTÍN FERNÁNDEZ, Francisco J. "La Experiencia del Usuario". En: No Solo Usabilidad, nº 4, 2005. [www.nosolousabilidad.com](http://www.nosolousabilidad.com).

- HELOU DESIGN. “Presentación: Marca ciudad - Cuenca todo un mundo”. 2010.
- JARAMILLO, Diego. “Cuenca Patrimonial”. 2010.
- MONTES, Hugo. “Guía para desarrollo de sitios web, Guía Web 2.0”. 2008.
- MURPHY, John; ROWE, Michael. “Como diseñar Marcas y Logotipos/Manuales de diseño”, Ediciones Gustavo Gili. Barcelona – España. 1989.
- NAVARRO, Borja. “Comunicación en la Web”, Madrid – España, 2003.
- NIELSEN, Jakob. Usability Engineering. Morgan Kauffman.1993.
- SAMARA, Timothy. “Los elementos del diseño” Manual de estilo para diseñadores gráficos, Editorial Gustavo Gili. Barcelona-España. 2009.
- VEGA, John Freddy; VAN DER HENST, Christian. “Guía HTML5. El presente de la web”. Maestros del web. 2011.
- WIEDEMANN, Ed. Julius. Illustration Now! Portraits. Taschen. Italia. 2011.

## PÁGINAS WEB

### Artículos de Internet:

- Sitio web: “City & Values”. Artículo: Cámara de Comercio de Bilbao. 2006.  
<<http://www.cityandvalues.com/wp-content/uploads/2006/05/Camara Comercio.pdf>>
- Sitio web: “Pingdom”. <<http://royal.pingdom.com>>. 2010
- Sitio web: “Cisco.com”. Artículo: “El trafico global de internet se multiplicara por cuatro entre 2010 y 2015”. 2011. <http://www.cisco.com/web/ES/about/press/2011/11-06-01-el-trafico-global-de-internet-se-multiplicara-por-cuatro-entre-2010-y-2015.html> Madrid, 1 de junio de 2011.

- Sitio web: "Evolución de la Web". 2011. <http://evoluciondelaweb.blogspot.com/>
- Sitio web: "Innovación educativa". Artículo: En poco más de un año la Web 2.0 morirá. Escrito por: Angel Fidalgo. Septiembre 2011. <http://innovacioneducativa.wordpress.com/2011/09/05/en-poco-mas-de-un-ano-la-web-2-0-morira/>
- Sitio web: "Internet Evolution.com". 2010. <http://www.internetevolution.com/cloud.asp>
- Sitio web: "Foro Alfa.org". Artículo: La Usabilidad ha muerto. ¡Que viva la usabilidad!. Escrito por: Iván Abadía. Agosto 2011. <<http://foroalfa.org/articulos/la-usabilidad-ha-muerto-que-viva-la-usabilidad>>
- Sitio web: "Buibee.com".2010. <<http://www.buibee.com>>
- Sitio web: "Ma.tt".2011. <<http://ma.tt>>
- Sitio web: "biolaedu.com".2011. <<http://www.biolaedu/undergrad/>>
- Sitio web: "Edge Point Church.com". 2010. <http://www.edgepointchurch.com>
- Sitio web: "Elysium Burns". 2012. <<http://www.elysiumburns.com>>
- Sitio web: "2achklein.com" 2011. <<http://www.2achklein.com>>
- Sitio web: "Digitalmash.com".2010. <<http://digitalmash.com>>
- Sitio web: "Downsign.deviantart.com" 2010. <<http://downsign.deviantart.com/art/Book-Store>>
- Sitio web: "Kpucu.deviantart.com"2010. <<http://Kpucu.deviantart.com/ast/Pastorant-Restaurant>>
- Sitio web: "Crowleywebb.com". 2011. <http://www.crowleywebb.com>
- Sitio web: "Digg.com". 2010. <http://digg.com>
- Sitio web: "Kylestanding.com". 2011. <http://www.kylestanding.com>

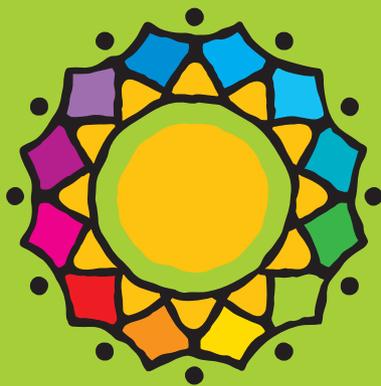
- Sitio web: "Old Loft.com". 2011. <http://oldloft.com>
- Sitio web: "dvirwaigh.com".2010. <http://dvirwaigh.com>
- Sitio web: "level 2D.com". 2011. <http://www.level2d.com/home.html>
- Sitio web: "Alessandro Cavallo.de".2010. <http://www.alessandro-cavallo.de>
- Sitio web: "bmivoyager.com". 2010. <http://www.bmivoyager.com>
- Sitio web: "Master New Media.org". Artículo: Diseño De Interfaz: Usabilidad E Innovación Visual Como Factores Claves Para El Exito Futuro - Diseño De Interfaz Y Navegación. 2006. <[http://www.masternew-media.org/es/2006/08/01/disenio\\_de\\_interfaz\\_usabilidad\\_e.htm](http://www.masternew-media.org/es/2006/08/01/disenio_de_interfaz_usabilidad_e.htm)>
- Sitio web: "Webcredible.com". Artículo: Innovative user interface design". Escrito por: Tim Fidgeon. Julio 2006. <http://webcredible.co.uk>
- Sitio web: "Team Interactive.com" Artículo: Mitos del Scroll en la web. Escrito por Ignacio Barral. Agosto 2010. <http://team-interactive.com/articulos/mitos-del-scroll-en-la-web/>
- Sitio web: "Arsys.info". Artículo: HTML5. Escrito por: Ian Hickson y David Hyatt. Octubre de 2009. <http://arsys.info/category/disenio/web/page/4>
- Sitio web: "Arsys.info". Artículo: «HTML5: el nuevo estándar básico del web» (en español). Jorge Franganillo. Septiembre de 2010. < <http://www.arsys.info/general/todo-lo-que-tienes-que-saber-sobre-html-5>>
- Sitio web: "Damián de Luca.com.ar". Artículo: HTML5: Las ventajas de usar este nuevo estándar. Escrito por: Damián de Luca. Mayo 2010. <<http://www.damiandeluca.com.ar/html5-las-ventajas-de-utilizar-este-nuevo-estandar>>
- Sitio web: "Genbeta.com". Artículo: Comparando el rendimiento de HTML5 y Flash. Escrito por: Salva Castro. Marzo 2010. <http://www.genbeta.com/multimedia/comparando-el-rendimiento-de-html5-y-flash>

- Sitio web: "Apple.com". Artículo: HTML5 (Apple). Junio 2010. <<http://www.apple.com/html5/>>
- Sitio web: "Wordpress.com". 2010. <<http://es.wordpress.org>>
- Sitio web: "PHP.net".2012. <<http://www.php.net/manual/es/intro-what-is.php>>
- Sitio web: "Desarrollo web.com". Artículo: Manual de CSS, Hojas de Estilo. Escrito por: Álvarez Miguel. 2001.<<http://www.desarrolloweb/manuales/maquetacion/css.html>>
- Sitio web: "Maestros del Web". Artículo: Que es Javascript?. Escrito por: Damián Pérez Valdés.2007. <<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/%C2%BFque-es-javascript>>
- Sitio web: "Meomi.com".2011. <<http://www.meomi.com/>>
- Sitio web: "Nike Better World"2011. <<http://www.nikebetterworld.com>>
- Sitio web: "Turismo Madrid". 2010. <http://www.turismomadrid.es/>



# ANEXOS

(Ver Manual adjunto)



# CUENCA

¡todo un mundo!

