

DISEÑO DE SITIOS WEB DE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Sandra Isabel Arango Vásquez

Universidad de Medellín

e-mail sarango@udem.edu.co

Resumen

Esta ponencia **DISEÑO DE SITIOS WEB DE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR**, pretende hacer un análisis del diseño de los sitios web de instituciones de educación superior, donde sustentaremos que *el diseño de los sitios debería obedecer a unos criterios conceptuales del diseño donde intervengan la imagen, el color, los contenidos, los hipervínculos, entre otros; todos centrados en cumplir los objetivos del sitio, las necesidades de los usuarios y la intención comunicativa*. Para argumentar esta posición lo haremos a la luz de los resultados parciales de la investigación que adelanto “los sitios web de instituciones de educación superior como apoyo en los procesos comunicacionales”, con la coinvestigadora Angélica Ricaurte Avendaño (docente del programa de Comunicación Gráfica Publicitaria) y los auxiliares de Investigación Ana Mercedes Ledesma, Mariluz Donado, Juan Esteban Ramírez, Juan Camilo Hernández y John Alex Gil (estudiantes del mismo programa del 5, 6 y 7 semestre). Esta investigación es financiada por la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Medellín.

En la investigación se han utilizado diferentes técnicas de recolección de información; una de ellas es la observación de los sitios web de siete (7) universidades de la ciudad de Medellín-Colombia, (Universidad de Antioquia, Universidad Cooperativa de Colombia, Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Fundación Universitaria Luis Amigó, Universidad Eafit, Universidad Pontificia Bolivariana y Universidad de Medellín), en los que se analizaron los siguientes aspectos: tamaños y tipos de fuentes, calidad de las imágenes, velocidad del tiempo de respuesta, colores, hipervínculos, los servicios que ofrece, el mapa del sitio. Otra técnica de recolección de información fue la encuesta, que se aplicó a ochocientos (800) estudiantes matriculados en el segundo semestre de 2004, quienes son usuarios de los sitios en estas siete universidades; se les preguntó por los siguientes aspectos: servicios, calidad de la información, aportes del sitio en su proceso formativo, utilidad de la información, diseño del sitio, calidad de las imágenes, velocidad de respuesta, entre otros

El análisis de los sitios y las encuestas se agruparon en dos categorías: Diseño de contenidos y diseño del sitio. Estas dos (2) categorías están siendo discutidas a luz de los referentes teóricos adoptados para la investigación y sobre ellas desarrollaré la ponencia.

Palabras claves

Diseño gráfico, hipertextos, imagen, color y usabilidad en sitios web

Introducción

Para nadie es un secreto que Internet se ha convertido en un medio de información y comunicación que utiliza un alto porcentaje de los académicos o investigadores, fenómeno del cual no se han sustraído las instituciones educativas, especialmente las de educación superior, que cada vez recurren más a la red para diferentes propósitos, como: estrategias de mercadeo

y comunicación, integración de comunidades académicas virtuales, discusión de temas, conformación de grupos de investigación interdisciplinarios e internacionales, contacto permanente con los estudiantes, entre otras. Pero, ¿se han logrado los objetivos?, ¿la información requerida por el usuario es encontrada fácilmente?, ¿el diseño del sitio cautiva al usuario?, ¿se ha evaluado el sitio? ¿el sitio es interactivo? ¿se puede hablar de un proceso de comunicación en el sitio web?

Los sitios web de las instituciones de educación superior como un medio de comunicación interactivo en el que se integran comunicación, diseño y tecnología deben ser más que una serie de páginas interconectadas, en realidad representan un proyecto que incorpora: lo que se quiere comunicar (información e imagen corporativa), a quién (usuarios y estudiantes), de qué forma (diseño y estrategias de comunicación) y qué tipo de herramientas informáticas se utilizan (software y plataforma).

Si bien sobre las herramientas informáticas son muchos los artículos o libros dedicados al diseño de sitios web, la gran mayoría de estos sólo presentan de forma detallada la manera de utilizar el software de diseño, pero carecen de una conceptualización y aplicación teórica de los elementos que constituyen el sitio: imágenes, textos, símbolos, significados; y es ahí donde podemos afirmar que la tendencia es más desde la moda que desde la teoría. Sobre este aspecto, (Costa, mayo 23) sostuvo que existe un vacío, una ausencia de críticos de diseño lo que conlleva a que muchos diseñadores recojan al azar elementos de moda, sin tener claro que el diseño maneja información para los ojos, para el cerebro.

Precisiones importantes

1. El diseño gráfico lo definimos como el proceso de organizar una serie de elementos para producir objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados. La función principal del diseño gráfico será entonces transmitir una información de forma clara y directa, determinada por medio de composiciones gráficas que den forma al mensaje y lo hagan fácilmente entendible al público destinatario a través de diferentes soportes.
2. La comunicación como el proceso de interacciones y transacciones simbólicas.
3. Sitio web lo denominaremos como el conjunto de páginas web enlazadas, que tienen una intención comunicativa.
4. Página web entendida como un documento multimedia que puede llevar incorporado textos, imágenes, sonido y animaciones, entre otras, escrito en un lenguaje especial para Internet como: *html, asp, php, jsp*.

CATEGORÍA: DISEÑO DE CONTENIDOS

Los usuarios de los sitios web de instituciones de educación superior más que detenerse en el diseño visual del sitio buscan contenidos en lo atinente a: procesos académicos, planes de formación, investigación, publicaciones de los docentes, calificaciones, entre otras. De los ochocientos (800) estudiantes encuestados, un 95% centra su atención en los contenidos del sitio; es aquí donde cobra vigencia el estudio realizado en el 2000 por el Poynter Institute y la Universidad de Stanford quienes aplicaron una prueba llamada Eyetrack, que consistió en seguir el movimiento de los ojos de los usuarios cuando visitan un sitio de noticia. Una de las conclusiones que arrojó el estudio es que los usuarios del sitio de noticias tienden a mirar primero y más intensamente el texto, primero miran los títulos y luego los sumarios de las páginas. El 78% miró primero los textos y el 22% hizo lo propio con las imágenes.

Uno de los referentes teóricos que tenemos presentes en la investigación es (Nielsen, 2000:97) quien afirma, “la simplicidad debería ser el fin del diseño de páginas. Los usuarios no suelen ir a un sitio para disfrutar el diseño, prefieren centrarse en el contenido, también es importante asegurar que los diseños de las páginas funcionan en una amplia gama de plataformas y de ellas puede acceder gente que todavía utiliza tecnología antigua”.

Sí los usuarios de sitios web de educación superior centran su atención en los contenidos, miremos cuales son los aspectos mas relevantes a la hora de diseñarlos. En primer lugar, analizaremos como leen los usuarios de los sitios; nos atrevemos a decir que los usuarios no leen de la misma forma secuencial que cuando leen un libro, un artículo o un periódico, ellos centran su atención en la búsqueda de información por lo que no dedican mucho tiempo a la lectura minuciosa de todo el contenido; esta apreciación la corrobora el estudio realizado por Jakob Nielsen y John Morkes, quienes encontraron que el 79% de los usuarios siempre hojeaban las páginas nuevas. Otra de las características de la lectura de los usuarios en la web es que centran su atención en los títulos de la información; de otro lado, varios estudios muestran que cuando se lee en pantalla el usuario es un 25% más lento con relación a los textos impresos.

En segundo lugar, analizaremos la información publicada en los sitios web de instituciones de educación superior; uno de los aspectos que llama la atención en la investigación que adelantamos es que un porcentaje significativo de los usuarios no confían en la información publicada en el sitio, porque al formularse la pregunta ¿La información publicada en el sitio Web de su Universidad es confiable? de los 800 encuestados un el 73% respondió que *Sí*, el 18% que *No*, y el 9% *no saben o no responden*. Nos inquieta ese 18% ya que consideramos que los sitios web de instituciones de educación superior deberían generar información que sus usuarios consideren confiable, lo que implica que los administradores del sitio actualicen constantemente la información de las dependencias, facultades, escuelas, estudiantes, profesores, planes de formación, eventos culturales, académicos y deportivos, entre otros.

En tercer lugar, analizaremos los hipervínculos de la página de inicio de los siete sitios de las universidades. Un hipervínculo es un enlace, normalmente entre dos páginas web de un mismo sitio, pero un enlace también puede apuntar a una página de otro sitio web, a un fichero, a una imagen, entre otras. El usuario puede saber a donde se dirige mirando la *barra de estado del navegador* cuando el puntero del mouse esté sobre el hipervínculo; uno de los problemas de los sitios web de instituciones de educación superior es que la página de inicio tiene muchos enlaces representados con textos, iconos o imágenes que no orientan a los usuarios para que obtengan rápidamente la información, es el caso particular de 2 de los 7 sitios. Otro problema que detectamos en otros 2 sitios es que los hipervínculos representados con iconos requieren de textos adicionales para ser identificados.

Para saber la cantidad de los hipervínculos en la *página de inicio* de los 7 sitios objeto de la muestra procedimos a contarlos, verificamos los hipervínculos para saber cuales de ellos no funcionaban y tabulamos la información, obteniendo los siguientes datos. Vale la pena aclarar que estos datos se analizaron entre febrero y marzo de 2005.

Universidad	Hipervínculos de la página inicial	No funcionan
Universidad Pontificia Bolivariana www.upb.edu.co	134	5
Universidad de Medellín www.udem.edu.co	125	10
Fundación Universitaria Luis Amigó www.funlam.edu.co	64	0
Universidad de Antioquia www.udea.edu.co	63	3
Universidad Eafit www.eafit.edu.co	62	0
Universidad Cooperativa de Colombia www.ucc.edu.co	61	7
Politécnico Jaime Isaza Cadavid www.politecnicojic.edu.co	44	2

Recomendaciones para el diseño de contenidos

Teniendo en cuenta los estudios realizados en la temática, la investigación que adelantamos y los referentes teóricos utilizados, nos atrevemos a sugerir las siguientes recomendaciones para que se tengan presente al diseñar contenidos para la web:

- Las fuentes deben ser legibles, por lo que recomendamos utilizar la familia fuentes *palo seco* para que se puedan leer fácilmente en pantalla.
- Los títulos directos y simples deben destacarse con negrita, utilizando un tamaño de fuente entre 13 y 18 puntos.

- Los contenidos deben iniciarse con la información más relevante; si la información es muy extensa debe dividirse el texto en diferentes páginas, de modo que ofrezca varios niveles de lectura; el tamaño de la fuente debe estar entre 11 y 12 puntos.
- La información debe ser jerarquizada, utilizar máximo 3 niveles de los títulos y subtítulos.
- Los textos deben escribirse en un lenguaje sencillo y culto, sin olvidar revisar la ortografía.
- Los documentos deben tener la fecha de creación y los datos del autor, para generar confianza en la información publicada en el sitio.
- El objetivo de los hipertextos es ayudar al usuario a predecir a donde puede ser llevado.
- Deben elegirse palabras claras y coherentes con la información que mostrará el hipervínculo.
- Para mejorar la usabilidad, no se debe cambiar el color habitual de los hipervínculos, el azul subrayado para los hipervínculos que no han sido visitados y morado para los que ya se han visitados.
- Revisión periódica de los enlaces para evitar el limbo informático.
- Debe conservar la posición del menú y su diseño para permitir una adecuada navegación.

CATEGORÍA: DISEÑO DE SITIOS WEB

A la hora de diseñar un sitio web para una institución de educación superior deben estar claramente definidos los siguientes aspectos: los objetivos del sitio, los usuarios, la información, el material de apoyo y el grupo interdisciplinario. Para el diseño es importante analizar la composición y el tamaño de las imágenes y la teoría del color.

La imagen

Veamos algunas definiciones de imagen. El diccionario de la real academia de la lengua española define la imagen como figura, representación, semejanza y apariencia de algo. Desde el punto de vista de la óptica, es el fenómeno físico que resulta del procesamiento que el ojo humano hace de las ondas de luz, es lo que produce la información llamada imagen, según esto, la imagen se produce cuando la luz llega al ojo como información y mediante la sucesión de una operación óptica, química y nerviosa, la que es procesada por el cerebro. Desde la etimología de la palabra, viene del latín *imago*, que se traduce como magia.

A la hora de publicar una imagen de calidad en una página web, se deben tener presentes varias características: el color, el contraste, el brillo, la nitidez, entre otras, las que unidas a una imagen bien seleccionada, correctamente situada en la página y con una intención comunicativa lograría captar la atención del usuario. Contrario a lo anterior estaría la gran mayoría de imágenes publicadas en los sitios web de las instituciones de educación superior, ya que los usuarios de los sitios perciben las imágenes como objetos independientes y sin una

intención de comunicar, y expresan claramente que las imágenes son un adorno o relleno de la página, esta apreciación la corroboramos con las respuestas de los usuarios.

El proceso de percepción es estructurante, el universo exterior no está estructurado en sí mismo, es el ojo humano el que lo estructura, lo organiza y le impone un orden y un sentido al percibirlo y pensar sobre él, distinguiendo entre forma y contexto y entre figura y fondo. Todo en el mundo de la imagen se presenta en un contexto determinado.

Con relación a lo anterior el teórico, (Zunzunegui. 1995) opina “de lo que se trata es de generar una competencia operativa dirigida a la lectura de las imágenes (...) y hacia la producción de un saber en torno a la imagen capaz de permitir la edificación de una competencia espectral, susceptible de superar la falacia naturalista de las imágenes”.

Cuando realizamos el análisis de los 7 sitios de las universidades objeto de nuestra investigación encontramos que todos los sitios en su página de inicio contienen imágenes, iconos o símbolos, pero ¿qué comunica?, ¿cuál es la función de la imagen?, al preguntarles a los 800 usuarios sobre la imagen que se utiliza en los sitios web de sus instituciones de educación superior, éstas fueron las respuestas que obtuvimos: ¿La página inicial (Home) del sitio utiliza imágenes? *Sí un 93%, No 7%*; ¿La calidad de las imágenes utilizadas en el sitio es? *Excelente 17%, Buena 47% Regular 19%, Deficiente 7%, Muy deficiente 3%, No responden 7%*; ¿Cuál cree usted que es la función de las imágenes en el sitio Web de su Universidad? *Adornar la página 75%, Animar el sitio 5%, Reforzar el texto 5%, Llenar espacio 15%*; ¿La ubicación de los iconos o los símbolos en la página inicial? *Excelente 19%, Buena 40%, Regular 17%, Deficiente 13%, Muy deficiente 2%, No responden 8%*.

El color

Los colores son sensaciones que permiten al hombre capturar una idea de la realidad a partir de las características, sentimientos, cualidades, por ello los colores se van integrando dentro de la cultura como parte de los códigos de comunicación entre el hombre y el entorno posibilitando crear puentes entre ellos.

En la actualidad el ritmo acelerado con que avanza la tecnología ha llevado al ser humano a salirse de los espacios tradicionales para explorar y crear nuevos entornos de comunicación que proyectan sus ideas; es allí donde el color encuentra un nuevo lugar para utilizar su poder comunicativo. La utilización del color en los sitios web requiere de gran atención ya que éste tiene la capacidad de resaltar la información más relevante, pero no se puede utilizar cualquier color sin criterios de comunicación. Uno de los errores más comunes es el abuso del color en una misma pantalla, debido a que el usuario se preocupa más por adaptar su visión a los cambios de color que al contenido.

La correcta utilización del color en las páginas de los sitios web de instituciones de educación superior es una ventaja que se debería tener presente, pues al hacerlo se lograría comunicar los contenidos de una manera más persuasiva y agradable, sin olvidar la gran influencia que tiene el color en la comunicación eficaz y en el diseño gráfico. Un sitio web diseñado con colores adecuados produce un efecto de armonía, siendo menos susceptible de crear un efecto negativo en la percepción visual en los usuarios.

Cuando les preguntamos a los 800 usuarios de los sitios web de instituciones educación superior por el color estas fueron las respuestas que obtuvimos: ¿Los colores utilizados en la página inicial son? *Excelente 21%, Buena 37%, Regular 29%, Deficiente 4%, Muy deficiente 4%, No responden 5%*. Los usuarios recomiendan, en el caso particular del sitio de una de estas universidades, que el color de fondo de la página inicial sea cambiado ya que les produce cansancio.

Recomendaciones para el diseño de sitios web

- El sitio debe tener coherencia visual entre todos los iconos, el fondo y las barras de navegación.
- El diseño de los sitios web de las instituciones de educación superior deben ser pensados con la intención de mejorar la calidad de sus contenidos; así mismos las imágenes deben tener una intención de comunicar.
- El peso de cada página para un sitio web debe ser máximo de 100 kilobytes.
- Deben utilizarse formatos que permitan comprimir las imágenes como el *jpeg* y *gif*, antes de convertirlas a estos formatos se debe tener cuidado de que no se pierdan sus propiedades de brillo, nitidez y color

Conclusiones

El diseño de los sitios web de las instituciones de educación superior requiere de la participación de un grupo interdisciplinario que incorpore sus conocimientos en la creación del sitio; que cumplan con eficiencia los objetivos para los cuales son creados y que además la visita permanente de sus usuarios.

Un porcentaje significativo de los usuarios de los sitios web de las instituciones de educación superior no se encuentran satisfechos con aspectos como: el color de fondo de algunas páginas de inicio, velocidad de respuesta de los enlaces, información desactualizada, enlaces que no funcionan, los servicios que se ofrecen en línea no funcionan, la dificultad para leer los textos por el tamaño de la fuente.

Lo anterior nos permite afirmar que el, *diseño de los sitios debería obedecer a unos criterios conceptuales del diseño donde intervengan la imagen, el color, los contenidos, los hipervínculos, entre otros; todos centrados en cumplir los objetivos del sitio, las necesidades de los usuarios y la intención comunicativa.*

Bibliografía

Arfuch, L, Chaves, N & Ledesma, M (1997). Diseño y comunicación (1ª ed). México: Paidós.

Bruce, Goldstein (1999). "Sensación y percepción" (5ª ed). México: Thomson.

Costa, Joan (2003). Diseñar para los ojos (1ª ed). Bolivia: grupo desing

Costa, Joan (2003, mayo). La Comunicación en Acción. Ponencia presentada en el II encuentro Iberoamericano de Comunicación Estratégica, celebrado en la Universidad de Medellín, Medellín, Colombia.

Kahn, P. & Krzysztof, L. Mapas de web. Madrid: McGraw Hill

Nielsen, Jakob (2000). Usabilidad Diseño de sitios Web. Madrid: Prentice Hall.

Ortiz, Gustavo (2001). Técnicas de ilustración vectorial. Colombia: Prentice Hall.

San Martín, Patricia (2003). Hipertexto, seis propuestas para este milenio. Argentina: la crujía.

Satué, Enric (1994). Diseñador, profesiones con futuro. Barcelona: Grijalbo.

Serrano, Sebastián (1992). La semiótica una introducción a la teoría de los signos. Montesinos.

Zunzunegui, Santos (1995). Pensar la Imagen. Madrid: Editorial Cátedra S.A.,.