

**ESTUDIO DE USABILIDAD DE SITIOS WEB
EDUCATIVOS DEL ÁMBITO JURÍDICO**

TATIANA V. ORTEGA GALVIS



UNIVERSIDAD DE LA SABANA

FACULTAD DE INGENIERÍA

Bogotá D.C.

2012

**ESTUDIO DE USABILIDAD DE SITIOS WEB
EDUCATIVOS DEL ÁMBITO JURÍDICO**

AUTOR

TATIANA V. ORTEGA GALVIS

**Trabajo de grado para obtener el título de Ingeniera
Informática**

ASESOR

FREDDY PEREZ



UNIVERSIDAD DE LA SABANA

FACULTAD DE INGENIERÍA

Bogotá D.C.

2012

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del presidente del jurado

Bogotá Enero de 2012

CONTENIDO

1.	INFORMACIÓN GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	12
2.	DESCRIPCION DEL PROBLEMA.....	13
3.	PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	15
3.1	ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	15
3.2	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
4.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	16
4.1	OBJETIVO GENERAL.....	16
4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
5.	HIPOTESIS	17
6.	JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	18
6.1	DELIMITACIÓN Y SUPUESTOS	19
6.2	MARCO DE REFERENCIA.....	19
6.3	MARCO TEÓRICO	20
6.3.1	USABILIDAD	20
6.3.1.1	ATRIBUTOS DE LA USABILIDAD.....	21
6.3.1.2	RAZONES POR LA CUALES UN SISTEMA TIENE UN BAJO GRADO DE USABILIDAD .	22
6.3.1.3	MÉTODOS EXISTENTES PARA EVALUAR LA USABILIDAD	23
6.3.1.4	PRINCIPIOS DE LA USABILIDAD DE NIELSEN.....	24
6.3.2	WEB 2.0.....	25
6.3.3	TEORÍA DEL COLOR	25
6.3.3.1	CÍRCULO CROMÁTICO	26
6.3.3.1.1	COLORES CÁLIDOS Y FRÍOS.....	26

6.3.3.1.2	COLORES COMPLEMENTARIOS.....	27
6.3.3.1.3	ARMONÍA CROMÁTICA	27
6.3.4	EFFECTOS DEL COLOR.....	27
6.3.4.1.1	DINÁMICA DEL COLOR	28
6.3.4.1.2	SIMBOLISMO DE LOS COLORES	28
7.	METODOLOGÍA Y TIPO DE ESTUDIO REALIZADO	29
7.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN	29
7.2	UNIVERSO.....	30
7.3	POBLACIÓN OBJETIVO.....	30
7.3.1	MUESTRA.....	30
7.3.2	UNIDADES DE ANÁLISIS O DE INVESTIGACIÓN	31
7.3.3	FUENTES Y MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	31
7.3.3.1	FUENTES SECUNDARIAS:	32
7.3.3.2	FUENTES PRIMARIAS:	32
7.3.4	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	32
7.3.4.1	FASE 1:	32
7.3.4.2	FASE 2	33
7.3.4.3	FASE 3	33
7.3.5	VARIABLES.....	33
7.3.5.1	VARIABLES CUALITATIVAS:.....	34
7.3.5.2	VARIABLES CUANTITATIVAS:.....	34
8.	RESULTADOS	35
9.	DISEÑO DEL MODELO.....	73
9.1.	Aspecto físico	75

9.1.1.	Paleta de colores	75
9.1.2.	Letra	76
9.1.3.	Tipo de letra	78
9.1.4.	Tamaño de letra	78
9.1.5.	Color de Letra	79
9.1.6.	Párrafos	81
9.1.7.	Íconos	82
9.1.8.	Logo y Slogan	82
9.2.	Aspecto Estructural	83
9.2.1.	Nombre de los menús	84
9.2.2.	Menú Principal	84
9.2.7.	Chat	91
9.2.8.	Publicación de artículos	92
9.2.9.	Login	93
9.3.	Aspecto del Contenido	93
9.3.1.	Fecha de publicación	94
9.3.2.	Nombre del autor	94
9.3.3.	Referencia de la información	94
10.	CONCLUSIONES	96
11.	RECOMENDACIONES	101
12.	BIBLIOGRAFÍA.....	102
13.	ANEXOS.....	104

LISTA DE TABLAS

Tabla 01: Pregunta No. 12.....	49
Tabla 02: Pregunta No. 13.....	50
Tabla 03: Pregunta No. 13.....	51
Tabla 04: Pregunta No. 13.....	52
Tabla 05: Pregunta No. 14.....	53
Tabla 06: Pregunta No. 14.....	54
Tabla 07: Pregunta No. 16.....	57
Tabla 08: Pregunta No. 16.....	58

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Círculo cromático de Newton.....	26
Figura 2. Diagramación de la página.....	88

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfica 01: Pregunta No. 01.....	38
Gráfica 02: Pregunta No. 02.....	39
Gráfica 03: Pregunta No. 03.....	40
Gráfica 04: Pregunta No. 04.....	41
Gráfica 05: Pregunta No. 05.....	42
Gráfica 06: Pregunta No. 06.....	43
Gráfica 07: Pregunta No. 07.....	44
Gráfica 08: Pregunta No. 08.....	45
Gráfica 09: Pregunta No. 09.....	46
Gráfica 10: Pregunta No. 10.....	47
Gráfica 11: Pregunta No. 11.....	48
Gráfica 12: Pregunta No. 12.....	49
Gráfica 13: Pregunta No. 12.....	50
Gráfica 14: Pregunta No. 13.....	51
Gráfica 15: Pregunta No. 13.....	52
Gráfica 16: Pregunta No. 14.....	53
Gráfica 17: Pregunta No. 14.....	54
Gráfica 18: Pregunta No. 15.....	55
Gráfica 19: Pregunta No. 15.....	56
Gráfica 20: Pregunta No. 16.....	57
Gráfica 21: Pregunta No. 16.....	58
Gráfica 22: Pregunta No. 17.....	59

Gráfica 23: Pregunta No. 18	60
Gráfica 24: Pregunta No. 19	61
Gráfica 25: Pregunta No. 20	62
Gráfica 26: Pregunta No. 21	63
Gráfica 27: Pregunta No. 22	64
Gráfica 28: Pregunta No. 23	65
Gráfica 29: Pregunta No. 24	66
Gráfica 30: Pregunta No. 25	67
Gráfica 31: Pregunta No. 26	68
Gráfica 32: Pregunta No. 27	69

LISTA DE ANEXOS

Anexo A.....	103
Anexo B.....	111
Anexo C.....	147

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

Título de la propuesta: Estudio de Usabilidad de Sitios Web Educativos del
Ámbito Jurídico.

Estudiante: Tatiana V. Ortega Galvis

Director del proyecto: Freddy Pérez

-Ingeniero de Sistemas de la Universidad autónoma de Colombia, con

-Maestría en Ingeniería de Sistemas de la Universidad Nacional.

-Experiencia en Docencia en la Universidad Piloto de Colombia en:

Ingeniería de Software, Inteligencia Artificial, Desarrollo de Software.

Celular: 3157971906

Lugar de ejecución: Bogotá D.C

Duración del proyecto: 3 Meses

Área de conocimiento: Desarrollo y Diseño Web

Palabras clave: Usabilidad, Teoría del Color, W3, jurisprudencia, Sitios Web

2. DESCRIPCION DEL PROBLEMA

Existe en Colombia, un grupo llamado "consultorios socio-jurídicos" (un grupo nacional que reúne todos los semilleros de jurisprudencia de las Universidades del país y en el que participa la Universidad de la Sabana). Este grupo, busca fomentar el interés y la participación de los jóvenes estudiantes en la vida socio-jurídica de Colombia, mediante planteamientos de propuestas, participación en las ideas activas de la jurisprudencia, entre otras. Para lograr todo esto previamente plasmado, y teniendo en cuenta que dicho grupo contiene miembros ubicados en diversas universidades a lo largo y ancho del país, es necesario buscar una herramienta de comunicación mediante la cual haya trazabilidad de la información y permita mantener el contacto directo entre ellos. Actualmente, cuentan con una página, que como se mencionaba anteriormente, es un sitio de texto plano, que no brinda muchas opciones de contacto, ni estimula al usuario a contactar, dificultando en gran medida la interacción que este puede tener con el sitio.

Es debido a la alta importancia de sitios como este, que se busca realizar un estudio sólido de usabilidad en la cámara de Gessel (habitación adecuada con un espejo falso que permite la observación de individuos sin que ellos sepan que están siendo observados), con el fin de determinar un modelo de interacción para sitios web académicos en el ámbito jurídico, tales como el previamente mencionado.

En la actualidad, el nivel de información y la importancia de la misma en la sociedad ha llevado a buscar medios más sofisticados de comunicación, pues los libros, periódicos e impresiones que se pasaban de mano en mano no llegaron a cubrir las expectativas propuestas para la actualidad. Debido a estas necesidades, nacen los sitios web, espacios en internet donde el límite para la información no existe y que en la actualidad y con el auge que han tenido, permiten que la información se propague de forma casi inmediata.

Dichos sitios web nacen principalmente como sitios informativos, de texto plano, donde la gente interesada podía acceder para enterarse de diferentes artículos previamente publicados por un autor, mas no podían hacer comentarios al respecto. Este tipo de sitios fueron quedándose cortos, puesto que limitaban la comunicación bidireccional y no generaban interacción con el usuario. A causa de esto, nace lo que se conoce como sitios Web 2.0.

La Web 2.0 busca permitir una interacción entre los usuarios y las diferentes aplicaciones de la web, lo cual facilita compartir información y desarrollar una

interoperabilidad. Este concepto fue sumamente asociado a Tim O'Reilly, y sugiere cambios acumulativos en la forma en la que desarrolladores de software y usuarios finales utilizan la web.

Aunque este concepto tuvo, y sigue teniendo gran influencia en la forma como se utiliza la web, el mundo actual sugiere grandes y constantes cambios que se adecúen a la sociedad, por ello nace el concepto de la web 3.0 o Web Semántica. Este concepto sugiere un sitio web que interactúe de forma más directa y personal con el usuario final, es decir busque llevar a cada usuario la información que sea de su interés. La web 3.0 aún es un concepto en bruto, pues aunque ya existen varios sitios web que intentan acercarse a esto, no es una cultura informática y sigue prevaleciendo el concepto de la web 2.0.

Aunque es común hablar de sitios web como un concepto general e integrado, hay diversidad de los mismos y se pueden clasificar de acuerdo a diferentes aspectos: por audiencia, dinamismo, apertura, profundidad y por objetivo entre otros.

Existen en particular sitios web en el área de jurisprudencia cuyo valor informativo es significativo, un claro ejemplo de esto son las registradurías, los sitios web del gobierno, de periódicos (<http://www.registraduria.gov.co/index.htm>). Éstos se encuentran dentro de la clasificación objetivo como educativos, pero desfavorablemente en la clasificación dinámica están enmarcados como estáticos, es decir muy enfocados hacia la web 1.0. Estos sitios se caracterizan por gran cantidad de información, textos planos, poca división de los temas y falta de priorización y por lo general, el usuario no realiza la interacción que se propone, pues este no entiende los links propuestos, realiza bastantes clics para encontrar lo que busca y en la mayoría de los casos no logra encontrarlo.

3. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Los sitios web en la actualidad tienden a ser el medio de comunicación masivo, que permite transmitir casi de inmediato, información de gran importancia. Los sitios web educativos del ámbito jurídico no son la excepción. Su contenido es sumamente valioso, pero por lo general, la información no está dispuesta de forma estratégica y organizada, lo que impide que el usuario final entienda la información que el sitio le quiere brindar.

Lo previamente expuesto, se puede ver reflejado en el grupo “Consultorios Socio-Jurídicos” (un grupo nacional que reúne todos los semilleros de jurisprudencia de las Universidades del país y en el que participa la Universidad de la Sabana). En éste grupo, se tiene actualmente un sitio web el cual, manifestado por sus propios integrantes, aunque pretende ser un medio de comunicación para todos los que el grupo componen, no se encuentra dispuesto de forma tal que así lo permita, la información es muy importante y completa, pero se encuentra organizada de forma tal que no les es posible en gran parte de los casos encontrarla, el sitio no permite la facilidad en la contactabilidad, entre otras.

Es por ello que este “medio de comunicación”, está truncando la misma comunicación que se pretende establecer entre la totalidad de integrantes del grupo, lo cual limita los objetivos por los cuales el grupo existe, es decir está limitando la recepción clara concreta y concisa de la información a transmitir a todos y cada uno de los usuarios.

3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es posible generar un modelo de desarrollo de sitios web educativos del ámbito jurídico que permita mejorar la experiencia del usuario y la trasmisión de la información, partiendo de un estudio de usabilidad a estos sitios?

4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 OBJETIVO GENERAL

Formular un modelo de desarrollo de los sitios web académicos del ámbito jurídico, de forma tal que estén enfocados en generar una experiencia agradable para el usuario incrementando así la facilidad de aprendizaje que el sitio web busca promover.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar, medir y clasificar las diferentes variables que intervienen en el proceso de interacción del usuario final y el sitio web educativo del ámbito jurídico.
- Determinar las causas que llevan a que el usuario final de los sitios web educativos del ámbito jurídico encuentren agradable o desagradable su experiencia.

5. HIPOTESIS

Actualmente, los sitios web educativos del ámbito jurídico no se encuentran contruidos o desarrollados en función del usuario, por el contrario, es el usuario quien debe acoplarse al sitio. Esto conduce a que la experiencia del usuario en el sitio no sea exitosa y agradable y por ende el propósito por el cual ingreso al sitio, no sea se lleve a cabalidad. Mediante un estudio de usabilidad se comprobará que los usuarios no logran desarrollar tareas propuestas de forma fácil y eficiente, que no encuentran alto grado de interacción con el sitio web jurídico y que sienten que los sitios web educativos del ámbito jurídico tienen gran cantidad de información de forma poco organizada, por lo cual su experiencia resulta poco agradable al navegar por él.

6. JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La educación es la base fundamental de la sociedad, una sociedad sin educación, carece de valores, de principios y de metas de crecimiento. De igual manera, no es posible dejar a un lado que los sitios web están convirtiéndose en el medio masivo de comunicación y fuente fundamental en la educación de la sociedad. Si un medio de comunicación carece de estructura clara y sólida, será limitada la información que este pueda transmitir.

La jurisprudencia, es un término sumamente relacionado con aquellas personas involucradas en el derecho, pero enfocado en la parte educativa, es un tema que le concierne a toda la sociedad. De ahí se desprenden leyes de conocimiento público, decretos, y normas que de estar enterada la sociedad con claridad, no se reflejaría de manera negativa en la cultura y el comportamiento social de la gente.

Actualmente, la educación Colombiana está buscando bases que fortalezcan su estructura. Debido a ello nacen grupos de investigación en las universidades, los cuales son espacios para que el estudiante fomente su capacidad de desarrollo y proposición de nuevas ideas que aporten a la sociedad. Este es el caso de “Consultorios Socio-Jurídicos”, un grupo nacional que reúne todos los semilleros de jurisprudencia de las Universidades del país y en el que participa la Universidad de la Sabana. En dicho grupo, se estableció un sitio web como medio de comunicación para el conocimiento que cada uno de sus integrantes propone y aporta, al igual que para información de relevancia y trascendencia para el país y su cultura.

Con el paso del tiempo, los integrantes del grupo, notaron inconformidades con el sitio web, puesto que no permite al usuario interactuar de forma fácil y sencilla y por ende éste no encuentra la información que busca.

Mediante el presente estudio, se busca formular un modelo mediante el cual los sitios web de jurisprudencia de calidad educativa tengan una estructura clara, sencilla y sólida, que le facilite a grupos como el previamente mencionado, fomentar el conocimiento, la educación y el desarrollo profesional al interior del grupo, al igual que aportar a la sociedad Colombiana.

No es posible permitir que sitios web que tienen la connotación de “medios de comunicación masivos” estén estructurados de forma tal que no permitan que los usuarios finales obtengan la información que se pretende transmitir, sobre

todo en ámbitos jurídicos- educativos, que no le concierne únicamente a unos pocos.

6.1 DELIMITACIÓN Y SUPUESTOS

- La presente investigación busca llegar hasta la formulación de un modelo de desarrollo de los sitios web educativos del ámbito jurídico. Esto abarca el proceso de pruebas de usabilidad a un grupo específico de usuarios del grupo “Consultorios Socio-Jurídico”, el análisis de la información y la definición de una propuesta.
- Por fuera de la investigación se encuentra la implementación de un sitio web educativo del ámbito jurídico con las características encontradas como ideales para el usuario.
- Se busca proponer un método estándar que permita a los desarrolladores web, contar con un parámetro comparativo para una elaboración en función del usuario y no de forma contraria.

Los **supuestos** principales de la investigación son 2:

- Se contará con los usuarios requeridos y necesarios para la aplicación de las pruebas de usabilidad en los sitios web educativos del ámbito jurídico.
- No existe la necesidad de contar con un presupuesto elevado para la investigación. Los laboratorios, las pruebas y demás análisis se adecuarán a los recursos brindados por la Universidad Piloto de Colombia.

6.2 MARCO DE REFERENCIA

Desde la creación del primer sitio web hasta la actualidad, no se han realizado estudios de usabilidad en el ámbito jurídico, pero se encuentra un estudio importante realizado en Chile hacia el año 2003, sobre las bancas on-line chilenas. Con el estudio se busca determinar si estos sitios web han sido creados en función de las necesidades del usuario final, o por el contrario se crearon de forma intuitiva y el usuario final es quien se debe adaptar a él. Es

debido a esto que el estudio se enfoca en el uso cotidiano del e-banking Chileno, buscando medir que tan usables son los sitios y de qué manera pueden aportar para favorecer la experiencia del usuario. Para ello se toma la usabilidad como una variable cualitativa.

El estudio mide 9 principios fundamentales: Navegación, lenguaje, diseño visual, control, seguridad, errores, funcionalidad, feedback y consistencia. Esto se hace en 12 sitios de la banca on-line chilena y arroja resultados reveladores. De forma satisfactoria, los sitios se consideran diseñados para la lógica de un usuario, es decir, éste se siente cómodo en su experiencia, siente que está ubicado y sabe a dónde ir para obtener la información que necesita; no obstante, el usuario siente que aunque logra un alto cumplimiento de las tareas a realizar, no pueden cumplir 100% con sus necesidades, desconocen en gran medida lo que está haciendo el sistema y consideran que en gran parte de su experiencia deben aprender nuevos trucos para manejar el sitio.

Este estudio es un sustento para la investigación que se pretende hacer, puesto que refleja la necesidad de adaptar los sitios web a la experiencia del usuario y no por el contrario que el usuario se adapte al sitio, al igual que muestra un tipo de procedimiento que se realizó para medición y toma de datos, de la misma manera que el posterior análisis.

Sin embargo, el estudio de usabilidad a realizar, nace en función a la necesidad de un grupo, "Consultorios Socio-Jurídicos", de desarrollar un sitio web que permita la interacción fácil y sencilla con el usuario, de forma tal que plasme la información relevante para el usuario y así mismo sea transmitida.

Actualmente, este grupo cuenta con un sitio Web que, planteado por sus propios usuarios, es decir integrantes, es un sitio plano, que permite poca interacción y contractibilidad, en donde la curva de aprendizaje del mismo es alta, y por ende la navegabilidad en el mismo se dificulta. Debido a esto se van a utilizar los mismos principios de análisis utilizados en las distintas páginas web bancarias de Chile para determinar las áreas de oportunidad del sitio.

6.3 MARCO TEÓRICO

6.3.1 USABILIDAD

La usabilidad, al igual que los atributos internos del software como el rendimiento y la fiabilidad, año tras año se ha convertido en un aspecto fundamental para la utilización del software.

Según el estándar ISO 9241 la usabilidad hace referencia a la satisfacción, eficiencia y eficacia con que un usuario alcanza tareas u objetivos trazados. [ISO98b], y en el estándar ISO 14598-1 [ISO98a] se define calidad de uso de forma análoga (Ferré Grau, 2011).

A mayor eficiencia, satisfacción y eficacia en el manejo de un sistema por parte de un usuario mayor usable es considerado.

Hay una relación directa entre la usabilidad y la interacción de un usuario y el sistema, a la forma de relacionarse con el mismo, y esto no infiere únicamente en la interfaz gráfica, que si bien es un elemento fundamental dentro de la usabilidad, hay otros pilares tales como el entorno del sistema del software (Sistema de documentación de usuario, ayuda e instalación) (Ferré Grau, 2011).

Además de esto hay tres aspectos a tener en cuenta en el diseño de un sistema: presentación de la información, funcionalidad de la aplicación y la Arquitectura del Software (Casanovas, 2004).

6.3.1.1 ATRIBUTOS DE LA USABILIDAD

Jakob Nielsen, considerado como el padre de la usabilidad, mide la usabilidad de acuerdo a cinco factores claves:

- **Facilidad de aprendizaje:** es el factor que mide en función del tiempo que se tarda un usuario en la consecución de una determinada tarea en un sitio web, la primera vez que se encuentra en él. (Universitat Pompeu Fabra, Universitat Jaume I., Universitat de València, 2009).
- **Eficiencia:** Hace referencia al número de tareas o transacciones que puede realizar un usuario por unidad de tiempo. (Ferré Grau, 2011).
- **Recuerdo en el tiempo:** Se refiere a la facilidad con la que un usuario recuerda el funcionamiento del sistema. Lo que se busca es que el usuario debe recordarlo en poco tiempo y no tener que volver a empezar de nuevo a aprenderlo.

- Tasa de errores: Este atributo se mide en función del número de errores que comete un usuario, la magnitud y la facilidad con que pueden ser corregidos.
- Satisfacción: Muestra la impresión subjetiva que el usuario obtiene del sistema. La eficiencia y satisfacción del usuario se disminuyen con respecto a las equivocaciones que este cometa en el sistema, lo cual puede verse como un corto circuito en la interacción sistema-usuario (Ferré Grau, 2011).

La satisfacción se mide en términos de confort y aceptabilidad de uso según la norma ISO 9241-11. La satisfacción se evalúa según la eficacia y la eficiencia percibida por los usuarios. (Calero, Moraga, & Piattini, 2010).

La satisfacción se presenta en las siguientes formas:

- Consecución de objetivos (satisfacción cognitiva)
- Confianza (satisfacción con la seguridad)
- Placer (satisfacción emocional)
- Confort (Satisfacción física)

6.3.1.2 RAZONES POR LA CUALES UN SISTEMA TIENE UN BAJO GRADO DE USABILIDAD

Hay 5 razones fundamentales por las cuales se considera que un sistema puede tener un grado bajo de usabilidad y a continuación se plasmará una breve descripción de cada una de ellas:

- Falta de estandarización: Debe existir un formato único en la utilización de algunos recursos dentro de un sitio web como por ejemplo los íconos, menú, secciones. Debe existir linealidad en el diseño gráfico de la interfaz del usuario.
- Complejidad de uso: la carga de opciones que se incluyen en un sistema o sitio web puede causar que éstas mismas no sean percibidas por el usuario, impidiendo así que el sitio sea intuitivo y que el tiempo de formación sea mínimo.

- Diseño no centrado en el usuario: Un sitio web debe ser construido en función de un dialogo constante con el usuario final. Con frecuencia, esto no sucede. (Cornella, 2002)
- Gestión errónea del proyecto: El enfoque que tiene realizar un proyecto corporativo es muy diferente a un proyecto web, por lo que se debe diferenciar claramente el tipo de proyecto.

6.3.1.3 MÉTODOS EXISTENTES PARA EVALUAR LA USABILIDAD

Posterior a la implementación y desarrollo de un sistema informático, un sitio web o un producto es fundamental realizar pruebas de usabilidad. Estas pueden ser aplicadas en varias formas:

- Evaluación automática: Se realiza mediante un software. Este evalúa y mide problemas de formatos, textos, tamaños de fuentes, tiempos de carga y descarga o número de enlaces caídos o rotos. (García Zurdo, 2002). Este método no evalúa la usabilidad de forma completa puesto que mide errores en función de la interfaz gráfica únicamente.
- Evaluación de acuerdo a directrices: Este método realiza una medición con base en definiciones o estudios previos. Nielsen postuló 10 principios de la usabilidad, los cuales son reglas para medir la usabilidad.
- Evaluación con usuarios: Este tipo de método requiere una preparación exhaustiva de las pruebas que se van a aplicar sobre una muestra de una población determinada. Sobre esta muestra, se debe medir la opinión y el rendimiento. Es fundamental la realización de una encuesta o cuestionario para obtener resultados plasmados en 4 aspectos (Claridad del objetivo, Uso etiquetas de menú descriptivas, Fácil navegación, lenguaje adecuado). Posterior a la realización de las pruebas, se debe realizar un análisis de los mismos. A pesar de ser tan complicada en su realización, sus resultados son los más valorados.
- Modelo de McCall: La ISO 9126 [basada en el modelo de McCall] plantea un modelo normalizado que permite evaluar y comparar productos sobre la misma base. Principalmente evalúa 6 características:

- Funcionalidad: satisfacción de las necesidades declaradas o implícitas [ISO 9126: 1991]
- Fiabilidad: Capacidad de un sistema para mantener su nivel de rendimiento
- Usabilidad: Esfuerzo necesario para el uso y la valoración individual de tal uso, por parte de un conjunto de usuarios. [ISO 9126: 1991]
- Portabilidad: Es la capacidad de un sistema para ser transferido de un entorno a otro. [ISO 9126: 1991]
- Mantenibilidad: Es el esfuerzo necesario para realizar modificaciones específicas. [ISO 9126: 1991]
- Eficiencia: Es la relación entre el nivel de prestaciones de un sistema y el volumen de recursos utilizados en condiciones declaradas. [ISO 9126: 1991]

6.3.1.4 PRINCIPIOS DE LA USABILIDAD DE NIELSEN

Se considera por parte de especialistas en el tema de la usabilidad, que la forma adecuada de evaluar la usabilidad de un sistema o sitio web es la heurística, puesto que permite detectar 32% de problemas menores y 42% de problemas graves de diseño. Esto está sujeto al número de evaluadores.

Existe una lista de principios de la usabilidad reducida por Nielsen a 10 principios:

1. Diálogo simple: La interacción en función de la interfaz debe ser sencilla y simplificada
2. Hablar el lenguaje del usuario: la terminología debe ser familiarizada al usuario.
3. Minimizar la carga de memoria del usuario: reducción de los conceptos que el usuario deba memorizar para consecución de objetivos.
4. Consistencia y estándares: normas y desviaciones del sistema utilizados con el fin de no generar confusiones en el usuario (por palabras o situaciones que signifiquen lo mismo)
5. Realimentación: el sistema debe informarle al usuario todas las tareas que ha realizado principalmente los errores cometidos.

6. Salidas claramente marcadas: el sistema le debe hacer entender al usuario que tiene el control sobre el sistema
7. Atajos: herramientas que permiten realizar ciertas acciones de forma más rápida.
8. Mensajes de error: evidenciarle al usuario el error cometido de forma tal que estimule el aprendizaje del mismo.
9. Flexibilidad y eficiencia de uso: instrucciones visibles y fácilmente accesibles cuando se requieran
10. Ayuda general y documentación: recopilación de ayuda y documentos para guiar al usuario en el sistema

6.3.2 WEB 2.0

Éste término nace con el fin de enmarcar los sitios web construidos en función de adherir o capturar usuarios para generar contenidos. O'Reilly fue el principal promotor y enumeró siete principios constitutivos de esta: la World Wide Web como plataforma de trabajo, el fortalecimiento de la inteligencia colectiva, la gestión de las bases de datos como competencia básica, el fin del ciclo de las actualizaciones de versiones del software, los modelos de programación ligera junto a la búsqueda de la simplicidad, el software no limitado a un solo dispositivo y las experiencias enriquecedoras de los usuarios.

6.3.3 TEORÍA DEL COLOR

El color se puede definir como una experiencia visual cuando un rayo de luz pasa a través de un prisma y se descompone. En este orden de ideas, hay 4 aspectos: la existencia de una fuente de luz, una sustancia material, un ojo y el razonamiento que permite interpretar lo que ven los ojos (por medio del cerebro).

Los colores se dividen en tres tipos:

1. Colores primarios (puros),
2. Secundarios (mezcla de dos primarios)
3. Terciarios (resultado de la unión de un primario con un secundario).

6.3.3.1 CÍRCULO CROMÁTICO

Newton diferenció siete colores en el espectro producidos por la dispersión de la luz a través de un prisma y los dispuso en el perímetro de un círculo dividido en siete fragmentos.

La siguiente figura (Figura 1) muestra la distribución de colores del círculo cromático de Newton:



Figura 1. Círculo cromático de Newton

6.3.3.1.1 COLORES CÁLIDOS Y FRÍOS

Los colores tienen la facultad de vincularse con la propiedad que los caracteriza y producir sensaciones de tamaño y distancia. Los colores se dimensionan mediante el valor, el matiz y la intensidad. En este orden de ideas existen dos tipos de colores:

- Cálidos: son vitales, estimulantes y activos. Estos colores tienden a agrandar y a acercar objetos.
- Fríos: son sedantes, tranquilizadores, apacibles y serenos. Tienen la característica de alejar y empequeñecer los objetos.

6.3.3.1.2 COLORES COMPLEMENTARIOS

Los colores complementarios se definen mediante el círculo cromático. Si un color se opone al otro en el círculo cromático, son complementarios como por ejemplo, el amarillo y el violeta, el rojo y el verde, el azul y el naranja, etc. Al mezclar dos colores complementarios en teoría da blanco, pero en la realidad, los pigmentos se anulan produciendo un color gris o color neutro.

Las leyes de los colores complementarios Enuncian lo siguiente:

“Los colores complementarios, al mezclarse se destruyen mutuamente”.

“Dos colores complementarios yuxtapuestos se avivan e intensifican mutuamente”.

6.3.3.1.3 ARMONÍA CROMÁTICA

La armonía cromática se puede lograr mediante:

- Analogía: Dos colores son análogos si uno de ellos es parcialmente integrado por el otro
- Monocromía: Utilización de diferentes matices de la escala de colores de un mismo color
- Contraste: Síntesis de elementos opuestos, sin embargo el exceso de contraste produce confusión al no predominar ningún color
- Por complementarios: Constituida por colores que se oponen diametralmente en el círculo cromático.

6.3.4 EFECTOS DEL COLOR

Todo color se ve afectado por la luz y la sombra. Del contraste entre ellas depende el volumen, la ubicación y la calidad de la luz. Los colores pueden afectar nuestro humor, apetito y en general todo nuestro comportamiento.

6.3.4.1.1 DINÁMICA DEL COLOR

- Luz cálida: causa sensación de brillo en los objetos.; la luz fría tiende a neutralizarlos
- Luz fuerte: Causa un aumento en el valor tonal; la luz tenue apagada, lo reduce.
- Los grises, neutros, el negro, el blanco y los matices más débiles sean análogos o complementarios, tienden a aumentar la potencia del color
- El claroscuro (negro y gris) y los valores tonales dan sensación de volumen y distancia

6.3.4.1.2 SIMBOLISMO DE LOS COLORES

La reacción del ser humano ante el color es subjetiva y está sujeta a diversas condiciones principalmente de su entorno. Sin embargo cada color tiene una representación y tiende a plasmar fuerza y un simbolismo en las emociones del ser humano. A continuación se enumerarán los simbolismos.

- Amarillo: Es el más luminoso, simboliza el sol, la luz, la alegría
- Rojo: Simboliza el calor del fuego, el vigor, la vida, acción y madurez de otoño
- Azul: Color del reposo, la serenidad, la paz, el misticismo y el invierno
- Verde: Color de la frescura, esperanza, fertilidad y equilibrio
- Púrpura: Color de la realeza, significa majestad, dignidad y riqueza
- Anaranjado: Participa de las mismas cualidades del amarillo y el rojo pero disminuidas

7. METODOLOGÍA Y TIPO DE ESTUDIO REALIZADO

La metodología aplicada para el estudio de usabilidad comprendió dos aspectos fundamentales:

- **Cualitativa:** Se desarrolla un estudio de usabilidad en la cámara de Gessel a 50 personas.
 - Con esta metodología se buscó dar libertad a la persona a la que se realiza el estudio de usabilidad para expresar sus opiniones de forma libre y sin presiones.
 - Permitir explorar de manera espontánea las actitudes y comportamientos, así como las motivaciones que rigen al entrevistado.
 - Deben durar como máximo una hora para evitar la fatiga y desinterés del usuario sobre el que se realiza el estudio.
- **Cuantitativa:** Se desarrolla un estudio de usabilidad en la cámara de Gessel de la Universidad Piloto de Colombia a 50 personas.

7.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Experimental

7.2 UNIVERSO

Integrantes del grupo “Consultorios Socio Jurídicos”.

7.3 POBLACIÓN OBJETIVO

La población objetivo se concentra en los integrantes del grupo “Consultorios Socio Jurídicos” que habiten la ciudad de Bogotá, Pertenezcan al Nodo Bogotá y no lleven más de un año de permanencia en el grupo.

7.3.1 MUESTRA

El tipo de muestreo será no probabilístico por conveniencia respetando los criterios de suficiencia y representatividad.

La muestra consta de integrantes del grupo “Consultorios Socio Jurídicos” que pertenezcan al nodo Bogotá, vivan en Bogotá y no lleven más de un año en el grupo.

Se seleccionó la muestra integrantes del grupo “Consultorio Socio Jurídico”, como se menciona anteriormente, por conveniencia, es decir es la muestra de la población que puede responder de forma más apropiada las preguntas de la investigación y de igual manera posibilita conocer, descubrir e interpretar el estudio de usabilidad a profundidad, en sus diferentes visiones, de forma que permita ver el problema con amplitud.

De igual manera, se seleccionan integrantes del nodo Bogotá debido a las limitantes económicas, es decir para la investigación no se contaban con los recursos suficientes para traslado a pruebas en otras ciudades. Pero de igual manera cabe resaltar que del 100% de los integrantes el 70% habitan en Bogotá, por tanto se respetan los criterios de representatividad y suficiencia.

Finalmente se decide que los integrantes no lleven más de un año en el grupo, puesto que de esta manera el manejo del sitio web aún es intuitivo en algunas acciones y no se ha adquirido práctica ni habilidades particulares para corregir con la interacción, desviaciones de la construcción del sitio web, es decir evitar la pre-adaptación al sitio web por parte del usuario.

7.3.2 UNIDADES DE ANÁLISIS O DE INVESTIGACIÓN

- Sitio web del grupo Consultorios Socio Jurídicos:
<http://www.redsociojuridica.org>
- Personas Integrantes del grupo “Consultorios Socio Jurídicos” que usen el sitio web constantemente
- Personas Integrantes del grupo “Consultorios Socio Jurídicos” que no usen con frecuencia el sitio web.

7.3.3 FUENTES Y MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para el exitoso desarrollo de esta investigación se implementarán dos fuentes de información:

7.3.3.1 FUENTES SECUNDARIAS:

Las fuentes secundarias son herramientas clave para comprender el entorno del sector y la competencia desde un punto de vista macro.

Se buscará información pertinente en libros, internet y comunicación verbal de conocimientos con el fin de formular el problema de una forma más completa y poder así formular hipótesis.

7.3.3.2 FUENTES PRIMARIAS:

La razón de ser de esta investigación es la recopilación de datos mediante fuentes primarias. En este caso la herramienta predilecta a utilizar es un estudio de usabilidad a usuarios del sitio web educativo del ámbito jurídico, consultorios socio jurídicos.

7.3.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Teniendo en cuenta la finalidad de la investigación, fueron establecidas 3 fases fundamentales para la consecución de la misma.

7.3.4.1 FASE 1:

Comprende la consecución de los usuarios sobre los cuales se van a realizar las pruebas de usabilidad, la selección del sitio web educativo del ámbito de jurisprudencia a analizar, al igual que la infraestructura en la cual se realizarán dichas pruebas, es decir la cámara de Gessel y los computadores (muestreo no probabilístico por conveniencia).

Para la selección de los usuarios es necesario que cumplan con ciertas características tales como:

- Ser integrantes del grupo “Consultorios Socio-Jurídicos.
- Tener entre 18 y 25 años de edad.
- Llevar entre 1 mes y 1 año en el Grupo “Consultorios Socio-Jurídicos”.
- Tener conocimientos básicos en el manejo de sistemas computacionales.

7.3.4.2 FASE 2

Comprende la realización de las pruebas y estudios de usabilidad a la totalidad de los usuarios seleccionados, al igual que la tabulación de los datos recopilados. Esta fase busca realizar el levantamiento de la información al igual que la organización de la misma para el posterior análisis.

7.3.4.3 FASE 3

Es la fase de análisis de la información. En esta fase se analiza la información resultante con el fin de apuntar a las diferentes variables propuestas, en cada uno de los formularios de los usuarios estudiados. Teniendo claro esto se realiza un análisis global con el fin de concluir los resultados y de esta manera proceder a proponer el modelo de desarrollo.

Cada fase es constitutiva de la anterior, por lo cual es de suma importancia realizarlas paso por paso.

7.3.5 VARIABLES

Las variables que se presentarán a continuación, son aquellas que se buscan medir con el estudio de usabilidad, es decir aquellas variables que definen la

experiencia del usuario en los diferentes sitios web educativos del ámbito jurídico.

7.3.5.1 VARIABLES CUALITATIVAS:

- FA: Facilidad de aprendizaje: cuán fácil es aprender la funcionalidad básica del sistema, de forma tal que el usuario sea capaz de realizar las diferentes tareas.
- RT: Recuerdo en el tiempo: esto hace referencia a usuarios intermitentes, es decir aquellos que no ingresan con gran frecuencia. Busca medir que tan fácil es recordar la forma como funciona el sitio sin tener que empezar de ceros cada vez que ingresan a este.
- SN: Satisfacción: refleja la impresión subjetiva que el usuario obtiene de los diferentes sitios web.

7.3.5.2 VARIABLES CUANTITATIVAS:

- EF: Eficiencia: corresponde al número de transacciones por unidad de tiempo que el usuario puede realizar en los diferentes sitios web.
- TE: Tasa de errores: se refiere al número de errores que comete un usuario realizando una tarea específica.

8. RESULTADOS

El diseño y formulación del estudio de usabilidad, del cual se plasmarán los resultados a continuación, fue previamente diseñado y establecido con el fin de obtener el análisis del sitio web “Consultorios Socio Jurídicos” de tal manera que fuera posible determinar un modelo de desarrollo de sitios web educativos del ámbito jurídico que estén enfocados en generar una experiencia agradable para el usuario incrementando así la facilidad de aprendizaje en el mismo.

Para ello se tuvo en cuenta tanto la selección del método de estudio, como el cuestionario a realizar y fue basado en:

En cuanto al método, se decidió que la evaluación con usuarios, si bien era bastante robusta en su construcción y preparación de las pruebas en sitios especializados como la cámara de gessel, arroja resultados bastante acertados puesto que se realiza sobre una muestra previamente seleccionada bajo parámetros que ya fueron explicados previamente, y evalúan dos criterios fundamentales: Rendimiento y Opinión.

Para evaluar los 2 criterios ya mencionados, se basó en los estudios de Jakob Nielsen, que hablan de 5 factores fundamentales para el análisis:

- Facilidad de aprendizaje
- Eficiencia
- Recuerdo en el tiempo
- Tasa de errores
- Satisfacción.

De la misma manera, y en el mismo orden de ideas, la satisfacción, quinto factor según Nielsen, se puede medir mediante 4 criterios de análisis: Consecución de objetivos, Confianza, Placer y Confort.

Todo lo previamente descrito, se enmarca y desglosa en 10 criterios simples pero contundentes para iniciar un análisis.

- Dialogo simple
- Hablar el lenguaje del usuario
- Minimizar carga de memoria al usuario
- Consistencia y estándares
- Realimentación
- Salidas marcadas
- Atajos
- Mensaje de error
- Eficiencia y flexibilidad de uso
- Ayuda General y documentación

Recopilando la teoría de Nielsen y con el estudio de usabilidad realizado sobre los 10 sitios web de E-banking, se fue planteando una a una las preguntas con el fin de que cada una de ellas apuntara a dar respuesta a las necesidades de conocer los aspectos relevantes para que un sitio web sea usable y esté en función del usuario.

Las preguntas surgen de una construcción inversa, primero se debe plantear cual es el área de oportunidad que se busca medir, cuando esto esté claro, se plantea cómo se va a medir y luego se hace un proceso de retroalimentación en el cual se realiza un chek list, ¿toda la información que busco obtener la puedo obtener con la pregunta que planteé?

Dentro del marco general, hay preguntas que apuntan al gran factor de opinión y por otro lado hay otras que apuntan al factor de rendimiento, pero interiormente las preguntas se enfoca en medir si el sitio web tiene un lenguaje sencillo, si el usuario debe memorizar la consecución de una tarea, si hay retroalimentación por parte del sitio web, atajos, entre otros, y por ende si el usuario percibe satisfacción, facilidad de aprendizaje, tasa de errores mínima eficiencia y una recordación en el tiempo.

Teniendo claro todo lo previamente expuesto y posterior a realizar el estudio de usabilidad, los usuarios reflejaron su experiencia en el sitio web y permitieron llegar a conclusiones para que posteriormente se pueda diseñar un modelo de sitios web educativos del ámbito jurídico.

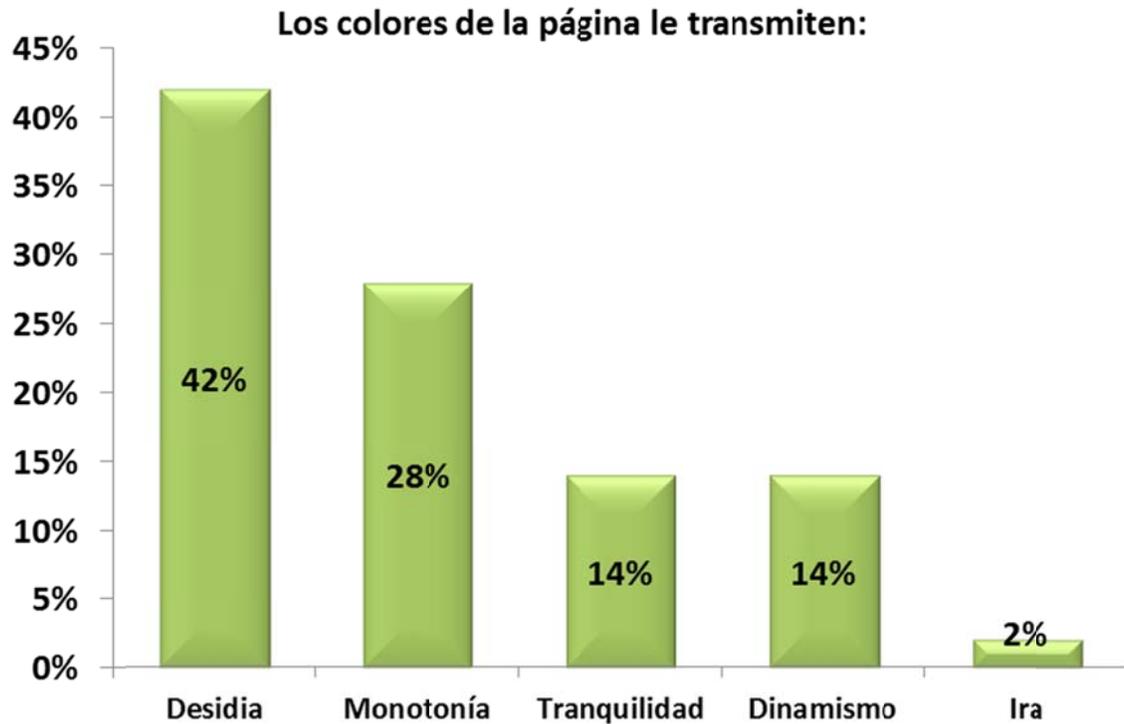
Gráfica 01: Pregunta No. 01



Una primera impresión, bien sea de un ser humano, un lugar o un objeto es muy difícil que sea modificada en un periodo corto de tiempo, adicional, genera un impacto en el espectador que queda en su memoria.

En la gráfica número 1 Se puede observar que la mayoría de las personas sobre las cuales se aplicó el estudio de usabilidad encontraron en la página web una primera impresión bastante confusa, poco intuitiva y difícil de iniciar. Esta primera impresión tendrá posteriores consecuencias a nivel de la navegabilidad.

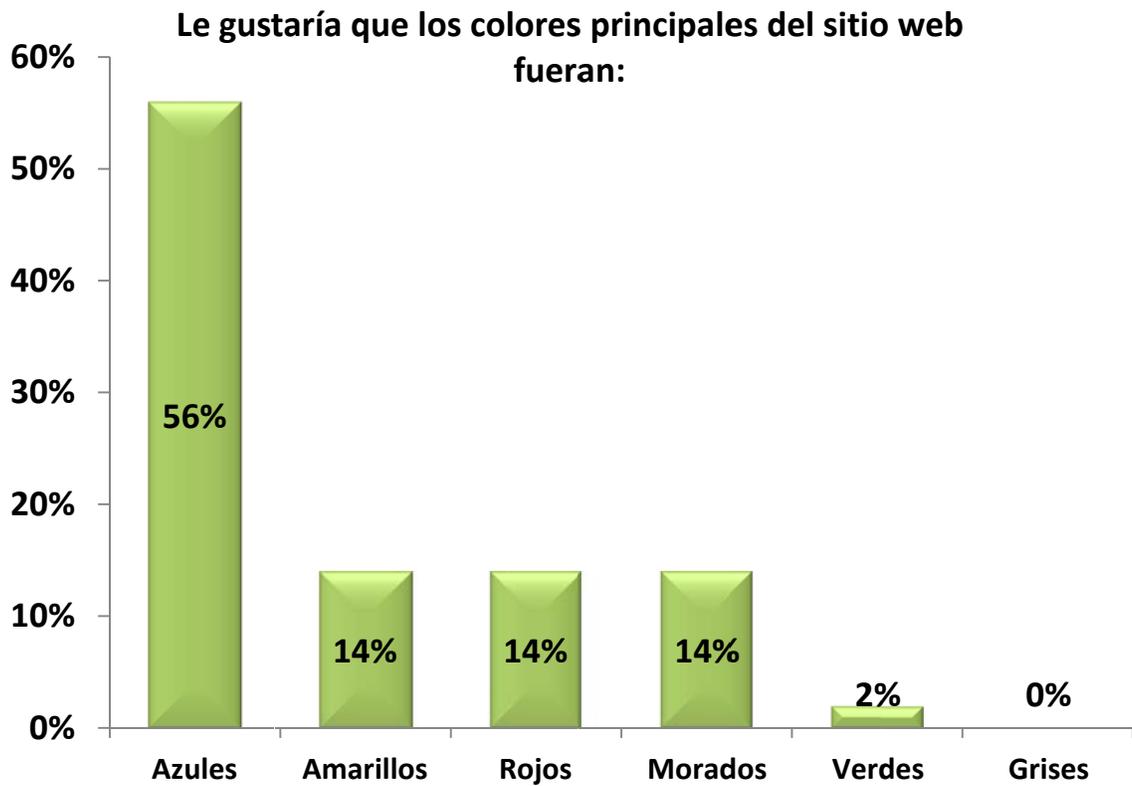
Gráfica 02: Pregunta No. 02



Los colores actuales de la página no tienen mayor relevancia entre los usuarios a los cuales se les realizó el estudio de usabilidad (42 % no opinan ni favor ni en contra), generan desidia para ellos. Sin embargo cabe subrayar que el porcentaje de opinión desfavorable (30% entre monotonía e ira) es levemente superior al porcentaje de opinión favorable (28% entre tranquilidad y dinamismo).

Aunque todo indica que los colores de la página no tienen gran impacto en los usuarios, el hecho de generar desidia como común denominador implica que el usuario no encuentra impactante el ingreso a la página y por ende puede generar poco interés en navegar la página.

Gráfica 03: Pregunta No. 03

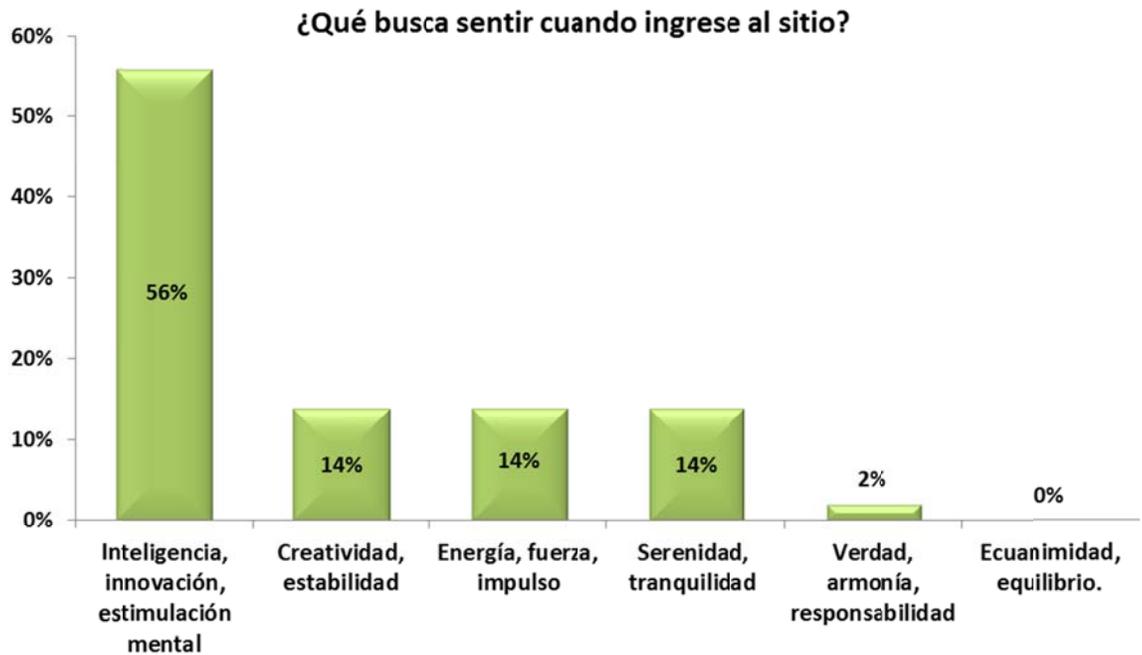


El 30% de los usuarios siente que al ingresar a la página experimenta monotonía e ira, es decir sensaciones poco favorables para un primer encuentro entre el usuario y el sitio web. Esto limita la navegabilidad y predispone al usuario a que el sitio web no contendrá información relevante para él.

De lo observado anteriormente, los colores más llamativos para este tipo de página son los azules; del total de usuarios sobre los cuales se aplicó el estudio, el 56% encuentra en el azul un color que transmite dinamismo, seriedad.

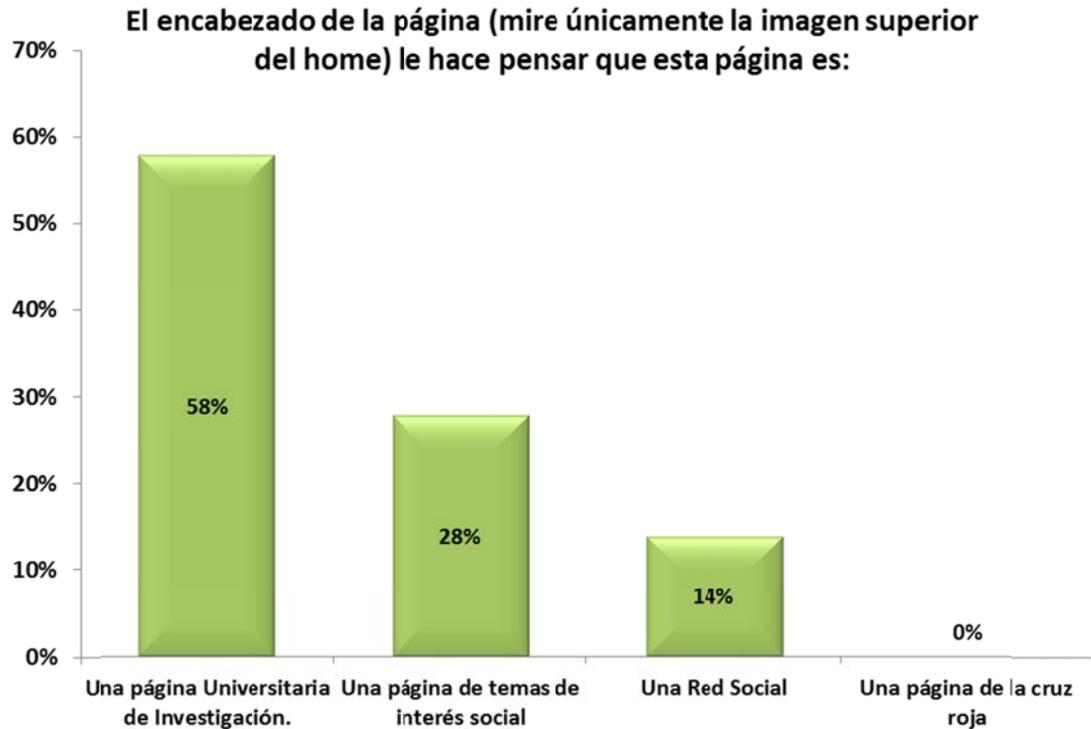
Actualmente, la paleta de color del sitio es naranja-roja, colores cuyo porcentaje de fa

Gráfica 04: Pregunta No. 04



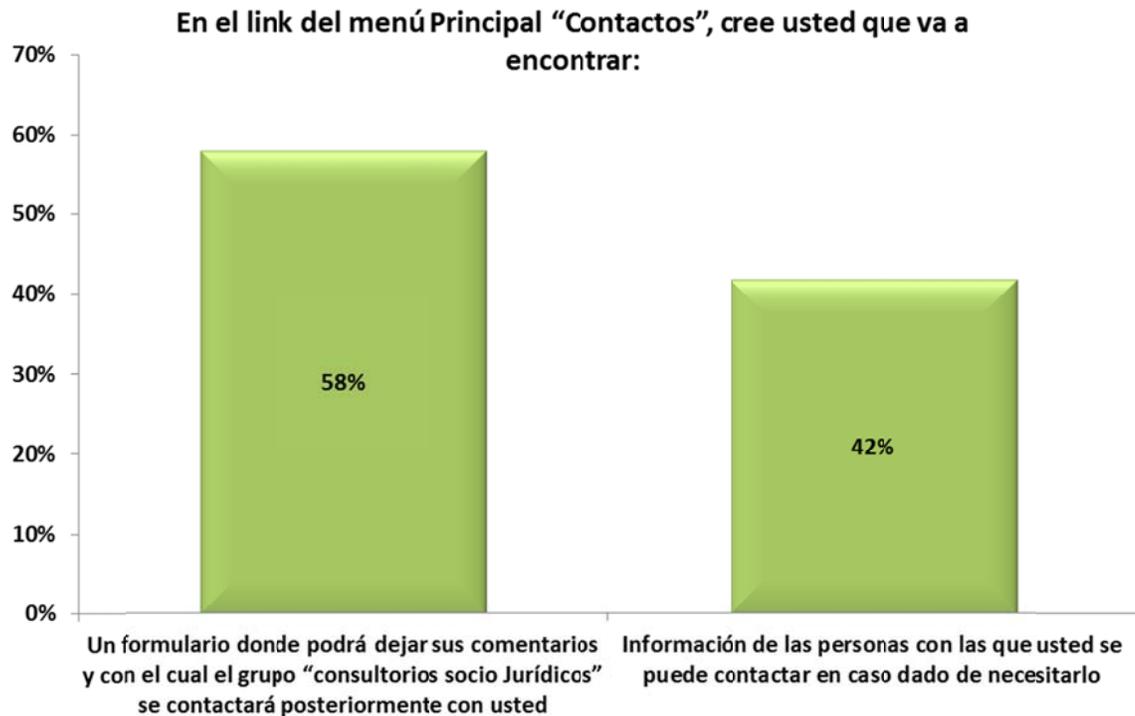
En la gráfica se ve como la mayoría de los usuarios, 56%, espera un alto contenido intelectual y de innovación ya que se trata de una página investigativa universitaria del ámbito jurídico. De igual manera, esta pregunta tiene un sentido de fondo, y es verificar si la teoría del color tiene aplicabilidad natural en los seres humanos. El azul es un color que refleja inteligencia, innovación y estimulación mental, es un color que brinda seriedad. En la pregunta anterior, se observó una gran favorabilidad por el color azul y en esta se verifica que la gente encuentra en el color azul aquello que este transmite.

Gráfica 05: Pregunta No. 05



Este punto del estudio de usabilidad, busca determinar el peso que tiene el encabezado (logo y título de la página) en la experiencia que el usuario tiene al navegar en el sitio. Como se ve en la gráfica, el 58% de los encuestados realmente están acertados en cuanto a la visión general de la página (un poco más de la mitad), y aunque es la mayoría del total, se tiene un porcentaje importante de usuarios que consideran que la página contiene información de temas de interés social o que es una página de una red social. Esto implica que el usuario, de entrada, no va a tener claridad del sitio web en el que se encuentra, lo cual conlleva a que muy posiblemente busque encontrar en él, links o espacios que verdaderamente el sitio no permite. De esta manera, la navegabilidad del usuario y su experiencia en el sitio web no será como éste lo espera.

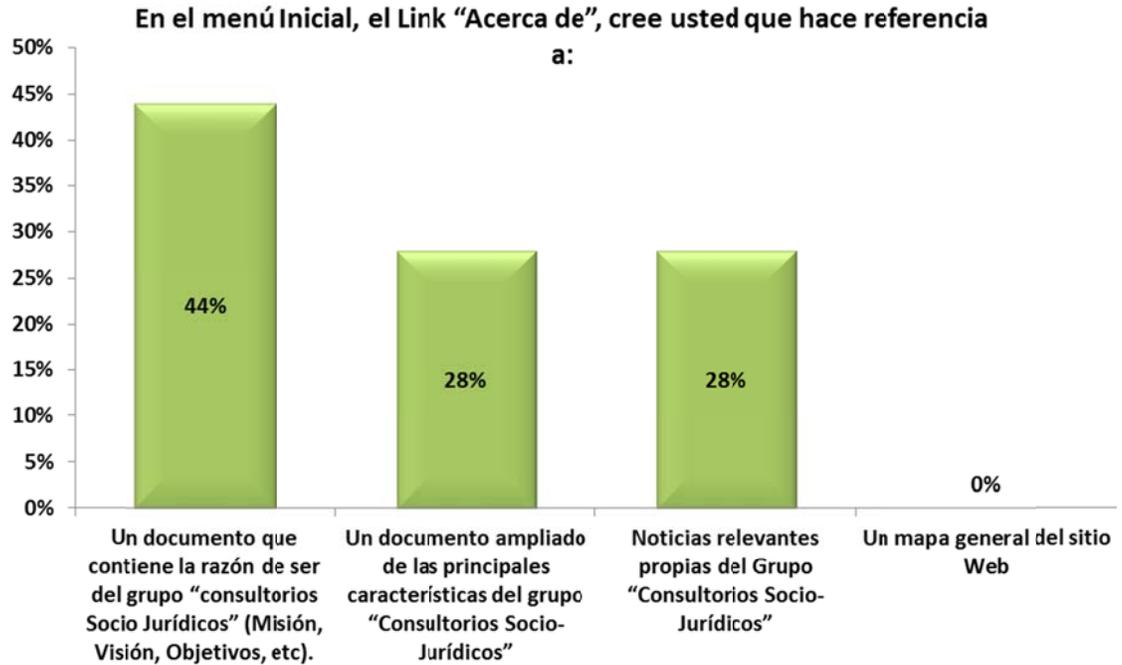
Gráfica 06: Pregunta No. 06



Por el porcentaje de respuesta de los usuarios sobre los cuales se realizó el estudio de usabilidad, se puede ver que las opiniones están divididas con respecto a este tema, es decir, no hay claridad en cuanto a lo que los nombres de los links del sitio web contienen. Mitad de los usuarios consideran que el link hace referencia a un repositorio de información para un posterior contacto de la página con el usuario y la otra mitad de los usuarios piensa que hace referencia a un lugar donde se encontrará información de las personas con las que puede contactarse en caso de necesitarlo. Esto permite inferir que los nombres de los links son fundamentales para facilitar la navegabilidad de los usuarios y que de ellos depende en gran medida, la experiencia que el usuario tendrá.

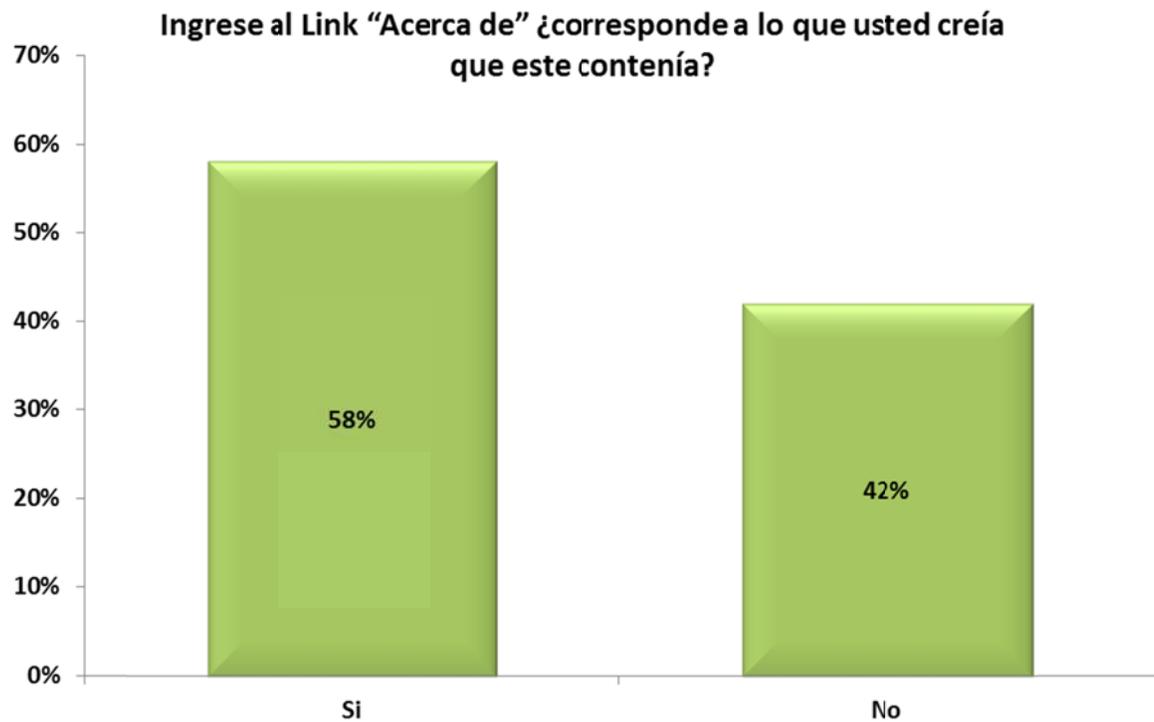
De igual manera, esta ambigüedad nos permite inferir que existen usuarios que buscan ser contactados y existen aquellos a quienes les gusta buscar con quien contactarse. De esta manera el sitio web debe acomodarse a estas diferentes necesidades de los usuarios.

Gráfica 07: Pregunta No. 07



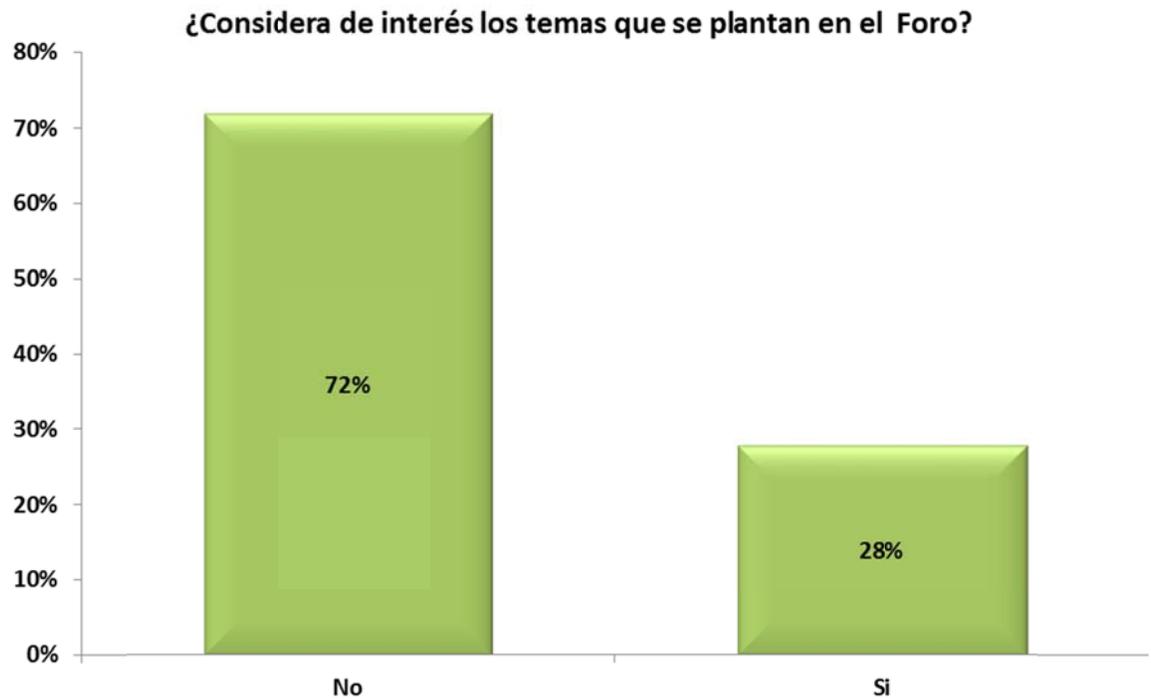
En la gráfica se puede observar como los usuarios sobre los cuales se realizó el estudio de usabilidad, no tienen claridad a nivel general de lo que los nombres de los links contienen o hacen referencia, es decir un 44% piensa que es un espacio informativo sobre la misión, visión y objetivos de la organización, un 28% piensa que es un documento de las características principales del grupo, y el restante 28% piensa que corresponde a las noticias relevantes del grupo u organización. Esto nuevamente expone la clara necesidad de que los links del sitio web sean más alusivos al contenido que guardan e igualmente expone la necesidad de un nivel de información más detallado.

Gráfica 08: Pregunta No. 08



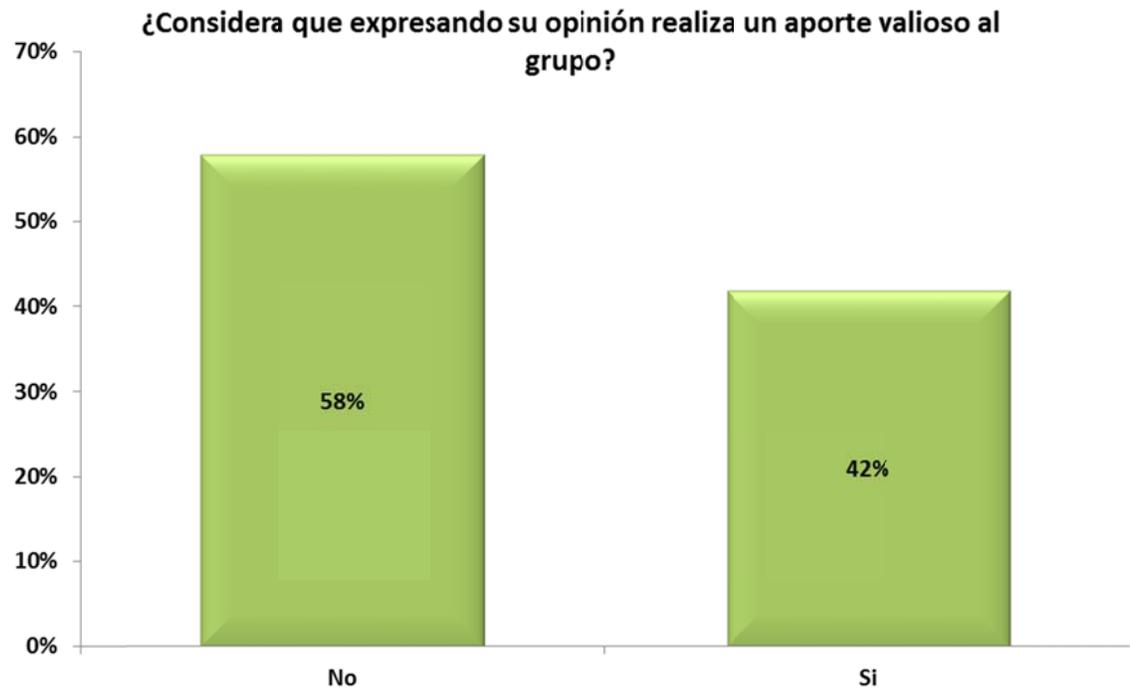
Nuevamente, los resultados se encuentran divididos, el 58% de los usuarios encontraron en el link aquello que estaban buscando y el 42% no encontró lo que buscaba o esperaba encontrar. De esta manera se ve una gran falencia en los nombres de los links, no corresponden al contenido que se tiene, o en su defecto, el usuario no lo está percibiendo de esta manera.

Gráfica 09: Pregunta No. 09



En cuanto al espacio destinado a la interacción de los usuarios, los foros, se puede observar según las gráficas, que un 72% de los usuarios sobre los cuales se realizó el estudio de usabilidad, encuentran interesantes y de gran valor los temas que se están poniendo en los foros. Esto incentiva a que el usuario constantemente esté ingresando al sitio web para conocer los temas planteados y los comentarios pertinentes de otros usuarios.

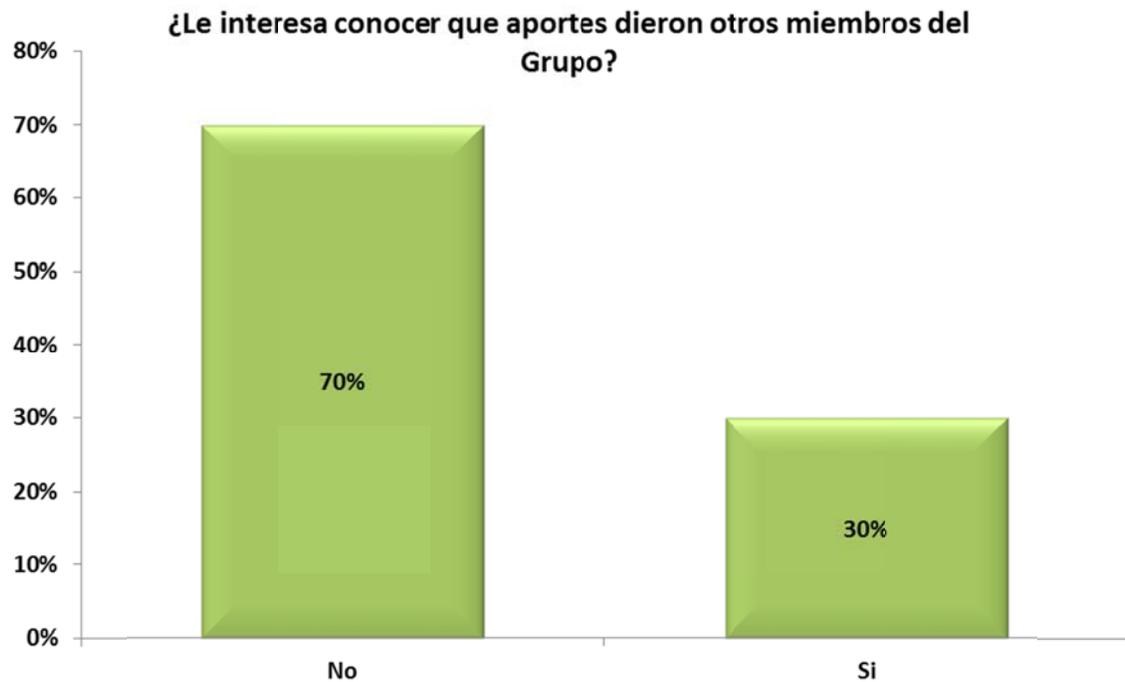
Gráfica 10: Pregunta No. 10



Aunque se ve una alta aceptación de los temas planteados en el foro por parte de los usuarios sobre los cuales se realizó el estudio de usabilidad, estos mismos en su mayoría, no consideran que realizar un aporte en el foro sea valioso. Esto puede llevar a inferir que no existe una dinámica de manejo del foro activa que permita a los usuarios estar informados de las nuevas opiniones. El foro se percibe plano y poco atractivo para ser utilizado.

Esto es de gran cuidado, puesto que aun así el foro contenga temas de interés, no está siendo manejado de forma tal que el usuario lo perciba como un valor agregado. El problema se encuentra en la forma, no el en fondo.

Gráfica 11: Pregunta No. 11

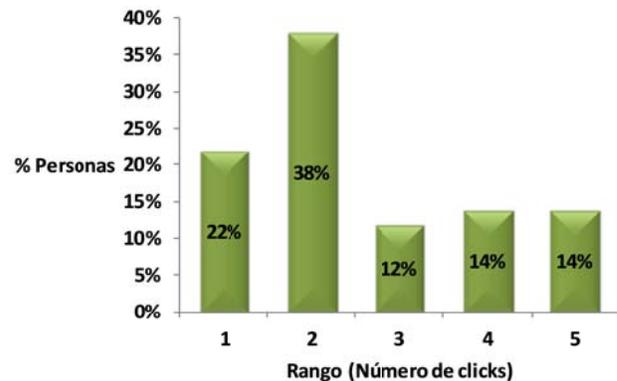


La mayoría de los usuarios sobre los que se realizó el estudio de usabilidad consideran que el conocer los aportes de otros miembros del grupo en los temas de interés del foro no genera un valor en ellos, no aporta cognitivamente. Esto puede verse directamente relacionado con la interacción que el aplicativo del foro permite. Esta es muy confusa, limitada y difícil de usar.

Tabla 01: Pregunta No. 12

12a Ubíquese en la página de inicio del sitio (home) y desde ahí busque un artículo llamado "Human Rights Library - University of Minnesota" - Número de pasos				
	Rango		# Personas	% Personas
1	0	3	11	22%
2	4	6	19	38%
3	7	9	6	12%
4	10	12	7	14%
5	13	15	7	14%
Total			50	
Promedio			7,2	
Desviación			4,0	

Gráfica 12: Pregunta No. 12



Según la teoría, entre menos clics deba realizar un usuario para encontrar una determinada tarea que se le ha propuesto por primera vez, implica una mayor sencillez por parte del sitio para con el usuario, es decir, una facilidad de aprendizaje alta, al igual que una muy buena eficiencia del sitio web, lo cual quiere corresponde al nivel de transacciones que un determinado usuario puede realizar por unidad de tiempo.

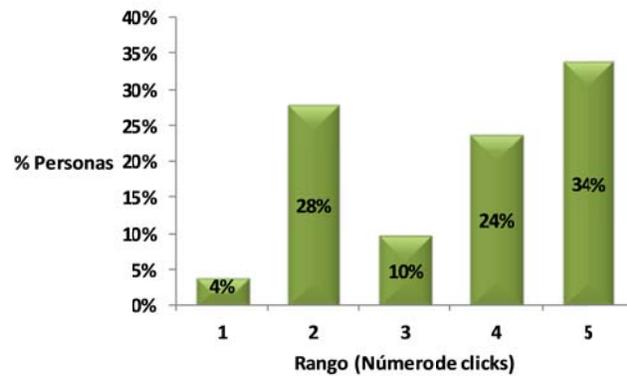
En la tabla Número 1, se puede observar como en el estudio de usabilidad realizado, el 60% de los usuarios realizan esta tarea oprimiendo entre 0 y 6 clics (22% de usuarios entre 0 y 3 clics y 38% entre 4 y 6 clics). Aunque más de la mitad de los usuarios sobre los cuales fue realizado el estudio de usabilidad presentan una tasa alta de aprendizaje y un porcentaje alto de eficiencia, se tiene un 28% crítico que realiza la tarea en un rango de 10 a 15 clics (14% de usuarios en un rango de 10 a 12 clics y 14% en un rango de clics de 13 a 15 clics).

Este contraste del 28%, revela como no para todo el mundo el sitio web se maneja de maneja intuitiva y por el contrario es bastante tedioso y complicado la realización de una tarea. A nivel general, esta tarea fue realizada en promedio en 7,2 clics, con una desviación estándar de 4 clics, los cuales son números bastante altos.

Tabla 02: Pregunta No. 12

12b	Ubíquese en la página de inicio del sitio (home) y desde ahí busque un artículo llamado "Human Rights Library - University of Minnesota" - Número de veces que oprimió atrás				
	Rango		# Personas	% Personas	
	1	0	3	2	4%
	2	4	6	14	28%
	3	7	9	5	10%
	4	10	12	12	24%
5	13	15	17	34%	
Total		50			
Promedio		10,2			
Desviación		5,5			

Gráfica 13: Pregunta No. 12

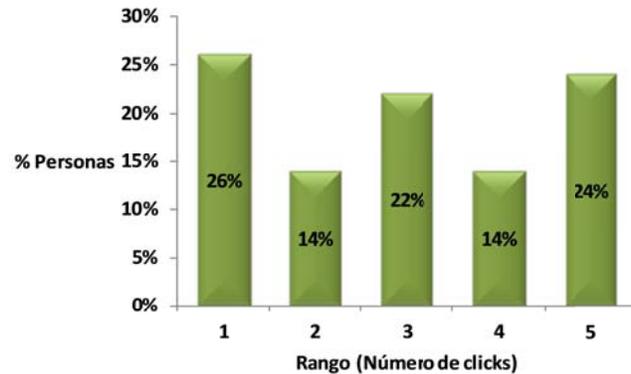


El número de veces que se oprimió el botón “atrás”, me permite validar la tasa de errores que el sitio web permite que el usuario cometa. En la tabla # 2, se observa un promedio de 10,2 veces que se oprime el botón atrás, con una desviación estándar alta, de 5,5 veces. En la gráfica 13, se observa como el mayor porcentaje de personas, un 58% se encuentran entre los rangos 4 y 5 que corresponden respectivamente de 10 a 12 veces y de 13 a 15, dos rangos bastante altos, es decir una tasa de error muy elevada, que refleja la dificultad del usuario para realizar una tarea.

Tabla 03: Pregunta No. 13

13a	Ubíquese en la página de inicio del sitio (home) y desde ahí busque la última Acta publicada por Santander sobre la Propuesta para la realización del IV Encuentro del Nodo - Número de Pasos				
		Rango		# Personas	% Personas
	1	0	3	13	26%
	2	4	6	7	14%
	3	7	9	11	22%
	4	10	12	7	14%
5	13	15	12	24%	
Total				50	
Promedio				7,9	
Desviación				4,5	

Gráfica 14: Pregunta No. 13



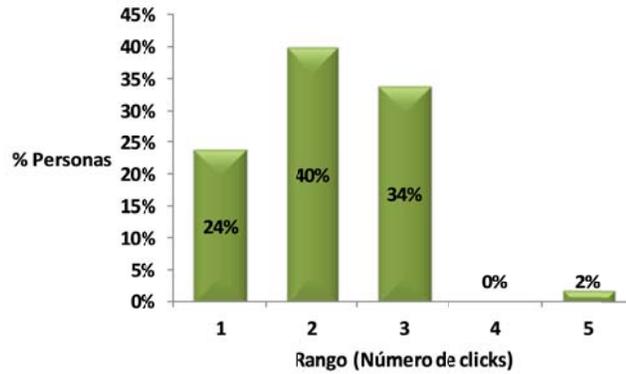
Para la realización de la tarea propuesta en la pregunta 13, se puede observar en la tabla #3 que se tiene un promedio de clics para conseguir el objetivo, de 7,9 es decir 8 clics con una desviación estándar de 4,5 clics. Aunque estos números de por sí ya son muy altos, se puede observar en la gráfica #14, como el 60% de los usuarios están entre los rangos 3, 4 y 5, es decir de 7 a 15 clics para la consecución del objetivo. A más de la mitad de los usuarios se les dificulta aprender a usar el sitio web de forma intuitiva.

Por otra parte, en la gráfica #14, se ve como un cuarto de los usuarios sobre los cuales se realizó el estudio, pueden realizar la tarea entre 0 y 3 clics. Aunque este resultado es positivo, el gran porcentaje de usuarios, se encuentra en los rangos más superiores.

Tabla 04: Pregunta No. 13

13b	Ubíquese en la página de inicio del sitio (home) y desde ahí busque la última Acta publicada por Santander sobre la Propuesta para la realización del IV Encuentro del Nodo - Número de Veces Atrás				
		Rango		# Personas	% Personas
	1	0	3	12	24%
	2	4	6	20	40%
	3	7	9	17	34%
	4	10	12	0	0%
5	13	15	1	2%	
Total		50			
Promedio		5,0			
Desviación		3,7			

Gráfica 15: Pregunta No. 13



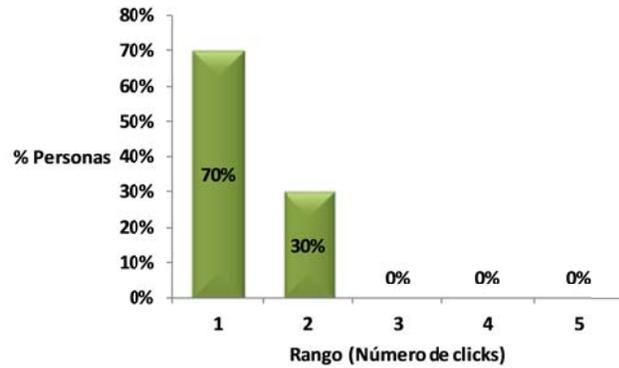
Para la realización de la tarea propuesta en la pregunta 13, se puede observar en la tabla #4 que se tiene un promedio veces que se oprimió el botón “atrás” en el esfuerzo a conseguir la tarea planteada, de 5,0 con una desviación estándar de 3,7 clics. Este promedio junto con la desviación estándar, permiten inferir que para los usuarios la tasa de errores que la página permite es muy baja y por ende la eficiencia es alta.

En la gráfica #15, se observa como entre los rangos 1 y 2, es decir de 0 a 6 veces, se encuentra el 64% de los usuarios.

Tabla 05: Pregunta No. 14

14a	Ubíquese en la página de inicio del sitio (home) y desde ahí busque y abra el Link "Secretaría Técnica" - Número de Pasos			
		Rango	# Personas	% Personas
	1	0 - 3	35	70%
	2	4 - 6	15	30%
	3	7 - 9	0	0%
	4	10 - 12	0	0%
5	13 - 15	0	0%	
Total		50		
Promedio		2,9		
Desviación		1,3		

Gráfica 16: Pregunta No. 14



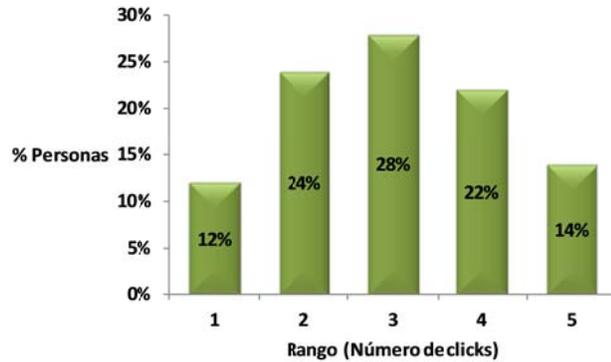
Para la realización de la tarea propuesta en la pregunta 14, se puede observar en la tabla #5 que se tiene un promedio de clics para lograr la tarea planteada, de 2,9 con una desviación estándar de 1,3 clics. Este promedio junto con la desviación estándar, permiten inferir que para los usuarios la tasa de errores que la página permite es muy baja y por ende la eficiencia es sumamente alta.

En la gráfica #16, se observa como entre los rangos 1 y 2, es decir de 0 a 6 veces, se encuentra el 100% de los usuarios sobre los cuales se realizó el estudio de usabilidad.

Tabla 06: Pregunta No. 14

14b	Ubíquese en la página de inicio del sitio (home) y desde ahí busque y abra el Link "Secretaría Técnica" - Número de Veces Atrás			
		Rango	# Personas	% Personas
1	0	4	6	12%
2	5	8	12	24%
3	9	12	14	28%
4	13	16	11	22%
5	17	21	7	14%
Total		50		
Promedio		10,9		
Desviación		5,7		

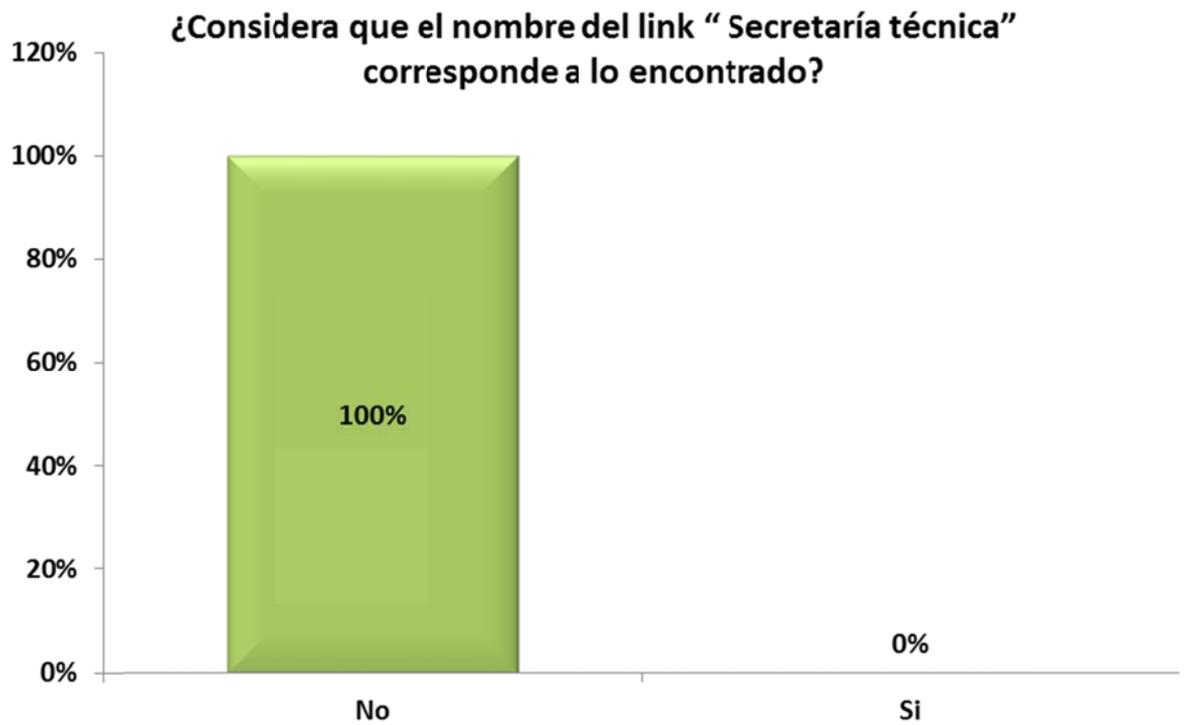
Gráfica 17: Pregunta No. 14



Para la realización de la tarea propuesta en la pregunta 14, se puede observar en la tabla #6 que se tiene un promedio de veces que se oprimió el botón atrás para lograr la tarea planteada, de 10,9, es decir 11 con una desviación estándar de 5,7 clics. Este promedio junto con la desviación estándar, permiten inferir que para los usuarios la tasa de errores que la página permite es alta y por ende la eficiencia es muy baja.

En la gráfica #17, se observa como los usuarios están casi que uniformemente repartidos a lo largo de los 5 rangos propuestos, pero se ve una concentración superior de usuarios (el 74%), entre los rangos 2,3 y 4 es decir, de 5 a 16 veces que se oprimió el botón atrás.

Gráfica 18: Pregunta No. 15



La gráfica #18, muestra una marcada tendencia al no, es decir los usuarios sobre los cuales se realizó el estudio de usabilidad consideran que el nombre del link “secretaría técnica no corresponde al contenido encontrado en el mismo. Nuevamente el usuario nos revela la falta de coherencia entre la palabra que conceptualiza el link y su propio contenido.

Gráfica 19: Pregunta No. 15

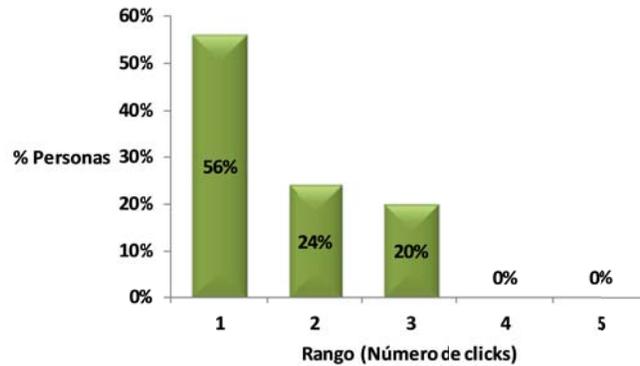


Lo que está reflejando la gráfica #19, va muy en línea con aquello que refleja la gráfica #15 y #16, es decir, los usuarios presentan altas tasas de error en la consecución de las tareas propuestas 10,2 errores en promedio y adicional exponen su insatisfacción y dificultad en la realización de la tarea propuesta más que todo debido al gran contenido que presenta la página en un espacio muy delimitado, lo cual transmite gran cantidad de información, pero de forma muy desorganizada.

Tabla 07: Pregunta No. 16

16a	Ubíquese en la página de inicio del sitio (home) y desde ahí busque la noticia "Competencias estudiantes de derecho" -			
	Número de Pasos			
	Rango		# Personas	% Personas
1	0	3	28	56%
2	4	6	12	24%
3	7	9	10	20%
4	10	12	0	0%
5	13	15	0	0%
Total		50		
Promedio		3,5		
Desviación		2,4		

Gráfica 20: Pregunta No. 16



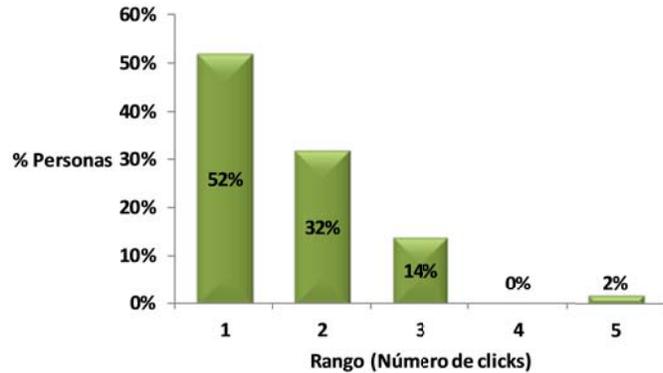
Para la realización de la tarea propuesta en la pregunta 16, se puede observar en la tabla #7 que se tiene un promedio de clics para lograr la tarea planteada, de 3,5 con una desviación estándar de 2,4 clics. Este promedio junto con la desviación estándar, permiten inferir que para los usuarios la tasa de errores que la página permite es muy baja y por ende la eficiencia es sumamente alta.

En la gráfica #20, se observa como entre los rangos 1, 2 y 3, es decir de 0 a 9 clics, se encuentra el 100% de los usuarios sobre los cuales se realizó el estudio de usabilidad.

Tabla 08: Pregunta No. 16

16b				
Ubíquese en la página de inicio del sitio (home) y desde ahí busque la noticia "Competencias estudiantas de derecho" - Número de Veces Atrás				
	Rango		# Personas	% Personas
1	0	3	26	52%
2	4	6	16	32%
3	7	9	7	14%
4	10	12	0	0%
5	13	30	1	2%
Total			50	
Promedio			3,6	
Desviación			2,2	

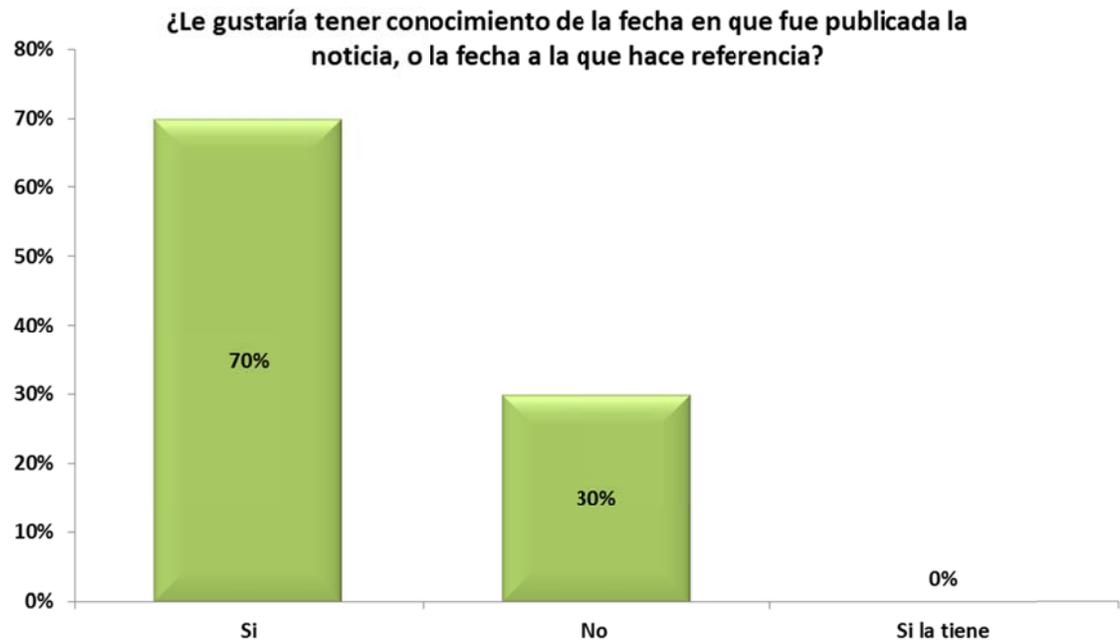
Gráfica 21: Pregunta No. 16



Para la realización de la tarea propuesta en la pregunta 16, se puede observar en la tabla #8 que se tiene un promedio de errores de 3,6 con una desviación estándar de 2,2 clics. Este promedio junto con la desviación estándar, van muy en línea con los resultados expuestos en la gráfica #15, lo cual permite inferir que los usuarios tuvieron facilidad para desarrollar la tarea propuesta y su tasa de error fue mínima.

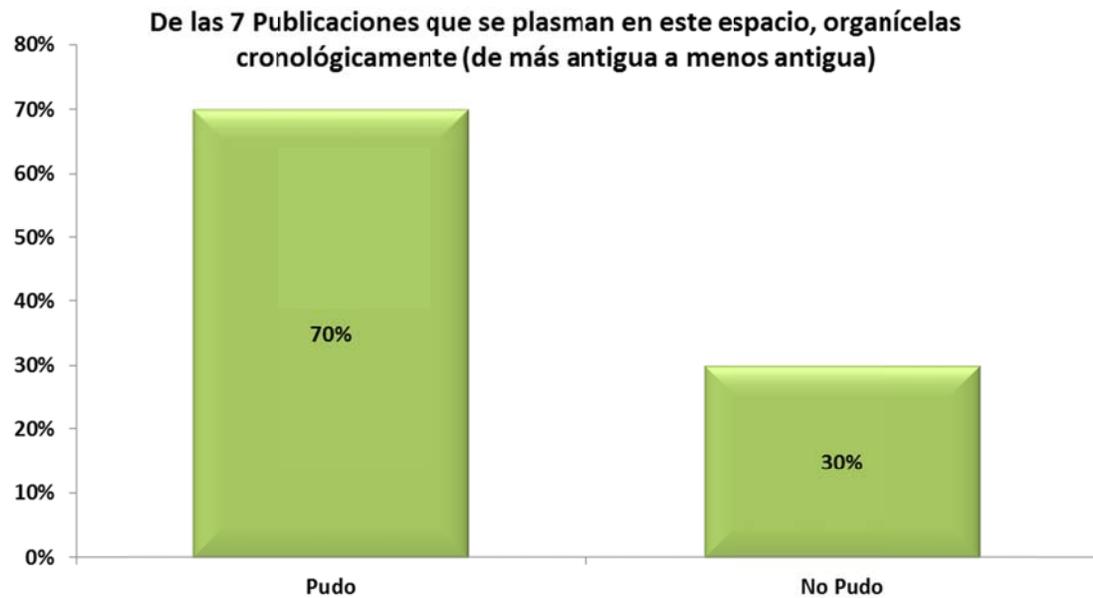
En la gráfica #21, se observa como entre los rangos 1, 2 y 3, es decir de 0 a 9 clics, se encuentra el 98% de los usuarios sobre los cuales se realizó el estudio de usabilidad, sin embargo, la gran concentración de usuarios está en el rango 1, de 0 a 3 errores.

Gráfica 22: Pregunta No. 17



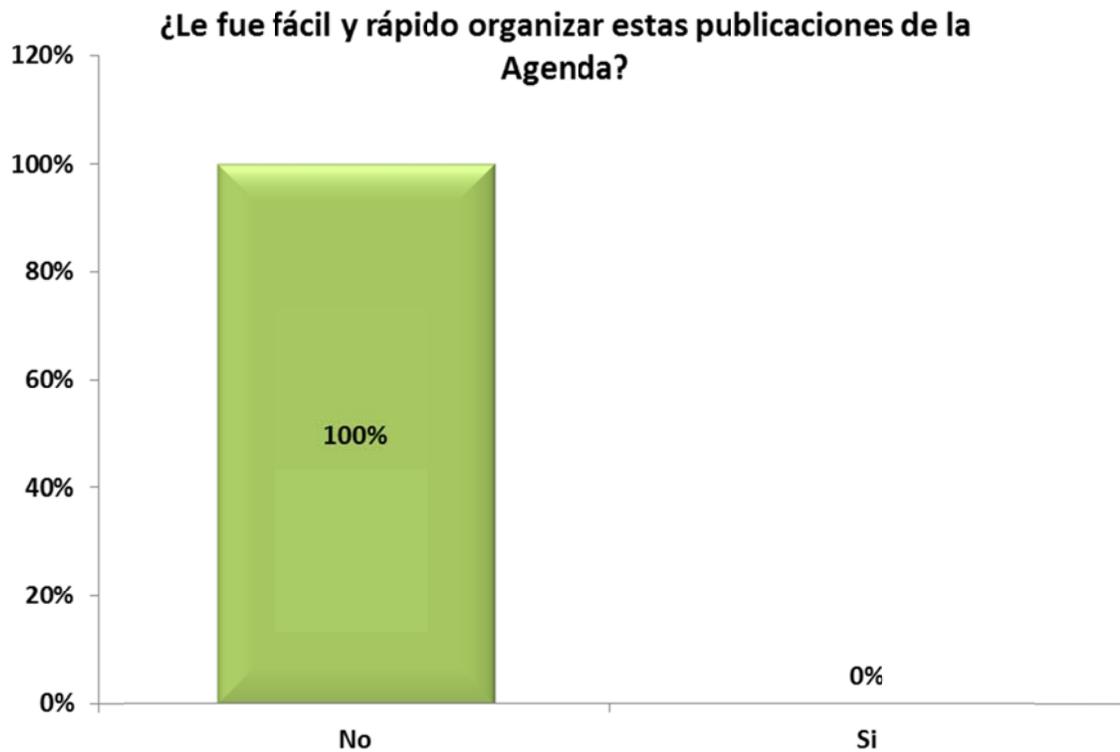
La gráfica 22 muestra como los usuarios perciben la falta de información relevante en el sitio web a analizar. Las noticias, que pueden estar variando día a día, no tienen fecha de publicación o fecha a la que hace referencia. Este punto, como lo reflejan los usuarios es fundamental, 70% de los usuarios desean conocer esta información. Esto hace que el usuario no quede satisfecho con la información encontrada.

Gráfica 23: Pregunta No. 18



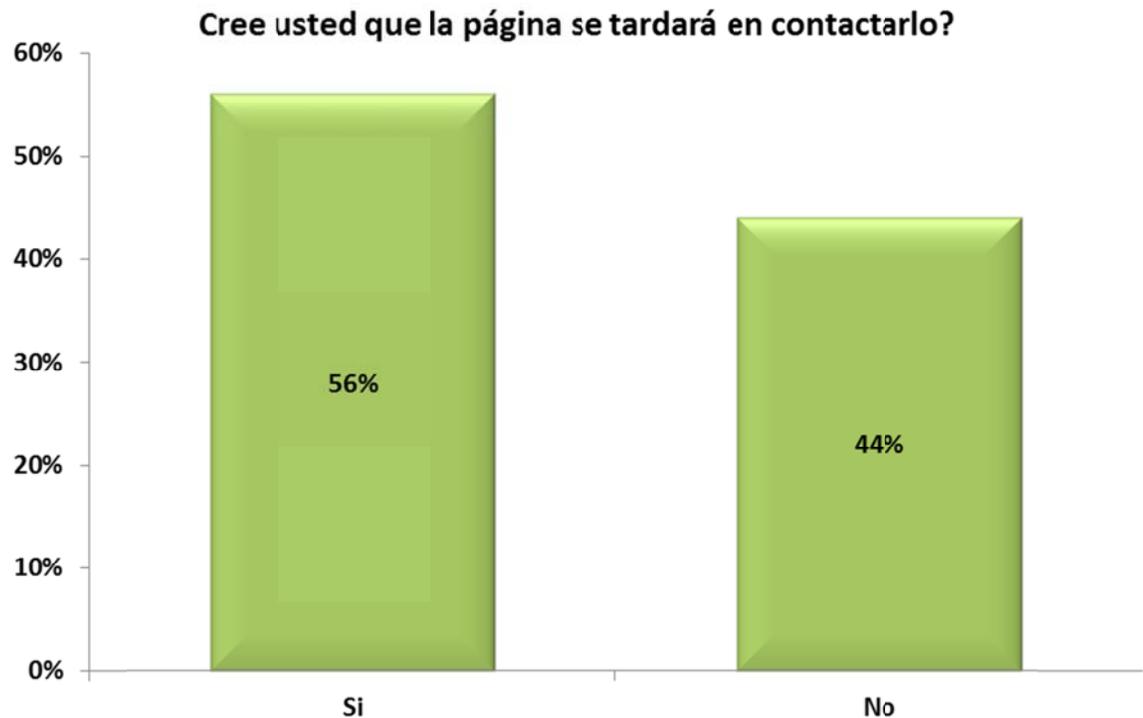
La gráfica 23, muestra cómo al 70% de los usuarios sobre los cuales se realizó el estudio de usabilidad se les dificultó y finalmente no pudieron realizar la organización de las publicaciones (noticias) de manera cronológica. Esto se debe primordialmente a lo que se plasma en la gráfica #21, las noticias no tienen fecha de publicación, siendo este un dato fundamental.

Gráfica 24: Pregunta No. 18



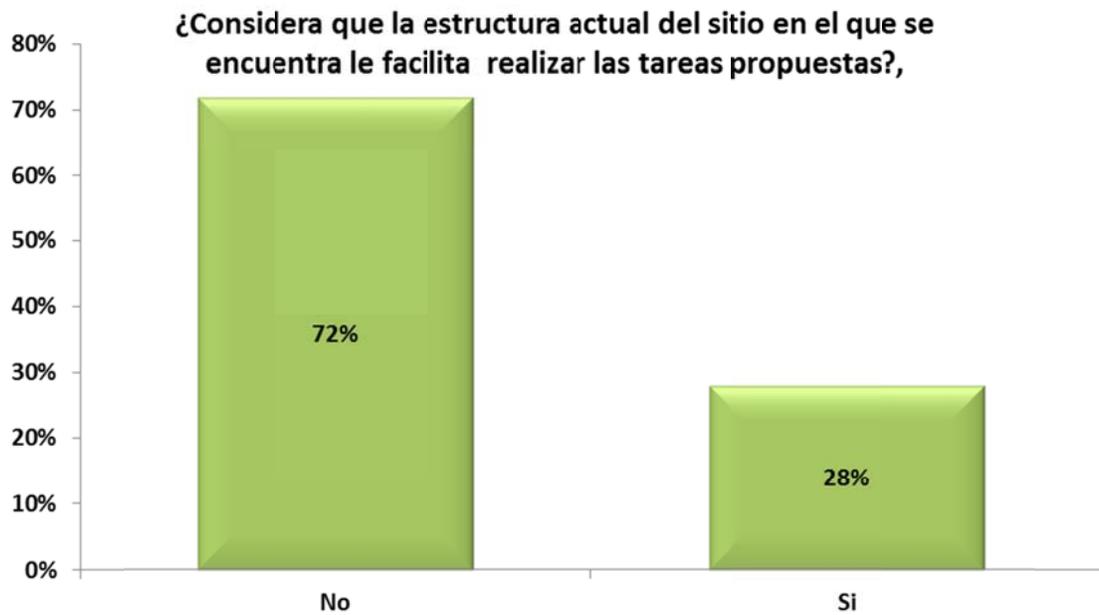
La gráfica 24 muestra una marcada tendencia de los usuarios al no, es decir al solicitarles que organizaran cronológicamente las noticias del sitio web que previamente debían buscar, los usuarios encontraron muy difícil realizar la tarea y la realizaron en un periodo de tiempo muy extenso. Esto se debe a lo reflejado en la pregunta 17, las noticias no tienen fecha de publicación, por ende no es posible para el usuario saber cuáles de ellas ya no tienen vigencia y cuáles son las que aplican o rigen para la fecha.

Gráfica 25: Pregunta No. 19,20



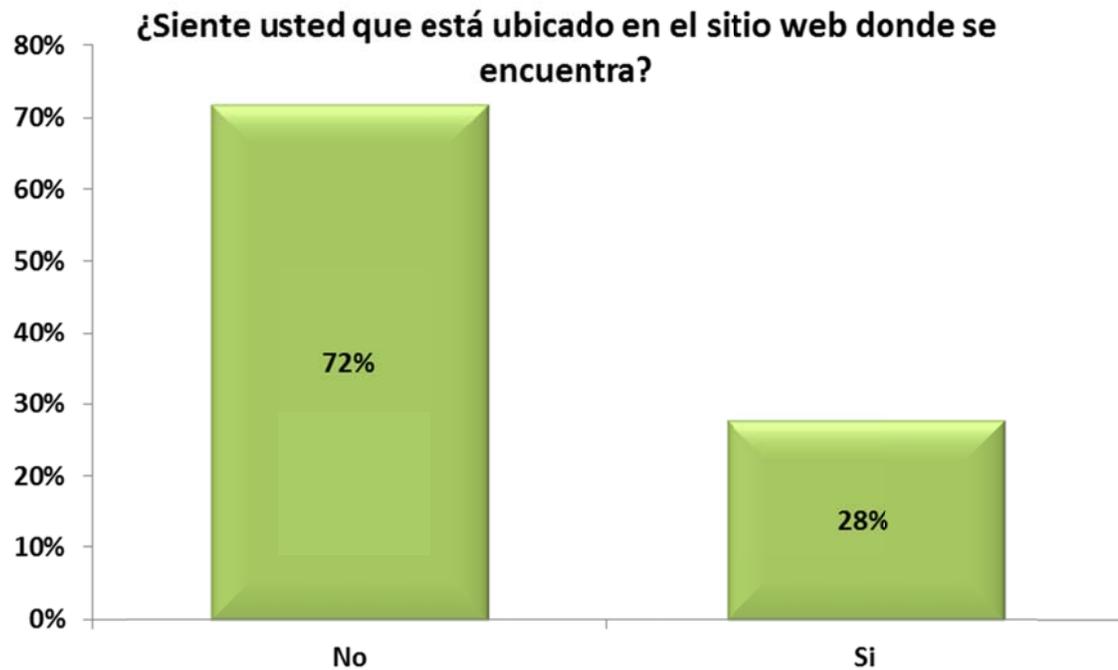
Les fue solicitado a los usuarios que en el link contactos, dejaran un mensaje en el cual solicitaran el interés en pertenecer al grupo, suponiendo que ellos no pertenecían a este. La metodología de contacto por parte de la página consiste en que el usuario deja sus datos y en días posteriores la organización se contacta con él. A esto se les preguntó a los usuarios si consideraban que el sitio web tardaría en contactarse con ellos a lo que las opiniones se encuentran divididas. 56% creen que si se tardaran en contactarlo y el 44% restante considera que no. La realidad es que el sitio web tarda bastante en contactarse con los usuarios para darles una respuesta vía mail. A los 2 meses llegó al correo de la autora del estudio la respuesta del 25% de las solicitudes, y pasados 3 meses no llegó ninguna más. Esto es sumamente delicado puesto que no existe un tiempo límite de respuesta, ni la confiabilidad por parte del usuario de que va a ser contactado. De esta manera, el sitio web está perdiendo características de interacción con los usuarios y de esta forma está perdiendo posibles miembros.

Gráfica 26: Pregunta No. 21



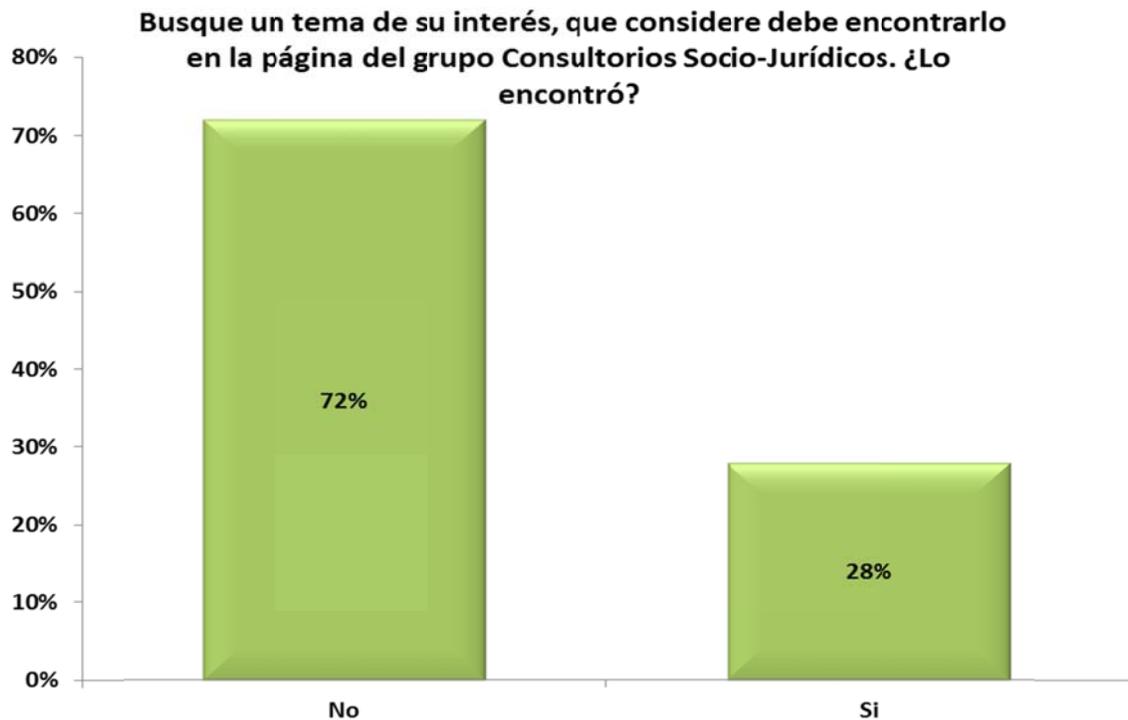
La mayoría de los usuarios sobre los cuales se realizó el estudio de usabilidad (72%) opinan que la página tiene una estructura compleja por lo que el desarrollo de las actividades de consulta se dificulta al igual que cualquier tarea que les sea propuesta. Esto refleja la necesidad de este tipo de usuario de enfrentarse a sitios web educativos del ámbito jurídico, más sencillos, que tengan la información de forma organizada y estratégica.

Gráfica 27: Pregunta No. 22



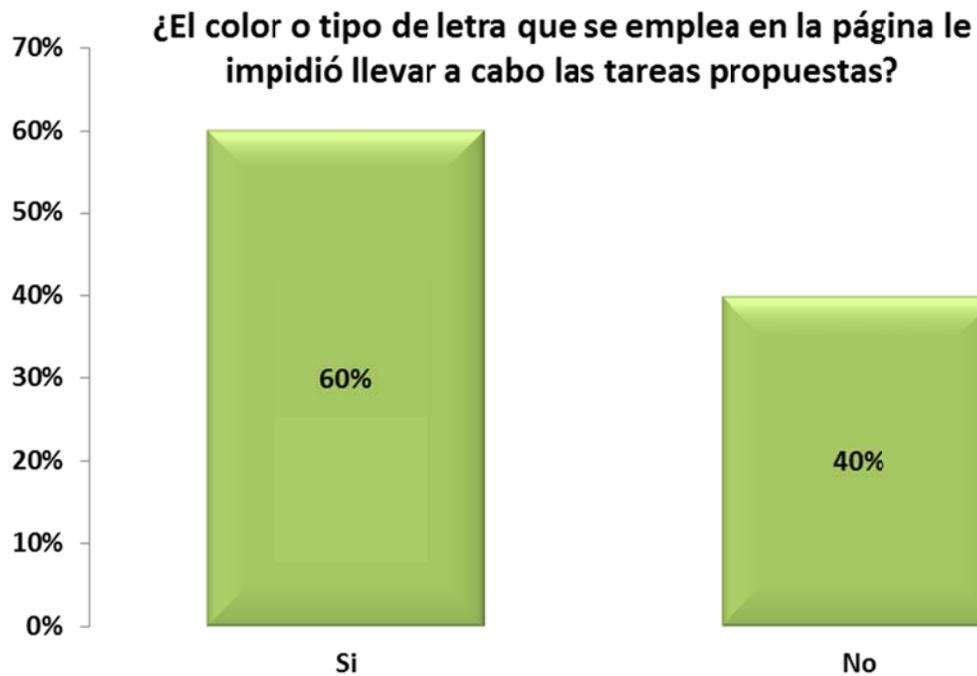
Según el gráfico 27, el 72% de las personas sobre las cuales se realizó el estudio de usabilidad, sienten que al adentrarse en la página realizando diversas tareas y consultas, pierden el control del sitio web, no saben dónde están, o como regresar a un punto de partida que les permita ubicarse. Esto genera en el usuario sensación de insatisfacción, puesto que para él es primordial sentir que tiene el control del sitio.

Gráfica 28: Pregunta No. 23



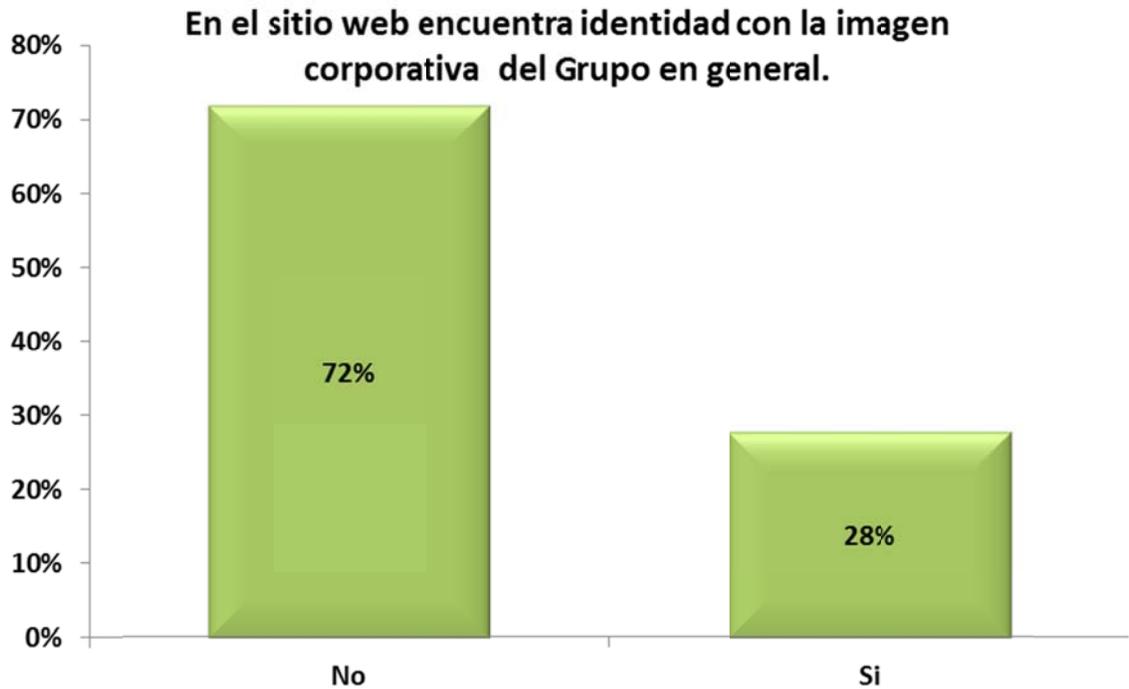
Los usuarios que realizaron el estudio de usabilidad, son usuarios que estudian carreras afines a la jurisprudencia, por ende pertenecen al grupo “Consultorios Socio Jurídicos”, a ellos se les pidió que realizaran una búsqueda libre, es decir de algún tema de interés que consideraran importante encontrar en el sitio. El 72% de los usuarios no encontró en el sitio su tema personal de interés. Esto refleja un nivel bajo de interacción entre el sitio web y los usuarios, no existe un espacio en donde ellos puedan realizar publicaciones técnicas de su interés que consideren importante compartir con en el sitio.

Gráfica 29: Pregunta No. 24



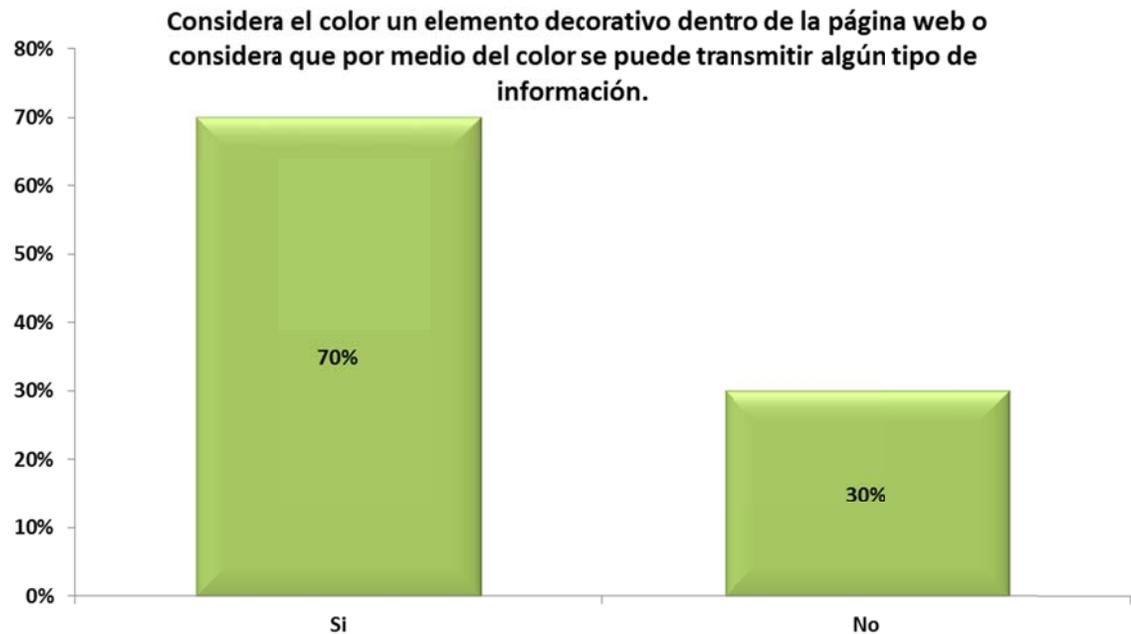
El 60% de los usuarios sobre los cuales se realizó el estudio de usabilidad, considera que el color o tipo de letra que tiene actualmente el sitio web es una limitación considerable para que se logren realizar las diferentes tareas o consultas. Las principales justificaciones a este tipo de pregunta consisten en que el tamaño de la letra es diferente en cada párrafo del sitio; la activación de negrita está tanto para títulos, como para un párrafo; no se resalta lo importante, sino cualquier frase irrelevante. Esto no le permite al usuario generar una estructura mental para organizar internamente su búsqueda, ni para entender la relevancia o no, de cada escrito.

Gráfica 30: Pregunta No. 25



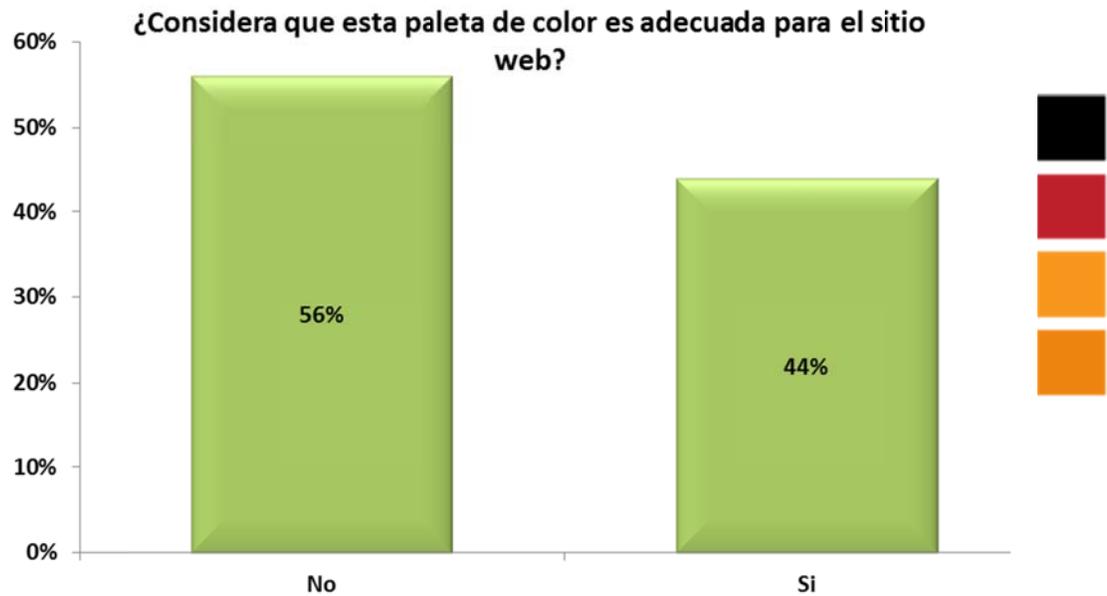
El 72% de los usuarios consideran que el sitio web, con la estructura física y de diseño que presenta actualmente, no representa de forma adecuada la imagen corporativa que el grupo “Consultorios Socio Jurídicos” quiere transmitir. Las principales razones por las cuales los usuarios no consideran que haya relación directa entre el sitio web y el mensaje corporativo del grupo hacen referencia a que aunque es un sitio web para gente joven, universitaria, los logos, mediante los muñecos y colores tan rosados, hace ver que el sitio web correspondiera a una red social o de intereses en común, le quita la seriedad que el grupo busca transmitir. Es sumamente importante que los usuarios directos sientan que el sitio web los representa y se sientan identificados con él.

Gráfica 31: Pregunta No. 26



El 70% de los usuarios sobre los cuales se realizó el estudio de usabilidad consideran que el color es un medio de información importante en el sitio web. Mediante el color, consideran los usuarios, que se transmite al usuario final la relevancia, seriedad o importancia de la información plasmada. Aunque consideran que es un elemento fundamental en el diseño, tienen claro que mediante los colores de un sitio web, se le transmite al usuario gran parte del mensaje que se le quiere transmitir mediante la información.

Gráfica 32: Pregunta No. 27



Se les expuso a los usuarios la paleta de colores que maneja actualmente el sitio web. Se les pregunto si consideraban adecuada el uso de ella para el sitio web, a lo que 56% respondió negativamente. En esta pregunta se encuentra una contrariedad versus la respuesta de la pregunta 2 y 3 puesto que la gran mayoría respondió que los colores no le parecían adecuados que le transmitía desidia y adicional que recomendaban el azul como color adecuado para el sitio web.

Como primera medida, un sitio web debe ser desarrollado y diseñado en función de los usuarios. No deben ser los usuarios quienes se acoplen al sitio web. De no ser así, la experiencia en el sitio web será difícil para el usuario, puesto que estará constantemente en un aprendizaje del manejo del sitio web, y nunca tendrá el control del mismo.

Cuando el sitio web está desarrollado en función de todo tipo de usuario que pueda ingresar a él, la curva de aprendizaje es más corta y por ende la recordación del uso del mismo es más alta. Esto incrementa la satisfacción del usuario al navegar por el sitio web.

El sitio web del grupo consultorios socio jurídicos, parece estar diseñado de forma intuitiva, puesto que dadas las diversas tareas que los usuarios sobre los cuales se desarrolló el estudio de usabilidad tuvieron que hacer, ninguno logró completarla de forma fácil y rápida. A cada uno de ellos le tomó bastante tiempo y esfuerzo completarla.

Esto se debe a la falta de pre-diseño del sitio web, las diversas tareas que se pueden desarrollar en él, no tienen establecido un tope máximo de pasos para realizarla teniendo en cuenta que cada usuario no piensa de la misma manera ni inicia su tarea desde el mismo lugar del sitio web. De igual manera cada tarea no tiene varias opciones para ser ejecutada, cuenta con 2 o 3 caminos únicamente.

Esto limita al usuario a tener una excelente memoria para recordar cómo fue que realizó la tarea la primera vez para realizarla de la misma manera en futuras ocasiones.

Por otro lado, el diseño del sitio web, es un diseño plenamente intuitivo, no es agradable a los usuarios que van a experimentar y navegar en el sitio web.

Por tal motivo, no es un diseño que se acople para hacer sentir las diversas emociones y sensaciones que un sitio web jurídico debe hacer sentir a los usuarios.

A grandes rasgos, los usuarios consideran que es un sitio web que les genera desidia, monotonía, aburrimiento, que puede llegar a confundirse con una red social, o con una página de temas de interés social.

Esto muestra la falta de claridad que los colores, los diseños, el logo y el slogan tienen frente al usuario.

Un sitio web jurídico debe inspirar elegancia, respeto, organización y confiabilidad, puesto que el contenido que allí se encuentra es sumamente importante y relevante.

Por ello, los colores del sitio web, los tipos, tamaños y colores de letras, el logo, el slogan y la estructura deben adecuarse a las necesidades de la organización o grupo, y así poder reflejar los puntos base de la misma.

De la misma manera, los usuarios sienten que no hay constante interacción entre el sitio web y ellos mismos, creen que sus aportes en aplicativos como el foro no son de gran valor ni para el sitio web, ni para otros usuarios, puesto que es una herramienta muy plana. Adicional a ello, consideran que la forma que el sitio web propone oportuna para contactar a un usuario es muy lenta, poco ágil, inclusive algunos usuarios consideran que el sitio web tardará bastante o no llegará a contactarse con ellos.

Este ítem es sumamente relevante puesto que es la manera como el sitio web genera un vínculo con el usuario y hace que pase de ser un sitio web 1.0 a un sitio web 2.0, donde la interacción es total y el usuario siente que tiene el control total del aplicativo.

Si un sitio web no genera interacción con el usuario, éste perderá interés en retornar al sitio web, pues todo lo que tiene por hacer en él es consultas y lecturas de artículos sobre los cuales no puede hacer la mínima opinión.

De forma general, los usuarios encuentran un sitio con grandes falencias, la información no es clara, completa, no tiene fechas de publicación, no tiene autores, ni fechas de creaciones. El usuario no siente que este en un sitio web confiable, que le garantice que tendrá información organizada, relevante y oportuna.

Teniendo en cuenta todo lo previamente mencionado, se puede decir que los sitios web educativos del ámbito jurídico, deben contar con un modelo de desarrollo tanto a nivel físico-gráfico, estructural y a nivel de contenido. Un sitio web jurídico debe ser organizado, elegante, estructurado, debe contener información detallada, y debe brindarle al usuario diversas alternativas de navegación.

A continuación se muestra el resultado y respectivo análisis de cada una de las preguntas que se realizaron en el estudio de usabilidad. Este análisis permitirá construir un modelo de diseño y desarrollo.

9. DISEÑO DEL MODELO

Teniendo los resultados arrojados por el estudio de usabilidad, al igual que un análisis de cada uno de los puntos del mismo, se procede al diseño del modelo de sitios web educativos del ámbito jurídico. Este modelo estará soportado bajo la teoría previamente sustentada y el análisis de los resultados.

Para ello, se tendrán en cuenta 3 aspectos fundamentales, que soportarán la estructura y diseño del sitio web:

- Físico: dentro de este aspecto, se incluyen factores que parecen no ser relevantes, pero son sumamente indispensables para permitir que la experiencia del usuario sea plenamente agradable y de la misma manera, el sitio web pueda transmitir el mensaje y contenido que se propone de una manera más transparente. Dentro de estos factores se encuentra la paleta de colores, el tipo, tamaño y color de la letra, los íconos a usar, el slogan, el número de líneas apropiadas para los párrafos, las imágenes.
- Estructural: en este aspecto, se tienen en cuenta factores que le permitirán al usuario navegar por el sitio web con facilidad, y de esta manera encontrar la información que ellos están buscando. Estos factores están relacionados con la estructura de la información del sitio web, es decir que tan fácil le queda al usuario llegar a encontrar aquello que busca, adicional a qué tan amigable es la estructura que se le presenta y por ende le permita interactuar con la misma. Dentro de estos factores, están: la conceptualización de los títulos de los links que se presentan en el sitio, el número de caminos o maneras que tiene el usuario para

acceder a un mismo contenido, el número de pasos que debe dar el usuario para acceder a un contenido, la organización que se tiene de la información, los aplicativos o espacios en el sitio web que permiten la interacción.

- Contenido: Este aspecto es sumamente importante, pues es la finalidad de un sitio web. El contenido es la razón de ser de un sitio web, si el contenido es adecuado, suficiente y detallado, cumple con las expectativas que el usuario tiene, pero por otro lado, si el contenido no está completo, si no está detallado y deja al usuario con uno o varios interrogantes, así la estructura y el aspecto físico sean los adecuados, el usuario tendrá una mala experiencia. En este aspecto, se tendrá en cuenta que el contenido esté, que se tenga conocimiento de cuándo es ese contenido que se publica, al igual que de quién lo publica, que el nivel de detalle sea alto, al igual que tenga otros links o espacios del sitios web donde se soporte este contenido.

Teniendo claros los aspectos que se tendrán en cuenta para definir el diseño de un sitio web educativo del ámbito jurídico, se procederá a la proposición del mismo. Para ello, se tiene como primera base el estudio de usabilidad que se realizó sobre 50 usuarios directos del sitio, como base secundaria, se tendrá la experiencia que la persona que desarrolla el presente trabajo tuvo al interactuar con el sitio, teniendo claro que era la primera vez que ella interactuaba con él y que esta persona no tiene relación alguna con temas jurídicos, todo esto estará soportado en la teoría de la usabilidad, la web 2.0, y la teoría del color.

9.1. Aspecto físico

9.1.1. Paleta de colores

Se tiene claro que la paleta de colores que se está manejando actualmente en el sitio web transmite a los usuarios sobre los cuales se realizó el estudio de usabilidad, sentimientos de desidia y monotonía, sentimientos que no apuntan a lo que el contenido de la página busca transmitir. Según la teoría del color, esta paleta que se está implementando en el sitio web, es una paleta monocromática, es decir, se están implementando colores derivados unos de otros, específicamente, colores naranjas. El naranja transmite calor, luz, radiación del sol, pero según los resultados obtenidos del estudio de usabilidad, estos colores utilizados como base, no están siendo apropiados para el ámbito jurídico.

Por el contrario, el estudio de usabilidad muestra que los colores azules son aquellos que a los usuarios les gustaría encontrar en el sitio web jurídico, puesto que buscan que este color les transmita innovación, estimulación mental e inteligencia. Según la teoría del color, el color azul transmite sentimientos de reposo, tranquilidad, serenidad, misticismo, sentimientos que van muy de la mano con aquello que el usuario pretende encontrar.

De esta manera, se tiene claro que el color base a utilizar en el sitio web, debe ser el color azul, pero si éste es empleado de forma total, es decir sin complemento de algún otro color, o de forma monocromática como está siendo utilizado actualmente el naranja en el sitio web, el usuario podría volver a experimentar los sentimientos previos de desidia y monotonía y por ende tener una experiencia negativa en el sitio web.

Es por ello que se propone usar los colores complementarios, como lo señala la teoría del color. Dos colores son complementarios si en el círculo cromático se encuentran diametralmente opuestos. En este orden de ideas, se tiene que el color azul es complementario al color naranja.

Cuando se utilizan colores complementarios estos se avivan e intensifican mutuamente sí y solo sí uno de ellos presenta alto valor tonal y el otro un bajo valor tonal o si las áreas sobre las cuales se va a aplicar cada uno de estos colores son de tamaños plenamente diferentes.

Debido a todo lo expuesto previamente se tiene claro que para el diseño del sitio web del ámbito jurídico, los colores a usar son el azul y el naranja, el azul al ser el color base, debe presentar alto valor tonal, para transmitir misticismo, serenidad, inteligencia e innovación, al igual que para avivar el otro color a usar, el naranja, cuyo valor tonal debe ser bajo, transmitiendo así calor, vida, madurez y luz.

El azul debe ser el color que, en tamaño se note más, pues apunta a lo que el usuario busca encontrar y experimentar, el naranja debe estar en menor proporción, para garantizar que el usuario no experimente monotonía y monocromía y así se pueda transmitir de forma correcta la información que en el sitio web se va a encontrar.

9.1.2. Letra

La letra en un sitio web es sumamente importante, puesto que es el medio de transmisión directo del contenido plasmado y el usuario.

El tamaño de la letra permite reflejar la importancia, de un contenido, por ejemplo, los títulos, por lo general, tienen un tamaño de letra mayor al

contenido, puesto que de esta manera resaltan el tema que posterior a él se va a tratar. Los subtítulos, por lo general, se encuentran en negrita, subrayados o en un tamaño intermedio entre el título principal y el contenido.

El color de la letra, al igual que el tamaño, permite resaltar la importancia de un contenido, y debe ser usado de forma armónica con los colores principales de la página, de forma tal que sea legible para el usuario y que no genere sentimientos de rechazo al contenido que se quiere tratar.

Por último, el tipo de letra es fundamental, pues es el que determina la posibilidad del usuario de entender con facilidad y claridad el contenido. Una letra muy artística o decorativa, no es fácilmente legible, y no está acorde al contenido serio, e importante que el sitio web quiere transmitir.

Actualmente, los usuarios sobre los cuales se desarrolló el estudio de usabilidad exponen que el tipo de letra, el color y el tamaño influyen a que su experiencia en el sitio web no sea agradable. Hay ciertos usuarios que manifestaron que al tener problemas de visión el tipo de letra es muy pequeño. Igualmente que hay espacios en el sitio web, en los cuales el tamaño de la letra del contenido es mayor al título, o que los colores no se mantienen en un mismo artículo. Esto le resta elegancia y seriedad. De igual manera manifestaron que se pierden al dirigirse a un link o espacio del sitio web, pues no tienen claridad de por dónde iniciar ya que no saben que artículo o que contenido es más importante que el otro, inclusive, desconocen cuál es el resumen de un artículo y cuál el contenido extendido.

Como se puede observar, el tamaño, tipo y color de letra está directamente relacionado con el contenido mismo, puesto que donde estos tres factores mencionados previamente no sean adecuados y acordes a la importancia de la información, el usuario no encontrará atractivo el contenido, no hay que olvidar que toda la información entra por los ojos.

Debido a todo lo expuesto previamente, a continuación se propone la correcta utilización de la letra, tanto en su color, en su tamaño como en su tipo, en cualquier contenido que se muestre en un sitio web jurídico.

9.1.3. Tipo de letra

Un sitio web jurídico, busca transmitir seriedad, elegancia, al igual que dinamismo, inteligencia y serenidad.

Por ello es que el tipo de letra debe reflejar esas cualidades, no puede ser un tipo de letra con muchas curvas, decorativas y arabescas. El tipo de letra Arial es el recomendado para ser utilizado, pues es una letra que brinda al contenido seriedad y elegancia, que es fácil de entender y permite al usuario agilidad en la lectura. De igual manera no es un tipo de letra monótona, que genere cansancio en el usuario, de hecho, es el tipo de letra recomendado en los documentos de investigación.

9.1.4. Tamaño de letra

En cuanto al tamaño de la letra, esta debe diferir según el contenido, es decir el tamaño transmite al usuario importancia del contenido.

Los títulos principales, por lo general, deben tener un tamaño mayor (en 4 Unidades) a los subtítulos, un tamaño de letra 26 para los títulos es adecuado, tanto para cautivar la atención del usuario, como para diferenciarlo de los subtítulos y el contenido.

Los subtítulos, deben tener un tamaño intermedio entre los títulos y el contenido, por lo general, un tamaño entre 20 y 22 unidades, es recomendado

para brindarle la importancia del mismo y expresarle al usuario que, aunque es un renglón importante, el tema central lo contiene el título.

El contenido por su parte, siendo finalmente el objetivo final del usuario, y aquel aspecto de mayor importancia en un sitio web, no debe tener un tamaño muy pequeño que haga que el usuario encuentre poco atractivo e inclusive, aburrido leerlo. El tamaño de letra recomendado está entre 16 y 18 unidades, esto variando directamente con el tamaño de los subtítulos, es decir si el subtítulo tiene tamaño de letra 22 unidades, el contenido debe tener un tamaño de letra de 18 unidades, pero si por el contrario los subtítulos tienen un tamaño de letra de 20 unidades, el contenido debe tener un tamaño de letra de 16 unidades.

Como se puede observar, el tamaño de letra va de la mano con la estructura de títulos, subtítulos y contenido. De igual manera, puede combinarse con el color de la letra, puesto que éste, al igual que el tamaño, adjudica importancia a la información.

9.1.5. Color de Letra

El color, es una característica de la letra de igual importancia al tamaño y al tipo. El color da características de elegancia, dinamismo e importancia al contenido.

Teniendo en cuenta los colores seleccionados como base del sitio web (azules y naranjas), el tipo de letra debe complementarse con ellos.

No se recomienda usar el mismo color azul o naranja en tonalidades diferentes, puesto que resta seriedad, y cansa al usuario en la lectura.

Si el fondo del artículo es de color azul, se recomienda el uso de un color blanco en la letra del contenido, teniendo presente que el tono del azul no debe ser tenue, pues debe complementarse con el naranja para dar vivacidad.

Por otro lado, si el fondo del artículo es de color naranja, se recomienda el uso de un color negro en la letra del contenido, pues de esta manera se resalta sobre el naranja tenue.

Teniendo presente los colores que ya empiezan a utilizarse en el sitio web, no se recomienda el uso de ningún otro, puesto que comenzaría a restarle elegancia al sitio web. Es por ello que para el manejo de títulos principales y subtítulos, se recomienda jugar con el uso de negrita, con el subrayado al igual que con el ya mencionado tamaño de letra para generar la diferenciación. Por ningún motivo, la cursiva debe ser empleada en los títulos y subtítulos, puesto que la finalidad de ella es destacar de forma elegante, algún comentario dentro del contenido.

Por ende, el título, debe ser negro o blanco, de acuerdo al fondo del artículo, y puede estar en negrita y subrayado. El subtítulo, debe tener el mismo color del título, y puede estar únicamente en negrita. Finalmente el contenido, debe de igual manera, tener el mismo color que el título y subtítulo, pero no debe presentar ni negrita, ni subrayado. Si existe alguna frase a destacar, debe emplearse la cursiva, pero manteniendo el mismo color.

Finalmente, y apuntando a la cualidad de seriedad del sitio web, se recomienda que los artículo siempre tengan un mismo color de fondo, es decir que se decida de entrada si el azul o el naranja será el color a implementar, sin dejar a un lado que el azul es el color base.

9.1.6. Párrafos

Los párrafos en un contenido son sumamente importantes, puesto que le transmiten al usuario pausas, y cambios.

Si un párrafo es sumamente extenso, el usuario se va a sentir fatigado y se perderá en la idea que se quiere transmitir.

Por otro lado, si un párrafo es sumamente corto, el usuario percibirá que la idea que en él se quiere transmitir no es muy profunda y por ende no hay mucho de qué hablar sobre ella.

Un párrafo que contenga una idea importante y sobre la cual se quiere dar gran detalle, no debe tener más de 10 renglones, de lo contrario el usuario se verá perdido en tanta información. Si la información debe ser presentada con tanto detalle que en 10 renglones no es posible plasmar todo, es importante particionar la información en varios párrafos, seguidos uno tras otro por un punto aparte.

Por el contrario, si una idea es tan sencilla que no sugiere alto detalle, esta debe tener como mínimo 2 renglones para que captive la atención del usuario y este no se salte en la lectura esta idea.

Cuando los párrafos son de 10 renglones, el uso constante de signos de puntuación es fundamental, puesto que generan pausas en el usuario, y distinción de las ideas.

Todo contenido, debe presentar una introducción, es decir un párrafo donde a nivel de resumen, se exprese la información que se encontrará de manera detallada en el contenido posterior. De esta forma, si para un usuario esta

información no es relevante, con sólo leer la introducción se lleva una idea completa y general del artículo.

La suma total de los párrafos de un artículo no debe sobrepasar el espacio de una pantalla de computador y media, puesto que al usuario le parece tedioso tener que dar clic constante hacia abajo para terminar el artículo. Hay muchos de ellos que por tenerlo que hacer, prefieren dejar de leer el artículo. En caso de que el artículo tenga tanta información que sobrepase este límite, se sugiere particionar el artículo en dos, de forma tal que cuando el usuario termine la primera parte, sienta que leer la segunda es empezar algo nuevo, en vez de continuar con algo exageradamente extenso.

9.1.7. Íconos

Los íconos de sitios web jurídicos, al igual que el resto de características, deben reflejar seriedad y elegancia. De forma general, los íconos que se utilizan en un sitio web son las flechas hacia adelante, hacia atrás, los recuadros de los links del menú principal, figuras alusivas a los contenidos, entre otras.

Estos íconos, por ningún motivo deben ser caricaturescos, o contener colores que desatinen con los principales de la página. De igual manera, se recomienda el uso controlado de los íconos, con el fin de no restarle elegancia al sitio web.

9.1.8. Logo y Slogan

El logo y el slogan de un sitio web, son la carta de presentación a un usuario, puesto que es lo primero con lo que el usuario se encuentra al ingresar al sitio web. En el sitio web actual, estos dos elementos no transmiten el mensaje que se busca. Los usuarios lo asocian con una red social, o con un sitio web de temas de interés social, puesto que como va dirigido a gente joven, pero trata

de temas serios e importantes, se buscó un logo fresco, dinámico que transmitiera interacción. Sin embargo, este logo puede pasar del dinamismo a la caricatura, puesto que los colores, la forma y el diseño así lo demarcan. Para este tipo de sitios web, se busca que el logo y el slogan hagan alusión directa al tema central del sitio, sin hacer que el usuario se tenga que esforzar para adivinar, es decir que sea intuitivo y evidente. En este caso, símbolos como un martillo de un juez, una constitución, un documento legal siendo firmado por una persona, o una bandera son bastante representativos y teniendo en cuenta que va dirigido a gente joven, puede combinarse con formas y colores que así lo transmitan.

El slogan por su parte, debe ser el mismo que tiene el grupo consultorios socio jurídicos, y debe estar junto al logo, para contextualizar al usuario en el sitio web al que ingresó. De esta manera se evita que de primera impresión, el usuario se sienta desubicado, perdido y que no tenga noción de por dónde empezar, como fue manifestado por los usuarios en el estudio de usabilidad realizado. Teniendo un logo y el slogan claros, el usuario no tendrá que recorrer por encima el sitio web para saber de qué temas trata.

9.2. Aspecto Estructural

A nivel estructural, un sitio web debe ser intuitivo de navegar para el usuario, es decir que si es la primera vez que éste ingresa, crea lógico y evidente la ubicación de cada una de la información y contenidos que allí debe encontrar. Por el contrario, si el usuario lleva mucho tiempo sin ingresar al sitio web, le debe ser fácil recordar la ubicación de cada uno de los espacios que presenta el sitio web.

Para lograr esto, hay diversos factores que intervienen y juegan un papel fundamental, se iniciará de aquel factor más sencillo, al más complejo:

9.2.1. Nombre de los menús

El menú, es el enlace básico que tiene el usuario con el contenido de un sitio web. Si el nombre del menú conceptualiza adecuadamente el contenido general que allí se presenta, el usuario encontrará sencillo navegar el sitio web, de lo contrario, el usuario deberá intentar tantas veces como le sea necesario para encontrar aquello que está buscando.

9.2.2. Menú Principal

Todo sitio web debe contener como mínimo un menú principal, con enlaces básicos a: inicio del sitio web, un centro de contacto con la organización o grupo, un centro de información básica de la organización y un espacio donde repose el árbol de navegación del sitio web en caso de que el usuario no logre ubicarse.

Este menú principal, debe aparecer de manera permanente en el sitio web, es decir que por más que el usuario este en determinado espacio del sitio web, el menú principal, así como el logo y el slogan deben visualizarse. De esta manera el usuario tiene como recurrir al inicio o al árbol de navegación, en caso de que se encuentre perdido en el sitio.

Por otro lado, las palabras que se seleccionen para este menú principal sobretodo, deben ser palabras que logren conceptualizar el contenido que se encontrará allí. De esta manera el usuario logrará ver evidente el contenido.

Para el menú de retornar al inicio del sitio web o home, se recomienda utilizar la palabra inicio o en su defecto home si el sitio web está construido en inglés.

Para el menú de información general de la organización o grupo del sitio web, se recomienda utilizar la palabra quienes somos, y dado el caso de que la información que se pretende depositar allí sea bastante amplia, se sugiere el uso de sub-menús que se desplieguen al pararse sobre este menú, tales como: misión, visión, valores y principios, orígenes, fundamentos, guía de actuación. Estas palabras son bastante dicentes y ayudan a estructurar al usuario y entender a qué tipo de contenido va a ingresar. En el estudio de usabilidad que se realizó, los usuarios en general pensaban que al ingresar a un menú determinado iban a encontrar un tipo de información o contenido diferente al verdaderamente expuesto. Esto se debe a que las palabras que se utilizan no conceptualizan el contenido.

Para el menú de contacto con el grupo o la organización del sitio web, es decir donde el usuario pueda acceder a información de contacto como teléfonos, correos electrónicos, nombres de miembros y dirección, y de igual manera tenga la opción de ser contactado vía correo electrónico por la organización o grupo bien sea para solucionar inquietudes o para ingresar como miembro, la palabra que se sugiere sea utilizada es contáctanos. Esta palabra permite mostrarle al usuario que al ingresar allí podrá encontrar la manera, bien sea directa o indirecta, de contactarse con la organización o grupo, de igual manera que la organización se contactará con él.

En el estudio de usabilidad realizado, se pudo observar que los usuarios al hacer clic en la palabra contactos, suponía iba a encontrar información de personas del grupo para poderlas ubicar, o por el contrario que iba a encontrar información de teléfonos, direcciones y correos electrónicos para contactarse. La realidad es que ese menú contenía únicamente un espacio para dejar los datos personales para que posteriormente la organización se contactara con el usuario. Esto generaba insatisfacción para el usuario, puesto que adicional, no tenía precisión del tiempo de respuesta, el cual suponía iba a ser alto.

Al usuario es oportuno darle diversos medios de contacto, de forma tal que el perciba que tiene el control sobre el sitio y no que depende de terceros para realizar sus tareas. Por ello hay que brindarle varias opciones sobre todo en este menú.

Por otro lado, el menú de navegabilidad por el sitio web, es fundamental y no debe faltar en ningún tipo de sitio web, puesto que es el mapa de ubicación para el usuario en el sitio web. Este menú debe contener un árbol de navegación, donde se le indique al usuario en dónde se encuentra y si realiza clic en cada uno de los menús del sitio web cuales son las opciones que se le abren. Este árbol no debe omitir ningún camino, puesto que será la guía constante para el usuario.

A este menú se recomienda asignarle el nombre de cómo navegar, o mapa del sitio web. Estas palabras hacen referencia a ubicación, a navegación del sitio web y le serán evidentes al usuario.

9.2.3. Menú Secundario

Cada sitio web tiene un número variable de menús diferentes al menú principal, que son los que le permiten navegar directamente por el sitio web y encontrar los contenidos, información y detalles para los que el sitio web fue diseñado. Este tipo de menú al igual que el menú principal, debe ser permanente para el usuario, es decir que en cualquier parte que el usuario se encuentre, este menú le aparezca., recomendablemente al lado izquierdo de la pantalla, y subrayando el link del menú en el que se encuentra.

De esta manera, el usuario no tiene que volver constantemente al inicio o home para ir a otro lugar o espacio del sitio web y así se evita desgaste en la navegabilidad.

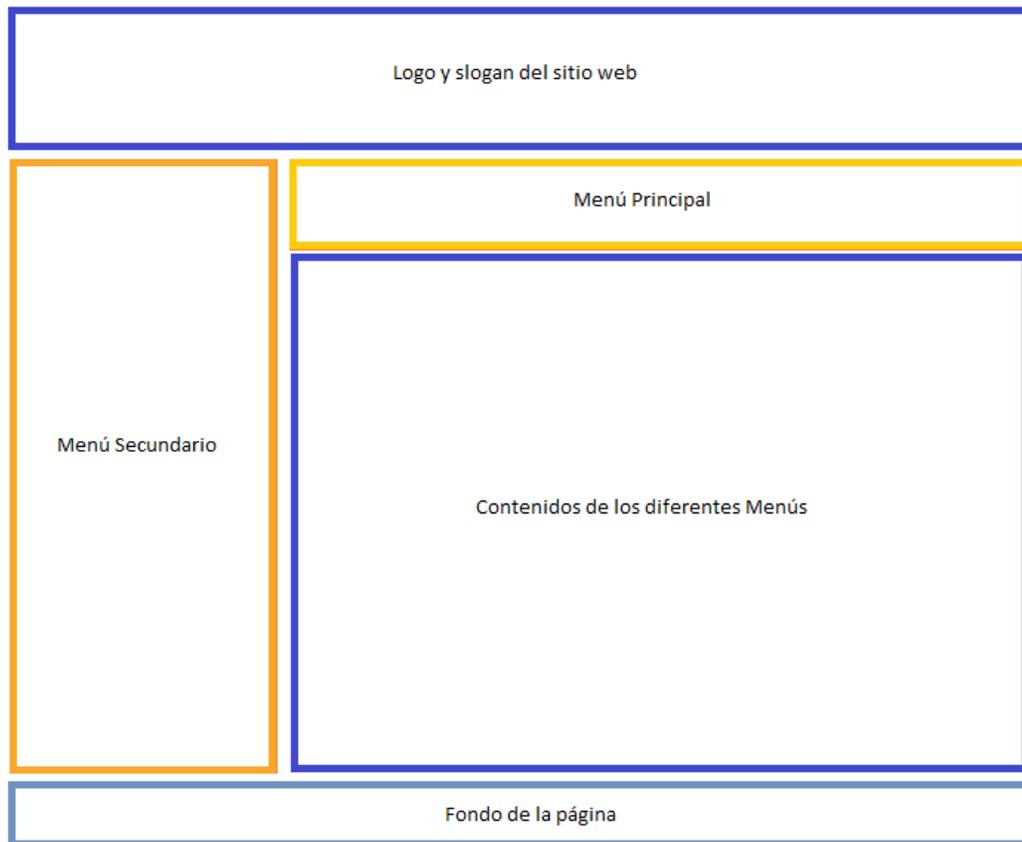
Debido a la variabilidad de información que un sitio web del ámbito jurídico puede tener, en este documento no se detallará el nombre que debe contener cada uno de ellos, pero si se recomienda que este nombre conceptualice la información que se depositará allí, y sea evidente para un usuario que no tenga conocimiento alguno del sitio en el que se encuentra. De esta manera se garantizará que para los usuarios constantes será aún más fácil saber a qué hace referencia.

Teniendo en cuenta lo mencionado previamente tanto para menús secundarios como para el menú principal, se sugiere que el sitio web sea diseñado de forma tal que el logo y slogan del sitio aparezcan en la parte superior de manera permanente, el menú principal se ubique en la parte inferior al logo y slogan (encabezado) de igual forma permanente y el menú secundario sea ubicado al lado izquierdo del sitio web de manera igualmente permanente. De esta manera el usuario tiene caminos de salida de manera constante y puede saltar de un link a otro con gran facilidad.

Por otro lado esta organización del sitio web, aunque le da ubicación al usuario y le permite saber que él es quien tiene el control, también le da estructura, organización y elegancia. De esta manera se tiene una plantilla fija y un contenido variable, puesto que en el espacio comprendido entre el menú principal y en fondo de la página y el menú secundario y el costado derecho del sitio web es donde aparecerá el contenido al que el usuario previamente haya querido acceder.

Lo previamente expuesto se refleja en la figura que a continuación se muestra.

Figura 2. Diagramación de la página



Aunque en la figura pareciera verse una página estática, esta solo muestra la estructura, la forma de organizar los contenidos. Al unir todas las etapas de diseño sobre esta estructura (el esqueleto del sitio web) se obtendrá un sitio web elegante, organizado, dinámico y con información plenamente valiosa.

9.2.4. Navegabilidad

Según el concepto de usabilidad, un sitio web es usable cuando le permite al usuario de manera fácil, sencilla e intuitiva interactuar con él y por ende la recordación de la interacción es fácil, reduciendo la tasa de errores que el sitio permite que el usuario realice.

En el estudio de usabilidad que se realizó, los usuarios plasmaron que la primera impresión que tuvieron sobre el sitio web, fue de una cantidad de información por todas partes que no les permitía ver por dónde iban a empezar a navegar. Adicional a ello, cuando se les pidió que realizaran una serie de tareas donde tenían que navegar por el sitio web, se observó cómo no lograban realizarlas en el número de pasos que el sitio web propone para realizarlas, inclusive, se sentían desubicados y esto llevaba a que el número de pasos aumentara.

Para que la experiencia del usuario sea agradable, se sugiere que el número de pasos que este deba dar para lograr cada una de las diferentes tareas del sitio web, no supere los 3 pasos, es decir que con máximo 3 clics, el usuario encuentre lo que busque.

Para lograr lo previamente expuesto, es necesario que para una misma tarea, no exista un único camino, puesto que no todos los usuarios piensan igual, adicional que no todos los usuarios van a realizar una tarea determinada desde la misma ubicación.

Esto disminuirá la tasa de errores que el sitio permite al usuario cometer, puesto que si existe más de un camino para cada tarea y adicional el camino puede iniciarse desde cualquier ubicación en el sitio web.

Cabe resaltar que todos estos caminos para desarrollar una misma tarea deben plasmarse en el árbol de navegación.

9.2.5. Aplicativos

Como se ha mencionado reiterativamente, para aumentar la experiencia del usuario este debe sentir que tiene el control del sitio, es decir que es él quien maneja y navega y no que el sitio web lo está haciendo por él.

En este orden de ideas el sitio web no debe ser plano para permitir la interacción constante como lo propone la web 2.0. En este punto es donde se sugiere la implementación de aplicativos tales como foros, chats, publicación de artículos y la conexión de todos ellos con el correo electrónico de los miembros del sitio web, de esta manera se garantizará que la interacción sea constante y que todos los usuarios tengan conocimiento de los movimientos que se generan en el sitio web, sin necesidad que ingresen constantemente al mismo.

En el estudio de usabilidad que se realizó, se observó que aunque hay aplicativos como lo es el foro, los usuarios no encuentran valor en él, puesto que sienten que aunque los temas propuestos son de valor, el opinar no lo es, ya que no sienten que otros usuarios vayan a ver los comentarios de la misma manera en que ellos no los ven. Esto es debido a que la estructura de la página es pull, no push, es decir esperar a que el usuario ingrese, más no generar interés para que este ingrese.

A continuación se detallará la manera de utilización de cada uno de los aplicativos a usar en un sitio web jurídico.

9.2.6. Foro

El foro es un aplicativo fundamental en un sitio web jurídico, puesto que permite generar polémica frente a diversos temas. Como aspecto fundamental a tener en cuenta es la diversidad de temas que se presenten en este aplicativo, pero a nivel de estructura, es indispensable la interacción que este le permita tener a los usuarios con el sitio web, al igual que con otros miembros del sitio web.

Debido a ello, se propone que este aplicativo tenga conexión directa con el correo electrónico de todos y cada uno de los miembros del sitio web, con el fin

de que cada vez que se publica un nuevo tema de discusión y cada vez que un usuario participa en él, todos tengan conocimiento mediante un medio que visitan frecuentemente (el correo electrónico personal).

De igual manera, se sugiere que todos los temas planteados en el foro, por más que ya no tengan vigencia y que no estén activos para participar, tengan un back up, como medio de información futura para el sitio web. Todos los temas deben tener fecha de publicación y fecha de cierre y esta fecha de cierre debe enviar al correo electrónico de cada miembro una alerta de los días faltantes para el cierre.

En la página principal del sitio web, debe haber un espacio visible al usuario en el que se muestre el tema del foro que está vigente y en el que por ende puede participar el usuario.

Para finalizar, las publicaciones de cada usuario deben estar organizadas cronológicamente, con el fin de que se pueda ver la secuencia de participación.

9.2.7. Chat

El chat es una herramienta de interacción fundamental. Es un aplicativo que le permite a un usuario tener contacto directo e inmediato con otros usuarios.

Actualmente, los usuarios sienten que el sitio web del grupo consultorios socio jurídicos es un sitio que permite poca interacción y que por ende es muy plano y de poco interés para ingresar.

El chat, en este sitio web, propone generar interés en los usuarios para estar en uso constante del sitio web, es decir que al ingresar no solo revisen por encima el sitio web y salgan de forma inmediata, sino por el contrario, que al ingresar sean solicitados por otros usuarios para generar temas de interés asociados al sitio web, o puedan consultar dudas sobre los temas del sitio web o la forma de

navegarlo en caso de que así sea solicitado. Para ello, se sugiere que todo usuario al ingresar al sitio web, se encuentre inmediatamente on line en el chat, de forma tal que otros usuarios tengan conocimiento de su ingreso y puedan contar con él como posible fuente de conocimiento.

9.2.8. Publicación de artículos

Al ser este sitio web un sitio de asuntos jurídicos, día a día hay temas nuevos que generan controversia en la sociedad y por ende en los miembros directos de este sitio web. Es sumamente complicado que el web master de este sitio web sea el único que publique día a día todos y cada uno de los artículos que pueden ser de interés para los usuarios, adicional a que esto haría que el usuario pierda interacción con el sitio web y por ende pierda el interés.

Por lo anteriormente mencionado, se sugiere utilizar un aplicativo en el sitio web que permita a todos y cada uno de los usuarios realizar publicaciones de los artículos que, en diferentes periódicos, revistas o noticieros, encuentre de interés para él, el sitio web y los demás miembros del mismo.

Esta publicación debe tener una estructura y organización, de lo contrario ocurrirá lo mismo que sucede actualmente en el sitio web: la información está ubicada por todas partes, sin ningún orden ni estructura.

Para evitar esto el aplicativo debe conducir al usuario a realizar su publicación en el espacio del sitio web adecuado para que otros usuarios puedan encontrarlo con facilidad.

En este orden de ideas, cuando un usuario quiera ingresar un nuevo artículo al sitio web, en el menú secundario debe existir la opción de “ingresar nuevo artículo”, al darle clic sobre este menú, el aplicativo debe preguntarle al usuario

la materia sobre la cual trata el artículo, y darle una serie de opciones para que él elija una.

Posterior a ello, el aplicativo debe permitirle al usuario copiar el artículo y asignarle por defecto los estándares de tamaño color y tipo de letra. De esta manera no se incurrirá en desviaciones del diseño estándar.

Las materias dentro de las cuales se publicarán los artículos deberán aparecer dentro del árbol de navegación, de la misma manera que el número de artículos que tenga cada una de estas.

9.2.9. Login

El login es una herramienta importante, puesto que permite realizar una clasificación de la información entre usuarios miembros y usuarios pasivos.

La información de conocimiento general puede ser accedida por todos los usuarios, tanto miembros, como usuarios pasivos,

La información propia del grupo u organización, debe ser exclusiva para los miembros activos.

El login permite lograr esta diferenciación, puesto que oculta cierta información para los usuarios no miembros y la torna visible para miembros activos. Este aplicativo es muy importante puesto que apunta a la confidencialidad de la información del grupo u organización y les otorga importancia a los usuarios activos, haciéndoles sentir que son quienes controlan el sitio web.

9.3. Aspecto del Contenido

En el presente estudio de usabilidad realizado sobre el sitio web de consultorios socio jurídicos, los usuarios manifestaron su inconformidad con el contenido, puesto que no encontraban diferentes temas de interés que consideraban de

gran importancia. De igual manera manifestaron su inconformidad con las publicaciones, puesto que no encontraban la fecha ni el autor, por ende no tenía una alta confiabilidad en la información.

Para ello, se sugiere que toda la información que en el sitio web se publique contenga una estructura:

9.3.1. Fecha de publicación

Todo contenido que sea publicado en el sitio web, debe tener fecha de publicación y fecha de la información. De esta manera el usuario tendrá conocimiento de cuán reciente o no es el artículo y de cuando hace referencia. Esto le brindará mayor confianza y seguridad de lo que está consultando.

9.3.2. Nombre del autor

Todo contenido publicado debe tener autor, tanto del artículo, como de la publicación. De esta manera el usuario puede conocer quien realizó el artículo y quien lo anexó al sitio web, o por el contrario, si el artículo fue realizado y publicado por el mismo autor.

De esta manera se tendrá certeza de que la información no está siendo suplantada ni tomada como propia por nadie, garantizando al usuario transparencia en la información.

9.3.3. Referencia de la información

Todo contenido, artículo o información que se publique en el sitio web debe garantizar la fuente de la cual fue tomada. Es decir toda información bien sea

de autoría propia de un usuario o tomada de otro sitio web, libro, revista o periódico, debe tener referencia.

De esta manera el usuario podrá complementar la información que lee en el sitio web con la fuente de la cual fue tomada.

Para garantizar que el contenido maneje la estructura planteada, es necesario que el software del sitio web así lo solicite. Todo contenido que vaya a ser subido por un usuario, o por el web master, debe solicitar los datos previamente mencionados: Fecha de publicación y fecha de creación, nombre del autor y nombre del que lo publica, referenciación de la información. De no contener alguno de estos campos, ni el usuario ni el web master puede estar permitido a publicar el contenido.

Adicional a ello, el software debe generar un mensaje previo a la publicación del artículo que le recuerde a quien lo vaya a publicar que es sumamente importante subir información completa y detallada, puesto que es fuente de conocimiento para el desarrollo. Si la información que se va a subir no es completa, se recomienda anexar links a otros sitios web u otros espacios en internet donde el usuario pueda complementar la información que va a leer.

10. CONCLUSIONES

En el estudio de usabilidad que fue realizado sobre 50 usuarios del sitio web consultorios socio jurídicos, se realizó la clasificación de las variables tanto cualitativas como cuantitativas, aspecto que permitió detectar las razones por las cuales los usuarios no consideran agradable su experiencia en el sitio web consultorios socio jurídicos y de esta manera y en el mismo orden de ideas, se planteó un modelo de diseño y desarrollo de sitios web educativos del ámbito jurídico que tiene en cuenta estas variables y los resultados obtenidos para que los usuarios encuentren agradable su experiencia en el sitio web consultorios socio jurídicos.

De acuerdo a lo anteriormente mencionado, se puede ver que el modelo de estudio planteado fue el adecuado para poder determinar las oportunidades del actual sitio web, y plantear el modelo de desarrollo apropiado.

Se puede observar que los usuarios de un sitio web basan su experiencia en la primera sensación o pensamiento que esta les transmita. De los encuestados, el 90% consideró al ingresar al sitio web, que la información se encontraba expuesta en exceso y que muy probablemente no tenían certeza de qué iban a encontrar, ni mucho menos cómo lo iban a hacer. Debido a esto se puede determinar que la página de inicio o home, es fundamental en la experiencia de un usuario en un sitio web educativo del ámbito jurídico. Esta debe ser clara, organizada y elegante.

En este mismo orden de ideas, el encabezado y los colores tienen un peso fundamental. El 70% de los encuestados manifestaron que los colores del sitio

web le transmitían monotonía y desidia y por ende el 56% de ellos sugirió el color azul como color base. Este color según la teoría transmite reposo, serenidad y misticismo, y debe ser empleado en complemento del naranja que permite concentración y focalización, lo cual va muy en línea con lo que el 56% de los encuestados manifestaron querer sentir al ingresar al sitio web: Inteligencia, innovación y estimulación mental.

Por otra parte, el usuario efectivamente busca que un sitio web sea tan sencillo que no lo haga pensar, es decir que su esfuerzo para entenderlo sea el mínimo posible y así su satisfacción en el sitio web no se vea afectada.

De 8 preguntas realizadas que buscaban medir la facilidad de aprendizaje y la tasa de errores en el sitio web, en 5 de ellas, más del 50% (58%) de los encuestados se tardaron entre 7 y 15 clics para lograr cumplir una determinada tarea. Esto implica un grado bajo de facilidad e intuición en el sitio web y por ende una notoria disminución en la satisfacción del usuario en la navegación por el sitio web.

De igual manera, en el promedio de las 4 preguntas que buscaban medir la tasa de error en la consecución de una tarea, permite concluir que en el sitio web de consultorios socio jurídicos por cada tarea a realizar se deben cometer 7 errores promedio para conseguir realizarla. Esto es un nivel muy alto frente a la eficiencia que un usuario espera de un sitio web. Cabe resaltar que la página no le mostraba al usuario un mensaje de error ni mucho menos una guía para la consecución de su tarea, lo cual incurre en que el usuario no sienta el control sobre el sitio, de manera contraria, siente que el sitio lo está controlando.

Cual quiera que sea la tarea que se proponga realizar un usuario en un sitio web debe ser fácil de conseguir y recordar, lo cual implica 3 clics máximo y varios y diferentes caminos para realizarla, puesto que no todos los usuarios

tienen el mismo esquema mental. De esta manera se está abriendo el espacio a que existan ciertos “atajos” que cada usuario puede ir descubriendo en línea con su estructura mental.

Adicionalmente, en preguntas que buscaban determinar la sencillez del lenguaje del sitio web, como por ejemplo la pregunta #7, se pudo evidenciar como el 72% de los encuestados no relaciona el título de los links con el contenido de los mismos. Es decir el lenguaje que utiliza la página no va en línea con el lenguaje de los usuarios y por ende causa insatisfacción e inconformidad en la eficiencia del cumplimiento de las tareas propuestas.

Con respecto a la interacción que el sitio web le propone al usuario, es decir, espacios de conexión con otros usuarios y de participación mutua como un foro, la publicación de noticias, entre otros, se evidencia como el 72% de los usuarios no encuentran agradable la temática de los mismos y por ende no encuentran un valor agregado en los mismos, tan así que el 58% de los encuestados afirma que el hecho de participar en estos espacios no genera un valor agregado ni para el mismo usuario, ni para la totalidad de usuarios.

Se considera que la metodología de este tipo de espacios es poco agresiva y no estimula a que el usuario participe de manera activa, por el contrario es pasiva e implica que el usuario no tiene como interés principal este tipo de espacios.

A nivel un poco más técnico en lo que corresponde al aspecto físico, después de realizar las pruebas se determinó que el color del sitio web que más confianza le brindaba a los usuarios es el color azul, este color se utilizó como color base, sin embargo, para evitar sentimientos de desidia y monotonía se propone utilizar el color naranja en algunas partes de la página, ya que como color complementario, puede evitar estos sentimientos. En cuanto al tipo de la

letra se recomienda la letra Arial, con el fin de brindar elegancia y seriedad al contenido. Los títulos principales serán de un tamaño de letra de 26, los subtítulos entre 20 y 22 y el tamaño del texto será de 16 o 18 unidades. El color de la letra será negro, si el fondo es azul o negro si el fondo es naranja. Se recomienda utilizar controladamente íconos y utilizarlos siempre y cuando reflejen seriedad y elegancia. Se recomienda para el logo símbolos como un martillo de un juez, una constitución, un documento legal siendo firmado por una persona, o una bandera. El slogan por su parte, debe ser el mismo que tiene el grupo consultorios socio jurídicos y se debe posicionar junto al logo.

Es fundamental definir y estandarizar este tipo de aspectos técnicos puesto que como se reflejó en los resultados, el 60% de los usuarios considera que el tipo de letra, color y tamaño fue un impedimento para realizar de forma oportuna y eficiente las labores solicitadas.

Es muy importante que el usuario perciba que tiene el control del sitio web en todo momento de su navegación. Actualmente el 72% de los usuarios se encuentran desubicados en la página y sin un camino claro de regreso a excepción de cargar nuevamente el sitio web.

En cuanto al aspecto estructural, se recomienda crear un menú principal, el cual aparezca de manera permanente y que contenga las palabras quienes somos, con un sub-menú desplegable en donde aparezcan palabras como misión, visión, valores y principios, orígenes, fundamentos, guía de actuación, todas ellas con enlaces a artículos que muestren la información netamente relacionada con la palabra del menú seleccionada.

Adicionalmente, el menú debe contener un link a un formulario de contacto con información relevante de las personas involucradas con el consultorio jurídico. Se recomienda también crear un link con un mapa del sitio web en el menú

principal. El foro debe permitir una buena interacción con los usuarios del sitio web y presentar las fechas de inicio y finalización.

Los usuarios manifestaron inconformidad con el contenido de la página (tercer aspecto evaluado), ya que la información presentada no brindaba la suficiente confiabilidad. Esta información solo contaba con fecha de publicación, nombre de autor ni referencias, por lo cual se recomienda incluir estos tres ítems en cada artículo publicado, es decir se debe estandarizar la forma de publicación para mayor claridad al usuario.

Concluyendo de manera global, el diseño del previo estudio de usabilidad fue contundente y decisivo en el momento de formular un modelo de desarrollo de sitios web educativos del ámbito jurídico, de forma tal que permitió detectar las oportunidades en el proceso de interacción del usuario con el sitio web y plantear alternativas estandarizadas que estén enfocadas en generar una experiencia agradable para el usuario incrementando la eficiencia, capacidad de aprendizaje y tiempos de recordación.

11. RECOMENDACIONES

Para el siguiente trabajo de grado, y teniendo en cuenta el resultado obtenido se realiza 4 recomendaciones principales:

1. Se recomienda presentarle el modelo planteado al grupo “Consultorios Socio Jurídicos”, con el fin de que sea evaluado e implementado, es decir, que el sitio web de dicho grupo se construya en función de los resultados del estudio de usabilidad desarrollado.
2. Se recomienda que se realice un estudio de usabilidad posterior a la implementación y desarrollo del sitio web “consultorios Socio Jurídicos” con el fin de que sea evaluado el modelo de desarrollo, de tal manera que se compruebe si lo obtenido en este estudio fue válido o no.
3. Se recomienda que el presente trabajo sea tomado como base para el desarrollo web. De manera común, los sitios web no tienen en cuenta este tipo de estudios previos para su desarrollo e implementación y por ende se presentan desviaciones frente a lo que el usuario final busca.
4. Se recomienda ampliar el estudio de usabilidad web desarrollado, teniendo en cuenta el tema fundamental de “posicionamiento Web”

12. BIBLIOGRAFÍA

Pardo Kuklinski, H., & Cobo Romaní, C. (2008). Planeta web 2.0: inteligencia colectiva o medios fast food. Mexico D.F.: LMI.

Barberà, E. (2008). Aprender e-learning. Madrid: Ediciones Paidós Ibérica S.A.

Bernárdez, M. L. (2007). Diseño, producción e implementación de e-learning: Metodología, herramientas y modelos. Indiana: AuthorHouse.

Caivano, J. L. (1995). Sistemas de orden del color. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

Calero, C., Moraga, M. Á., & Piattini, M. G. (2010). Calidad del producto y proceso software. Madrid: Ra-Ma.

Carreras Monfort, C. (2009). Evaluación TIC en el patrimonio cultural: metodologías y estudio de casos. Editorial UOC.

Casanovas, J. (9 de Septiembre de 2004). Desarrollo Web. Recuperado el 27 de Agosto de 2011, de desarrolloweb.com:

<http://www.desarrolloweb.com/articulos/890.php>

Cornella, A. (2002). Infonomía.com: la gestión inteligente de la información en las organizaciones. Bilbao: Deusto.

De La Iglesia Marin, J. L. (2010). Web 2.0. Netbiblo.

Ferré Grau, X. (s.f.). Unidad Docente de Ingeniería del Software (UDIS).

Recuperado el 27 de Agosto de 2011, de Departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos e Ingeniería del Software:

<http://is.ls.fi.upm.es/xavier/papers/usabilidad.pdf>

García Zurdo, R. (11 de Septiembre de 2002). Desarrollo Web. Recuperado el 27 de Agosto de 2011, de desarrolloweb.com:

<http://www.desarrolloweb.com/articulos/890.php>

González , C. D. (Agosto de 2011). Usabilidad Web. Recuperado el 27 de Agosto de 2011, de usabilidadweb.com.ar:

http://www.usabilidadweb.com.ar/metodos_eval_calidad_web.php

gonzalez, M. P., Pascual, A., & Lorés, J. (s.f.). Evaluación Heurística. Universidad de Lleida.

Manchón, E. (2 de Septiembre de 2003). Recuperado el 27 de Agosto de 2011, de alzado.org: http://www.alzado.org/articulo.php?id_art=74

Prosys. (2007-2011). Prosys. Recuperado el 27 de Agosto de 2011, de prosys.cl: <http://www.prosys.cl/sitio/2010/03/disenio-web-2-0-%E2%80%9Cusabilidad-como-tendencia%E2%80%9D/>

Publicaciones Vértice. (2008). La empresa en Internet. Málaga: Vértice.

Universidad Nacional Autónoma de Mexico. (2005). Artes plásticas. San José: EUNED.

Universitat Pompeu Fabra, Universitat Jaume I., Universitat de València. (2009). DirCom, estrategia de la complejidad. Barcelona: Univ. Autònoma de Barcelona.

13. ANEXOS

Anexo A.

FORMATO DE LA ENCUESTA

A continuación, usted encontrará una serie de actividades a realizar, Por favor realice cada actividad como se le indica y posterior a ello responda las preguntas que se generan.

1. Abra la página <http://www.redsociojuridica.org/index.htm> ¿Qué fue lo primero que pensó cuando abrió y observó la página?
 - a. Ésta es una página donde voy a encontrar todo aquello que estoy buscando.
 - b. ¡Qué cantidad de información!, ¿ahora por dónde empiezo?

2. Los colores de la página le transmiten:
 - a. Tranquilidad
 - b. Monotonía
 - c. Ira
 - d. Desidia
 - e. Dinamismo

3. Le gustaría que los colores principales del sitio web fueran:
 - a. Amarillos
 - b. Rojos
 - c. verdes
 - d. Azules
 - e. Morados
 - f. Grises

¿Porqué? _____

—.

4. ¿Qué busca sentir cuando ingrese al sitio?
 - a. Creatividad, estabilidad
 - b. Inteligencia, innovación, estimulación mental
 - c. Energía, fuerza, impulso
 - d. Serenidad, tranquilidad
 - e. Verdad, armonía, responsabilidad
 - f. Ecuanimidad, equilibrio.

5. El encabezado de la página (mire únicamente la imagen superior del home) le hace pensar que esta página es:
 - a. Una Red Social

- b. Una página de temas de interés social
 - c. Una página de la cruz roja
 - d. Una página Universitaria de Investigación.
6. En el link del menú Principal “Contactos”, cree usted que va a encontrar:
- a. Información de las personas con las que usted se puede contactar en caso dado de necesitarlo
 - b. Un formulario donde podrá dejar sus comentarios y con el cual el grupo “consultorios socio Jurídicos” se contactará posteriormente con usted
7. Con respecto a la pregunta anterior, ¿Cuál de las dos respuestas le gustaría que correspondiera el link “Contactos”?
- a. La respuesta 6.a
 - b. La respuesta 6.b
 - c. Las dos
 - d. Otra _____
8. En el menú Inicial, el Link “Acerca de”, cree usted que hace referencia a:
- a. Un mapa general del sitio Web
 - b. Un documento ampliado de las principales características del grupo “Consultorios Socio-Jurídicos”
 - c. Noticias relevantes propias del Grupo “Consultorios Socio-Jurídicos”
 - d. Un documento que contiene la razón de ser del grupo “consultorios Socio Jurídicos” (Misión, Visión, Objetivos, etc.).
9. Ingrese al Link “Acerca de” ¿corresponde a lo que usted creía que este contenía?
- a. Si
 - b. No
10. Diríjase al link “Foros” en el menú principal.
- a. ¿Considera de interés el tema del Foro planteado?
 - i. Si
 - ii. No
 - b. ¿Considera que expresando su opinión realiza un aporte valioso al grupo?
 - i. Si
 - ii. No
 - c. ¿Le interesa conocer que aportes dieron otros miembros del Grupo?
 - i. Si
 - ii. No

d. ¿A qué lugar de la página se remitiría para conocer los aportes de otros miembros?

i. _____
_____.

11. Ingrese al siguiente link:

http://www.redsociojuridica.org/investigaciones_juridicas.htm.

a. ¿En qué parte del sitio web cree usted estar? (Detalle Links a los que supone se debió ingresar para llegar allá)

_____.

12. Ubíquese en la página de inicio del sitio (home) y desde ahí busque un artículo llamado "[Human Rights Library - University of Minnesota](#)". A medida que vaya realizando esta tarea, escriba paso a paso en que link(S) realizó un click. De igual manera, escriba cuantas veces fue necesario presionar el botón atrás (). Finalmente, escriba el primer párrafo de ese documento "Human Rights Library-University of Minnesota". (hasta que encuentre el primer punto)

Paso a paso:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____

Número de Veces que presionó el Botón atrás (): _____.

Párrafo del Documento encontrado:

_____.

13. Ubíquese en la página de inicio del sitio (home) y desde ahí busque la última Acta publicada por Santander sobre la Propuesta para la realización del IV Encuentro del Nodo. A medida que vaya realizando esta tarea, escriba paso a paso en que link(S) realizó un click. De igual manera, escriba cuantas veces fue necesario presionar el botón atrás (). Cuando la encuentre, escriba el número del acta y la fecha en la que fue realizada.

Paso a paso:

6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____
11. _____

Número de Veces que presionó el Botón atrás (🔙): _____.

Párrafo del Documento:

_____.

14. Ubíquese en la página de inicio del sitio (home) y desde ahí busque y abra el Link "Secretaría Técnica". A medida que vaya realizando esta tarea, escriba paso a paso en que link(S) realizó un click. De igual manera, escriba cuantas veces fue necesario presionar el botón atrás (🔙). Cuando la encuentre, escriba el título principal que aparece en la página.

Paso a paso:

11. _____
12. _____
13. _____
14. _____
15. _____
16. _____

Número de Veces que presionó el Botón atrás (🔙): _____.

Título del Documento _____.

15. Con respecto a la pregunta anterior
 - a. ¿Considera que el nombre del link "Secretaría técnica" corresponde a lo encontrado?
 - i. Si
 - ii. No

¿Porqué? _____.

- b. ¿Le fue fácil realizar la tarea propuesta?
 - i. Si
 - ii. No

¿Porqué? _____
_____.

16. Ubíquese en la página de inicio del sitio (home) y desde ahí busque la noticia “Competencias estudiantes de derecho”. A medida que vaya realizando esta tarea, escriba paso a paso en que link(S) realizó un click. De igual manera, escriba cuantas veces fue necesario presionar el botón atrás (🔙). Cuando la encuentre, escriba el primer párrafo que le sigue al título.

Paso a paso:

- 16. _____
- 17. _____
- 18. _____
- 19. _____
- 20. _____
- 21. _____

Número de Veces que presionó el Botón atrás (🔙): _____.

Párrafo del Documento:

_____.

17. Con respecto a la pregunta anterior, ¿Le gustaría tener conocimiento de la fecha en que fue publicada la noticia, o la fecha a la que hace referencia?

- a. Si
- b. No
- c. Si la tiene.

18. Busque la “Agenda Red”.

- a. Detalle paso a paso que debió hacer para encontrar este espacio en el sitio:

_____.

- b. De las 7 Publicaciones que se plasman en este espacio, organícelas cronológicamente (de más antigua a menos antigua)

- i. _____
- ii. _____

- iii. _____
- iv. _____
- v. _____
- vi. _____
- vii. _____

- c. ¿Le fue fácil y rápido organizar estas publicaciones de la Agenda?
 - i. Si
 - ii. No
- d. Con respecto a la pregunta anterior, ¿Por qué?

_____.

19. Ubíquese en la página principal, haga click sobre el link “Contactos” y deje un comentario con las siguientes características:

Nombre: (Su nombre)

E-mail: tatianaorga@unisabana.edu.co

Sus Comentarios:

“Buenas tardes mi nombre es (su nombre) quiero saber cómo puedo pertenecer a su red. Espero me escriban pronto. Gracias.”

20. Con base en el ítem anterior. ¿Cree usted que la página se tardará en contactarlo?
- a. Si
 - b. No

21. ¿Considera que la estructura actual del sitio en el que se encuentra le facilita realizar las tareas propuestas?,
- a. Si
 - b. No

¿Porqué? _____

_____.

22. ¿Siente usted que está ubicado en el sitio web donde se encuentra?
- a. Si
 - b. No

23. Busque un tema de su interés, que considere debe encontrarlo en la página del grupo Consultorios Socio-Jurídicos.

¿Lo encontró?

- a. Si
- b. No

¿De qué tema se trataba?

24. ¿El color o tipo de letra que se emplea en la página le impidió llevar a cabo las tareas propuestas?

- a. Si
- b. No

¿Porqué? _____

25. En el sitio web encuentra identidad con la imagen corporativa del Grupo en general.

- a. Si
- b. No

Si su respuesta fue Si

i. Que elementos le permiten encontrar esta identidad.

26. Considera el color un elemento decorativo dentro de la página web o considera que por medio del color se puede transmitir algún tipo de información.

- a. Si
- b. No

¿Porqué? _____

27. Revise la siguiente paleta de color y asigne un concepto a cada color



a. Al relacionar los conceptos dados a los colores, encuentra alguna relación con la temática de la página.

28. ¿Considera que esta paleta de color es adecuada para el sitio web?

- a. Si
- b. No

¿Porqué? _____

_____.

Anexo B

RESULTADOS ENCUESTA

1. ¿Qué fue lo primero que pensó cuando abrió y observó la página?	
¿Qué cantidad de información!, ¿ahora por dónde empiezo?	Ésta es una página donde voy a encontrar todo aquello que estoy buscando.
90%	10%

Tabla 09. Resultado a la Pregunta No. 1

2. Los colores de la página le transmiten:				
Desidia	Monotonía	Tranquilidad	Dinamismo	Ira
42%	28%	14%	14%	2%

Tabla 10. Resultado a la Pregunta No. 2

3. Le gustaría que los colores principales del sitio web fueran:					
Azules	Amarillos	Rojos	Morados	Verdes	Grisés
56%	14%	14%	14%	2%	0%

Tabla 11. Resultado a la Pregunta No. 3

4. Le gustaría que los colores principales del sitio web fueran:					
Inteligencia, innovación, estimulación mental	Creatividad, estabilidad	Energía, fuerza, impulso	Serenidad, tranquilidad	Verdad, armonía, responsabilidad	Ecuanimidad, equilibrio.
56%	14%	14%	14%	2%	0%

Tabla 12. Resultado a la Pregunta No. 4

5. El encabezado de la página (mire únicamente la imagen superior del home) le hace pensar que esta página es:			
Una página Universitaria de Investigación.	Una página de temas de interés social	Una Red Social	Una página de la cruz roja
58%	28%	14%	0%

Tabla 14. Resultado a la Pregunta No. 5

6. En el link del menú Principal “Contactos”, cree usted que va a encontrar:	
Un formulario donde podrá dejar sus comentarios y con el cual el grupo “consultorios socio Jurídicos” se contactará posteriormente con usted	Información de las personas con las que usted se puede contactar en caso dado de necesitarlo
58%	42%

Tabla 15. Resultado a la Pregunta No. 6

7. Con respecto a la pregunta anterior, ¿Cuál de las dos respuestas le gustaría que correspondiera el link “Contactos”?			
Las dos	La respuesta 4.a	La respuesta 4.b	Otra
72%	14%	14%	0%

Tabla 16. Resultado a la Pregunta No. 7

8. En el menú Inicial, el Link “Acerca de”, cree usted que hace referencia a:			
Un documento que contiene la razón de ser del grupo “consultorios Socio Jurídicos” (Misión, Visión, Objetivos, etc.).	Un documento ampliado de las principales características del grupo “Consultorios Socio-Jurídicos”	Noticias relevantes propias del Grupo “Consultorios Socio-Jurídicos”	Un mapa general del sitio Web
44%	28%	28%	0%

Tabla17. Resultado a la Pregunta No. 8

9. Ingrese al Link “Acerca de” ¿corresponde a lo que usted creía que este contenía?	
Si	No
58%	42%

Tabla 18. Resultado a la Pregunta No. 9

10a. ¿Considera de interés el tema del Foro planteado?	
No	Si
72%	28%

Tabla 19. Resultado a la Pregunta No. 10a

10b. ¿Considera que expresando su opinión realiza un aporte valioso al grupo?

No	Si
58%	42%

Tabla 20. Resultado a la Pregunta No. 10b

10c. ¿Le interesa conocer que aportes dieron otros miembros del Grupo?	
No	Si
70%	30%

Tabla 21. Resultado a la Pregunta No. 10c

	12a	12b	13a	13b	14a	14b	16a	16b
	Ubíquese en la página de inicio del sitio (home) y desde ahí busque un artículo llamado "Human Rights Library - University of Minnesota" - Número de pasos	Ubíquese en la página de inicio del sitio (home) y desde ahí busque un artículo llamado "Human Rights Library - University of Minnesota" - Número de Veces Atrás	Ubíquese en la página de inicio del sitio (home) y desde ahí busque la última Acta publicada por Santander sobre la Propuesta para la realización del IV Encuentro del Nodo - Número de Pasos	Ubíquese en la página de inicio del sitio (home) y desde ahí busque la última Acta publicada por Santander sobre la Propuesta para la realización del IV Encuentro del Nodo - Número de Veces	Ubíquese en la página de inicio del sitio (home) y desde ahí busque y abra el Link "Secretaría Técnica" - Número de Pasos	Ubíquese en la página de inicio del sitio (home) y desde ahí busque y abra el Link "Secretaría Técnica" - Número de Veces Atrás	Ubíquese en la página de inicio del sitio (home) y desde ahí busque la noticia "Competencias estudiantes de derecho" - Número de Pasos	Ubíquese en la página de inicio del sitio (home) y desde ahí busque la noticia "Competencias estudiantes de derecho" - Número de Veces Atrás
Persona 1	6	2	1	0	2	0	3	0
Persona 2	6	5	2	0	2	0	2	0
Persona 3	4	1	2	0	6	4	2	0
Persona 4	3	10	3	3	2	4	1	3
Persona 5	6	35	3	0	1	15	1	0
Persona 6	6	10	2	20	3	15	6	30
Persona 7	3	15	3	0	3	21	1	0
Persona 8	3	15	3	0	3	21	7	6
Persona 9	3	15	3	0	3	21	2	6
Persona 10	3	15	3	0	3	21	1	4
Persona 11	3	15	3	0	3	21	1	5
Persona 12	3	15	3	0	3	21	4	3
Persona 13	4	15	3	0	3	21	1	5
Persona 14	7	14	7	4	1	12	2	1
Persona 15	1	4	15	8	2	12	6	7
Persona 16	6	12	13	9	2	14	1	1
Persona 17	11	6	10	4	2	6	1	6
Persona 18	3	14	9	4	4	5	2	3
Persona 19	6	5	13	5	5	4	5	2
Persona 20	12	7	8	8	1	7	7	3
Persona 21	3	13	14	8	3	6	1	6
Persona 22	9	15	10	8	4	9	7	6
Persona 23	7	6	10	4	1	5	1	2
Persona 24	9	5	7	7	1	14	7	2
Persona 25	4	8	15	7	1	9	5	2
Persona 26	2	4	4	5	2	8	2	3
Persona 27	6	11	14	4	2	10	7	4
Persona 28	5	11	6	8	3	9	1	7
Persona 29	9	12	10	8	1	14	5	4
Persona 30	15	11	15	4	1	9	3	5
Persona 31	6	5	4	4	4	4	6	4
Persona 32	6	10	7	5	1	15	3	4
Persona 33	14	5	10	4	2	8	2	2
Persona 34	12	12	9	6	3	11	4	7
Persona 35	14	4	15	8	4	5	7	2
Persona 36	4	5	15	8	4	15	7	1
Persona 37	14	12	5	4	3	11	4	5
Persona 38	6	13	14	4	5	12	1	7
Persona 39	12	13	11	7	3	8	1	7
Persona 40	15	8	8	9	3	15	6	4
Persona 41	7	7	7	4	5	14	7	3
Persona 42	13	12	9	6	4	15	5	2
Persona 43	11	5	15	8	5	10	2	4
Persona 44	5	14	4	7	3	6	4	3
Persona 45	11	13	7	5	5	5	1	2
Persona 46	11	11	13	6	4	12	5	3
Persona 47	5	4	4	7	3	9	3	4
Persona 48	6	6	8	6	4	9	1	7
Persona 49	5	15	5	5	4	8	1	5
Persona 50	13	8	12	8	3	14	7	7

Tabla22. Resultado a la Pregunta No. 12, 13, 14, 16

15a. ¿Considera que el nombre del link “Secretaría técnica” corresponde a lo encontrado?	
No	Si
100%	0%

Tabla23. Resultado a la Pregunta No. 15a

15b. ¿Le fue fácil realizar la tarea propuesta?	
No	Si
72%	28%

Tabla 24. Resultado a la Pregunta No. 15ª

17. ¿Le gustaría tener conocimiento de la fecha en que fue publicada la noticia, o la fecha a la que hace referencia?		
Si	No	Si la tiene
70%	30%	0%

Tabla 251: Resultado a la Pregunta No. 17

18b. De las 7 Publicaciones que se plasman en este espacio, organícelas cronológicamente (de más antigua a menos antigua)	
Pudo	No Pudo
70%	30%

Tabla 26: Resultado a la Pregunta No. 18b

18c. ¿Le fue fácil y rápido organizar estas publicaciones de la Agenda?	
No	Si
100%	0%

Tabla 272. Resultado a la Pregunta No. 18c

20. ¿Cree usted que la página se tardará en contactarlo?	
Si	No
56%	44%

Tabla 28. Resultado a la Pregunta No. 20

21. ¿Considera que la estructura actual del sitio en el que se encuentra le facilita realizar las tareas propuestas?,	
No	Si
72%	28%

Tabla 29. Resultado a la Pregunta No. 21

22. ¿Siente usted que está ubicado en el sitio web donde se encuentra?	
No	Si
72%	28%

Tabla30. Resultado a la Pregunta No. 22

23. Busque un tema de su interés, que considere debe encontrarlo en la página del grupo Consultorios Socio-Jurídicos. ¿Lo encontró?	
No	Si
72%	28%

Tabla 31. Resultado a la Pregunta No. 23

24. ¿El color o tipo de letra que se emplea en la página le impidió llevar a cabo las tareas propuestas?	
Si	No
60%	40%

Tabla 323. Resultado a la Pregunta No. 24

25. En el sitio web encuentra identidad con la imagen corporativa del Grupo en general.	
No	Si
72%	28%

Tabla 33. Resultado a la Pregunta No. 25

26. Considera el color un elemento decorativo dentro de la página web o considera que por medio del color se puede transmitir algún tipo de información.	
Si	No
70%	30%

Tabla 34. Resultado a la Pregunta No. 26

28. ¿Considera que esta paleta de color es adecuada para el sitio web?	
No	Si
56%	44%

Tabla 35. Resultado a la Pregunta No. 28

	3	7d	10d	11a	15a	15b	18a
	Le gustaría que los colores principales del sitio web fueran.	Con respecto a la pregunta anterior, ¿Cuál de las dos respuestas le gustaría que correspondiera el link "Contactos"?	¿A qué lugar de la página se remitiría para conocer los aportes de otros miembros?	¿En qué parte del sitio web cree usted estar? (Detalle Links a los que supone se debió ingresar para llegar allá)	¿Considera que el nombre del link "Secretaría técnica" corresponde a lo encontrado?	¿Le fue fácil realizar la tarea propuesta?	Detalle paso a paso que debió hacer para encontrar este espacio en el sitio.
Persona 1	El azul es menos pesado. Da la sensación que la pagina carga más rápido	-	Leer aportes a esta encuesta	Home - Guía de Recursos de Investigación	Pensé que tenía los contactos de las personas y no sólo los nombres	Pocos links para llegar al objetivo	Subir la visión de la página
Persona 2	Transmitiría más organización y tranquilidad	-	Al enlace "leer aportes a esta encuesta" ubicado en la misma sección	en la página principal click on " guía de recursos de investigación", luego clic en "site web de las investigaciones en curso"	Secretaría técnica lleva a pensar en un contacto directo (correo electrónico) al cuál se puede dirigir en caso de dudas o para solicitar asistencia. No se piensa en una lista de nombres	en alguna tarea anterior había visto el enlace	estaba en la página de inicio

Persona 3	dan seriedad y tranquilidad	-	supongo que al hipervínculo leer aportes pero en la barra no veo nada que se destaque	guía de recursos de investigación - click en revistas electrónicas y publicaciones pero no era ahí - sitios web de investigaciones en curso	presenta los miembro y eso también se encuentra en el submenú de acerca de, esto debería decir que hacen, funciones	porque el link estaba en la parte de debajo de la página y había que hacer mucho scroll down para encontrarlo	en el home había un recuadro en la parte superior que decía agenda red
Persona 4	Hacen captar más la atención del usuario. Son llamativos	-	http://www.redsociojuridica.org/saber-aportes.html	guía de recursos de investigación - publicaciones periódicas (impresas) - investigaciones jurídicas en Colombia después de haber pulsado el link de sitios web de investigaciones en curso	porque siento que no hay claridad en los links propuestos y no es posible encontrarlo fácilmente	fue muy difícil encontrar los links propuestos, siento que no hay suficiente claridad	abrir la página principal y leer "agenda red" después buscar un link donde pudiera encontrar más información
Persona 5	creo que el color azul es llamativo siento también serio y formal	-	foros	guía de recursos de investigación y luego investigaciones jurídicas	No porque no lo encontré. Ya me cansé	poca práctica en la página, muchas letras y muchos links	inicio y luego agenda red

Persona 6	me gusta ese color, muestra seriedad y dinamismo	-	foros	links relacionados	no sé, no lo pude ubicar en la página	es imposible de encontrar	inicio y agenda red
Persona 7	es más impactante	-	leer aportes a esta encuentras	pienso que está en inicio artículos	pensé que era algo relacionado con consultas técnicas	la página y sus links no tienen conexiones lógicas	inicio y luego agenda red
Persona 8	Genera más tranquilidad	-	foro	Home, guía de recursos de investigación	No, no espere encontrar solo un listado de nombres	no hay secuencia lógica en los links	
Persona 9	se ve la información más estructurada	-	Aportes de otros usuarios	En la página principal	La verdad espere encontrar contactos, no un listado de miembros	no fue fácil ubicar los links	
Persona 10	resalta la importancia de los temas	-	Opiniones	Guía de recursos de investigación jurídica	No, espere encontrar un correo de contacto	no es fácil ubicar los links	

Persona 11	categoriza la información	-	El enlace "opiniones sobre este tema"	Inicio Guía de recursos de investigación	No, encontré un listado de miembros y la verdad pensé encontrar contactos por soporte técnico	en realidad es aburridora la pagina	
Persona 12	mantiene al usuario en permanente atención	-	Foros u opiniones	Inicio artículos de investigación	Secretaria técnica me lleva a pensar que es un contacto de soporte técnico	no es de fácil acceso para cualquier usuario	
Persona 13	no genera cansancio	-	leer aportes de otros	Home - artículos de investigación - artículos de investigación jurídica	No, es totalmente incoherente	no hay claridad	
Persona 14	la información se ve más organizada	-	Opiniones	Home - artículos de investigación	la secretaria técnica referencia un contacto, no un simple listado de nombres	los links no se encuentran a la vista	

Persona 15	su pueden resaltar los temas importantes	-	En un link llamado "opiniones"	guía de recursos de investigación	En realidad no, no es coherente el nombre con el contenido	me fue difícil, no encontraba los links	
Persona 16	Le genera tranquilidad al usuario	-	foro	Artículos de investigación – artículos de investigación jurídica	El contenido y el nombre del link no están relacionados	si, ya había visto el link en ejercicios anteriores	
Persona 17	No se confunden los temas	-	seminario	Home – artículos de investigación – jurídicos	El nombre del link no tiene nada que ver con lo que dice, en realidad parece un link de contacto	no es de fácil acceso	
Persona 18	Se percibe el orden y la funcionalidad	-	Lo que otros opinan	Home artículos de investigación y luego los artículos judiciales	secretaria técnica referencia un contacto de soporte mas no un listado de personas	la lógica de los links no es fácil	

Persona 19	Demuestra un diseño mucho más dinámico	-	"Más opiniones"	Artículos de investigación y luego los artículos de investigación jurídica	Es coherente que listen lo nombres de los miembros de la secretaria	no, los links no están a mi vista	
Persona 20	El diseño muestra más orden y mucha más facilidad de funcionalidad	-	conferencia web	home artículos de investigación	Parece un link que brindara algún servicio al usuario	la funcionalidad de la página es complicada	
Persona 21	Se ve más fácil de manejar	-	En un link que se llame: "aportes al tema"	Artículos de investigación - jurídicos	parece más un soporte técnico que un listado de nombres	la página no es practica	
Persona 22	Los colores reflejarían mas la funcionalidad de la pagina	-	Foro	Guía de recursos de investigación y luego jurídica	No, pensé que encontraría un link de contacto	La página no es clara, no conduce al usuario de manera practica	
Persona 23	Se reflejarían los temas de los que trata la página	-	Opiniones	Guía de recursos de investigación y luego recursos de investigación jurídica	pensé que encontraría contacto de los miembros no solo los nombres	los links no son claros	

Persona 24	Se evidencia orden y estructura	-	foro	Guía de recursos de investigación y luego investigaciones en curso	No, se pensaría que se encontraría algún contacto	la página presenta una funcionalidad compleja	
Persona 25	Me gusta ese color, muestra más orden y organización	-	Seminario web	Guisa de investigaciones y luego en curso	no solo espere encontrar un listado de personas sino también un contacto	en lugar de ser una página práctica, es complicada y tediosa	
Persona 26	El color refleja dinamismo y funcionalidad	-	seminario	Investigaciones en cursos, después de la guía de recursos de investigaciones	espere encontrar el listado de personas que conforman la secretaria	las secciones de la página no son claras	
Persona 27	Me gusta el color, me genera tranquilidad	-	Lo que otros opinan	Recursos de investigaciones - en curso	no, espere encontrar un contacto	no está estructurada la página de modo tal que sean claros los links	

Persona 28	Genera atención y tranquilidad	-	Opiniones acerca del tema	Guía de recursos de investigación - investigaciones jurídicas en curso	el nombre referencia un link que lo llevaría a un contacto de información	El orden de la página no es claro	
Persona 29	No es un color pesado, genera tranquilidad	-	"Más opiniones"	Gua de recursos de investigación - en curso	Genera la impresión que es un link de información administrativa	Los links no se encuentran	
Persona 30	Demuestra funcionalidad y dinamismo	-	Foros	Home - guía de recursos de investigación y luego en curso	Generalmente los links con estos nombres generan un contacto para el usuario, no solo un listado de personas	no hay orden en la pagina	
Persona 31	El color no genera cansancio	-	foro	Home, guía de recursos de investigación. Investigaciones en curso	No hay claridad en el link	la estructura de la página no es clara	

Persona 32	Es un color que impacta y demuestra funcionalidad y rapidez	-	Seminario web	Guía de recursos de investigación - actuales	pensaría que se encontraría un contacto de información	haya visto los links en preguntas anteriores	
Persona 33	Me parece que es un color que demuestra la seriedad del tema	-	seminario	Recursos de investigación. Investigaciones en curso	no, no es nada coherente	es muy difícil ubicar los links	
Persona 34	la escala de grises refleja orden	-	Ver foro	Inicio - investigaciones en curso	el nombre no tiene que ver con el contenido	no es fácil entender el orden de la pagina	
Persona 35	No genera distracción	-	"Más opiniones"	Home - investigaciones actuales	El contenido tiene que ver con el contenido pero no es lo que esperaba, pensé encontrar un contacto de información	la estructura de la página no es clara	

Persona 36	Es un buen color para generar concentración	-	Seminario Web	Home- Investigaciones jurídicas, investigaciones en curso	pensé que estaba relacionado con consultas de tipo técnico	no encontré el link	
Persona 37	Es un color que refleja seriedad	-	foro	Investigaciones en curso (home - guía de recursos de investigación)	Secretaria técnica referencia un soporte técnico	no hay suficiente claridad	
Persona 38	Es un color adecuado para el tema en cuestión	-	Opiniones	en la página de investigaciones actuales, llegue por home, guía de recursos de investigación , investigación jurídica	El nombre me suena como a un sitio donde encontraré un contacto	la cantidad de links confunde	
Persona 39	Es un buen color para mantener la atención	-	Foro	Investigaciones actuales	Parece ser un sitio donde encontrarán un contacto donde se puedan transmitir las dudas de tipo técnico	no existe un diseño de página que muestre una estructura de la misma	

Persona 40	Es un color que produce curiosidad	-	"Más opiniones"	Investigaciones en curso, luego de Guías de recursos de investigación	Pareciera que fuese un contacto	me demoré mucho tiempo ubicando los links, no es nada práctica	
Persona 41	Inspira organización seriedad y dinamismo	-	seminario	Investigaciones duricias - investigaciones actuales	No es coherente, se ve un listado de personas pero no un contacto	la página no es práctica	
Persona 42	El rojo es un color que impacta, que produce atracción	-	Opiniones	Investigaciones en curso		el diseño no es funcional	
Persona 43	Considero que es el color más apropiado para el tema de la pagina	-	Foro	Guía de recursos de investigación - Investigaciones jurídicas y luego investigaciones en curso		la página es muy densa y no se logran ubicar los links rápidamente	
Persona 44	Refleja serenidad y organización	-	"Más opiniones"	Guía de investigación - investigaciones en curso		falta funcionalidad y practicidad	

Persona 45	Es un color que inspira dinamismo	-	foro	Investigaciones jurídicas, investigaciones en curso		no encontré los links	
Persona 46	Es un color que no genera cansancio, por el contrario es un color que produce creatividad	-	Seminario	Guía de recursos de investigación - Investigaciones en curso		me llevo mucho tiempo ubicar los enlaces	
Persona 47	Los contrastes de este color pueden generar organización	-	seminario	Recursos para la investigación - investigaciones en curso		No es clara la estructura de la pagina	
Persona 48	Genera impacto e inspira orden	-	"Más opiniones"	Recursos de investigación jurídica - investigaciones en curso		falta un diseño menos denso de la pagina	
Persona 49	Da la sensación de una página estructurada	-	Foro	Investigaciones en curso		pagina sin estructura	
Persona 50	Transmite seriedad y organización	-	foro	Investigaciones jurídicas en curso		La página esta en total desorden	

	18d	21	23	24
	¿Le fue fácil y rápido organizar estas publicaciones de la Agenda?	¿Considera que la estructura actual del sitio en el que se encuentra le facilita realizar las tareas propuestas?	Busque un tema de su interés, que considere debe encontrarlo en la página del grupo Consultorios Socio-Jurídicos. ¿De qué se trataba?	¿El color o tipo de letra que se emplea en la página le impidió llevar a cabo las tareas propuestas?
Persona 1	No encontré las 7 publicaciones	Tiene mucha información en una sola página	Nuevos proyectos del año 2011	Mucho negro en los textos
Persona 2	Haciendo click en 2 publicaciones no conducían a ninguna parte.	a excepción del punto "Human Rights Library" la mayoría se encontraba fácilmente en la página de inicio o buscando tareas anteriores, se evidenciaba la ubicación	el foro de la restructuración de los IFECS	había mucha información en un espacio reducido, tiende a lucir desordenado

Persona 3	casi no encuentro cuales eran los 7 eventos, cada evento tenía un formato diferente (año hora día mes ...)	me demoro mucho en encontrar lo que estoy buscando y me canso mucho porque hay mucho texto, es plana y muy aburrida y no tiene un buscador	implicaciones de un proyecto de ley sobre RSE	Más que la letra, el color. Hay mucho blanco que junto con tanto texto cansa los ojos
Persona 4	porque las publicaron en desorden, una no tiene fecha de publicación y el link está inservible	porque es fácil de usar, rápido y eficaz, no obstante deberían tener cuidado en la posición de los links	acerca de involucrar en las pruebas del ICFES la materia de derecho	es adecuado el uso del tamaño y el tipo de letra para la página web
Persona 5	no es fácil encontrar la fecha de la publicación	no es fácil encontrar la información deseada, la página no es llamativa	no me interesa	no tiene mayor relevancia, es simplemente la complejidad de la página
Persona 6	no encuentro las fechas de publicaciones	son confusas	no tengo interés en los temas de esta página	al ser todo igual confunde
Persona 7	porque están en desorden y no todas tienen fecha	no tiene conexiones lógicas, están en desorden	derecho familia	la letra está bien, lo que está mal es la ambientación

Persona 8	la fecha de publicación no es fácil de encontrar	el contenido de la página es pesado, me canso	no me genera interés	la letra está bien
Persona 9	No encontré las publicaciones	no está diseñada la página para un fácil acceso a sus funciones		está bien
Persona 10	La fechas son difíciles de ubicar	La página está muy cargada de texto y es de difícil acceso		el tamaño es acorde al tema y el concepto de la página
Persona 11	no todas las publicaciones tiene fechas	la página me parece muy pesada	no es interesante	está bien e tamaño
Persona 12	las publicaciones están en desorden, no cuentan con fecha	como hay mucha información, no es fácil encontrar links, no es llamativa		letra adecuada
Persona 13	no encontré las 7 publicaciones	la página es aburrida, aunque el tema es serio no genera atracción para el usuario		mucho texto

Persona 14	es muy difícil de ubicar una publicación, no encontré las 7	es una estructura demasiado densa, no es fácil hacer algo	violencia familiar	siempre el mismo color cansa
Persona 15	las fechas de publicación son difíciles de encontrar	Se supone que todo debe estar a un click, aquí no encuentro las cosas fácil	no es interesante	está bien
Persona 16	No se encuentran todas las publicaciones	Siento que debe sintetizarse más la página, para el usuario resulta pesada	nuevas investigaciones 2011	buen tamaño
Persona 17	Como las publicaciones no están en orden es muy difícil ubicarlas, me llevo mucho tiempo	Me siento cansado, no es rápido ubicar información.		el color es irrelevante, el tamaño está bien
Persona 18	las publicaciones no tienen fechas	prefiero estructuras claras, menos densas		esta bien el tamaño
Persona 19	las fechas de los artículos no están en el mismo formato	La estructura no es fácil de entender, no podría hacer un mapa del sitio		color normal, buen tamaño

Persona 20	No es posible encontrar las 7 publicaciones	la estructura no es clara, por lo que me resulta difícil encontrar las cosas		los colores son adecuados y el tamaño también
Persona 21	las publicaciones no están organizadas	no existe estructura, es muy desorganizada		El color que maneja esta de acuerdo al fondo utilizado
Persona 22	no encontré las 7 publicaciones	todo está mezclado, nada está diferenciado		La letra es clara
Persona 23	la fecha de las publicaciones no está en el mismo formato	no hay agrupaciones de temas		El tamaño está bien, pero la página está demasiado cargada
Persona 24	no es fácil ubicar la fecha de las publicaciones	hay links que no funcionan		El tipo de letra es el adecuado de acuerdo al tema de la página
Persona 25	no están disponibles todas las publicaciones	el diseño no está en función de la forma en que funciona la página		El color de letra es bueno, el tamaño no
Persona 26	las publicaciones están en desorden	no es de fácil entendimiento		no es clara, es de difícil lectura

Persona 27	las publicaciones no se categorizan ni ordenan por ninguna variable	no existe relaciones funcionales por medio de links		La letra tiene un tamaño adecuado
Persona 28	no hay estructura ni orden	no hay diferenciación de temas		el tipo de letra se adecua al tema de la pagina
Persona 29	no fue rápido debido a que no están organizadas	la estructura es confusa		la letra es clara
Persona 30	es bastante difícil cuando no se organizan por ningún criterio las publicaciones	no hay orden, la pagina no es funcional		el tamaño no es el adecuado es muy pequeño
Persona 31	no encontré todas las publicaciones	la estructura complica las búsquedas		La letra tiene el tamaño adecuado y el tipo de letra es claro
Persona 32	no encontré las 7 publicaciones	no es de fácil comprensión		La lectura del texto se puede hacer, el tipo y el color son adecuados
Persona 33	no encontré fechas de publicaciones	la estructura es compleja y de difícil interpretación		Me impidió hacerlo, es muy pequeña y de difícil comprensión

Persona 34	hay links que no sirven	la estructura de la página no es nada familiar		comprendí todo, no se me dificultó la lectura
Persona 35	no hay fechas de publicación	es de difícil entendimiento, no está visible		No me gusta la letra, el tipo de letra no es el adecuado para este tipo de páginas
Persona 36	no aparece la fecha de publicación	la estructura no es clara		La letra del texto es buena. Aunque sería bueno aumentar el tamaño de la letra
Persona 37	es difícil encontrar las publicaciones	la estructura no facilita nada., es difícil entendimiento		no hay suficiente claridad, letra pequeña
Persona 38	solo encontré 5	no es claro dónde puedo encontrar las cosas		La letra es confusa, no resalta los temas importantes
Persona 39	me demore mucho y no encontré todas	los links no están visibles, por tanto es difícil identificar la estructura		No es clara, no maneja tamaños de letra uniformes en toda la página
Persona 40	hay links que no sirven	la estructura no es visible, es de difícil comprensión		no le encuentro sentido a los tamaños que se manejan en la página
Persona 41	no encontré las 7 publicaciones	no es visible la estructura		Los colores no son los adecuados, y los tamaños no son los mismos
Persona 42	están en desorden, es muy difícil buscar así	parece todo estar revuelto, no hay orden		el tipo de letra no es el adecuado, no se maneja uniformidad en el documento

Persona 43	no se encuentran todas	sin orden no se puede contemplar la existencia de una estructura		Hay muchos tamaños y muchos tipos de letras, no es claro
Persona 44	no hay orden en la publicaciones	no hay orden, la estructura no es visible		No me gusta que no manejen estandarización de letra durante todos los documentos de la pagina
Persona 45	hay links que no sirven	hay mucho desorden, no identifico ni menú ni nada que me identifique una estructura		es confuso, no me gusta el tamaño ni el color
Persona 46	no ubique la fecha de publicación	no hay orden, por ende no estructura		La letra no es uniforme en todo el documento
Persona 47	no hay fechas	la visibilidad de una estructura macro de la página es completamente nula		No es clara la información, no se maneja uniformidad en los documentos
Persona 48	no encontré las publicaciones, no está en orden	la estructura actual es completamente desordenada		No se genera claridad en el documento, no manejan un tamaño de letra adecuado

Persona 49	hay links que no sirven	no es fácil encontrar los sitios de la página web donde pueda ubicar temas en específico		La letra es un desorden total, no es claro
Persona 50	no encontré las 7 publicaciones	desorden total, no hay nada de estructura		No existe uniformidad en el documento, es pesado y los tamaños de letras cambian.

	25	26	27	28
	En el sitio web encuentra identidad con la imagen corporativa del Grupo en general.	Considera el color un elemento decorativo dentro de la página web o considera que por medio del color se puede transmitir algún tipo de información.	Revise la siguiente paleta de color y asigne un concepto a cada color	¿Considera que esta paleta de color es adecuada para el sitio web?
Persona 1	Logo, tipo de letra, colores corporativos	Los colores y sus combinaciones transmiten no sólo información sino sensaciones	Seriedad/Fuerza/Equilibrio/Árido	Los temas y los conceptos van acorde unos con los otros
Persona 2	-	por medio del color se puede llamar la atención del lector	Resalta Elemento Importante/ Títulos/ Subtítulos/Sin diferencia	es monótona, no hay colores vivos, dan un toque de predisposición negativa
Persona 3	-	Por qué el color puede invitar a conocer como es el grupo, su seriedad y trascendencia	Elegancia/Seriedad "Liberalismo"/Calor/Natural eza	Son colores que contrastan mucho y que con el blanco de fondo cansan muy rápido. Además el rojo hace pensar que el grupo tiene una tendencia política liberal
Persona 4	la seriedad de los muñecos y la simplicidad	se transmite información a través de los colores, ya que transite seriedad y hacen de la página web una página visualmente agradable	seriedad/atracción/tranquilidad/diversión	porque buscan atraer al usuario en un tema que de por si no es fácil de atracción, y esa combinación de colores la hace original y llamativo al usuario

Persona 5	-	existe una terapia con colores y éstos generan algún significado	Seriedad/ aburrimiento/ guiso/????	porque la página es mala
Persona 6	-	-	muy oscuro/ muy aburrido/ no se ve bien/ más colores menos gris	es aburrida
Persona 7	-	se transmite información, se cautiva el interés	tecnología/ comida/ muebles/ baldosas	porque no inspiran algo relacionado al tema
Persona 8	logo y colores	el color genera impacto		No, generan cansancio
Persona 9	-	el color es simple decoración		con el fondo se generan muchos contrastes que cansan la vista
Persona 10	-	el color es un distractor , nada funcional		los colores buscan generar atracción en un tema difícil de digerir
Persona 11	-	el color me genera entretenimiento		no se deben manejar colores tan vivos para este tema
Persona 12	-	el color puede generar cansancio		no está acorde al tema de la pagina

Persona 13	colores y logo	mediante el color puedo identificar importancia		-
Persona 14	imágenes, colores	el color puede resaltar la funcionalidad e importancia de algunos temas		es una página monótona, plana
Persona 15	color tipo de letra y colores	el color no trasmite información, pero si capta la atención sobre un tema en específico		maneja colores planos, no restantes, es aburrida
Persona 16	-	el color me traza un camino de atención		los colores no generan atracción, solo aburrimiento
Persona 17	-	la importancia de un tema se relata con colores		colores muy planos
Persona 18	-	parte fundamental del diseño de la página es el color, me parece que si transmite un mensaje		van acorde al tema, aunque no generan atención
Persona 19	-	considero que no cualquier color se puede utilizar para un tema como el que maneja la pagina		-
Persona 20	-	los colores resaltan los temas y generan atención		Son colores que no producen sensaciones resaltantes

Persona 21	-	Los colores son importantes para estructurar temas		la paleta de colores no van acorde al tema de la pagina
Persona 22	-	El color es una herramienta que permite resaltar importancia y generar un ambiente de la pagina		los colores se contrastan mucho y genera cansancio
Persona 23	-	Los contrastes permiten resaltar temas y mostrar estructura de la pagina		Los colores utilizados no van acorde al tema, no son serios
Persona 24	tipo de letra y logo	El color no solo es un elemento decorativo, también permite transmitir mensajes y hacer que un tema cobre relevancia		Los colores deben ser acordes a los temas tratados
Persona 25	imagenes, fondo, letra	Los colores permiten que oraciones o textos largos sean relevantes		no son nada serios, parece de otra categoría la pagina
Persona 26	-	Los colores se utilizan para resaltar palabras o espacios		La paleta es algo extrovertida para el tema en cuestión
Persona 27	-	Los colores generan impacto en la interpretación de temas		La paleta de colores no está acorde al tema ser sitio web

Persona 28	-	Los colores generan recordación		Los contrastes generan cansancio
Persona 29	colores	Los colores generan en la mente un tipo de interpretación de la información y la importancia de la misma		-
Persona 30	-	El color es un elemento primordial a la hora de transmitir mensajes		La página es densa en texto y los colores no generan relajación
Persona 31	-	El color es un elemento complementario a la hora de transmitir mensajes, no es el principal		Los colores no son acordes, son desordenados
Persona 32	-	El color se puede manejar para resaltar importancia		La paleta de colores no es la adecuada, no refleja seriedad
Persona 33	-	Los colores son importantes a la hora de resaltar temas o espacios		La paleta es desordenada, no va acorde a los temas tratados en el sitio web
Persona 34	-	El color resalta temas importantes		Los colores reflejan desorden. La paleta no es la adecuada
Persona 35	-	llama la atención del lector		La paleta de colores no es la mejor para el tema del sitio web
Persona 36	-	Los colores transmiten sensaciones		Los colores son demasiado fuertes y desordenados

Persona 37	-	No solo transmiten información, impactan y generan recordación		No es nada seria, refleja desorden
Persona 38	-	Los colores son la base de la estructura de una página, generan sensación y transmiten mensajes		La paleta no es la adecuada porque se ve como si fuese otro el tema de la pagina
Persona 39	logo	El color es un elemento de lenguaje que complementa los mensajes.		-
Persona 40	tipo de letra color de fondo	Los colores complementan un mensaje		La paleta de colores que maneja la página no está acorde al tema, son fuertes los colores que maneja y están desorden
Persona 41	-	Los colores son base de un buen mensaje		manejan colores desordenados, no es nada serio y el contenido de la página si lo es
Persona 42	-	Los colores no generan nada		Los colores que se manejan son como de un sitio web de un tema totalmente distinto
Persona 43	-	Un color genera recordación		no es adecuada, el tema es totalmente distinto
Persona 44	-	Los colores no son importantes		Considero que se deben manejar colores más claros debido a que la pagina es densa en texto

Persona 45	-	Los colores resaltan información		La paleta no está adecuada para la cantidad de texto que se maneja, genera cansancio al lector
Persona 46	-	Los colores generan orden y estructuran la mente del lector		No es adecuada, colores muy fuertes
Persona 47	-	Los colores no solo decoran, generan recordación y orden		Los colores generan cansancio
Persona 48	colores	El color genera impacto y atención sobre espacios de la página		Son colores planos y frente al tema en cuestión no resultan convenientes
Persona 49	-	El color no transmite información		-
Persona 50	-	La estructura de la página se relata con los colores		Es un inconveniente estos colores, debido a que cansan al lector

Anexo C

SITIO WEB “CONSULTORIOS SOCIO JURÍDICOS”

RED de Grupos y Centros de INVESTIGACIÓN Jurídica y Sociopolítica

Colombia

[Inicio](#) | [Acercas de](#) | [Publicaciones](#) | [Artículos](#) | [Foros](#) | [Guía de recursos de investigación](#) | [Contactos](#)

□ Nodo Antioquia □ Nodo Costa Caribe □ Nodo Eje Cafetero □ Nodo Santander □ Nodo Suoccidente □ Nodo Centro □ Nodo Tolima □ Nodo Sur

Noticias de la Red

□ **Reglamento para presentación y evaluación de ponencias para los encuentros Nodales y Nacionales de la Red. (Rev. 2)**
[Descargar \(PDF\)](#)

Edición 4 - Escenarios Sociojurídicos
Revista de investigación formativa, seminarios de investigación y jóvenes investigadores de la Red de Grupos y Centros de Investigación Jurídica y Sociopolítica.

Es grato para nosotros saber que estudiantes de diferentes Facultades de Derecho siguen socializando sus productos de investigación a través de la publicación de artículos, ya sea como avances o como resultados de investigación.[+]

Competencias estudiantes de derecho

Pruebas Saber Pro para derecho [opine](#).

En el marco de la Ley 1324 de 2009 y el Decreto 3963 del mismo año, el ICJES ha venido adelantando un proceso de reestructuración de los exámenes de estado, en particular los exámenes de calidad de la educación superior, SABER PRO.

En el caso del derecho, el ICJES ha convocado para que con participación de toda la comunidad defina las competencias fundamentales de los estudiantes de los programas de derecho del país y elaborar y validar las especificaciones de una prueba de Derecho en el marco de la evaluación SABER PRO.

Dado que es una oportunidad de contar con la participación de todas las facultades de derecho del país, y ante todo con el conocimiento de los investigadores **le solicitamos realizar sus aportes**.
[Acceder al foro](#)

Agenda Red

Abril
20 Reunión Secretaría Técnica de la Red Universidad de Rosario

Junio
15 Reunión Secretaría Técnica de la Red Universidad Sergio Arboleda

Eventos

Febrero
29 VI Congreso Internacional de Derecho Constitucional
Pado - Nariva - Colombia, Febrero 29, Marzo 1 y 2 de 2012 [Más información](#)

Marzo
16 Concurso de Ensayo Jurídico Octavio Arizmendi Posada (Investigación formativa)
Cierre de recepción de trabajos
[Presentación concursos](#)
[Instructivo presentación ensayos](#)
[Criterios y formato de evaluación ensayos](#)
[Formato para inscripción ensayos](#)

Publicaciones

Avances en la discusión de temas de Constitucionalismo Social: Visión de los estudiantes
En el mes de septiembre de 2011 se realizó en la Universidad del Rosario el Primer Concurso Nacional de Semilleros de Investigación, en el marco del Seminario Internacional "Veinte Años de Constitucionalismo Social", organizado con ocasión del vigésimo aniversario de la Constitución Política. En total se presentaron 41 ponencias, de las cuales 36 fueron seleccionadas para participar en el concurso. En este volumen, se reúnen las ponencias de los estudiantes que obtuvieron los primeros tres puestos en el concurso.
[Informe: paula.tregui@un Rosario.edu.co](#)

Revistas

□ **Convocatoria presentación de artículos para la Revista Iberoamericana de Ciencia y Políticas Jurídicas**
Fecha límite: Abril 15
[Más información](#)

□ **Publicaciones periódicas de Investigación Jurídica y Sociopolítica**

Con el apoyo de: