

MEDIOS 3

TPO: INVESTIGACIÓN TEÓRICO – EMPÍRICA: “LA WEB”



Profesores:

- Daniel Do Campo
- Fabiana Losana
- Carina Mas
- Magali Rodríguez
- Nadia Tkalenko
- Oscar Vennera



| | |
|---|----------|
| OBJETIVOS: | 3 |
| PRESENTACIÓN DE LOS TRABAJOS PRÁCTICOS | 3 |
| CONSIGNAS: | 4 |
| ETAPA 1: INVESTIGACIÓN..... | 4 |
| ETAPA 2: ACCIÓN!..... | 5 |
| ETAPA 3: DIFUSIÓN Y CRM..... | 5 |
| INFORMACIÓN ADICIONAL | 6 |
| BLOGS..... | 6 |
| CRITERIOS DE POSICIONAMIENTO WEB: | 7 |
| ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE SITIOS WEB..... | 9 |
| 1. IDENTIFICACIÓN..... | 9 |
| 2. CONTENIDOS..... | 10 |
| 3. NAVEGACIÓN..... | 12 |
| 4. INTERACTIVIDAD..... | 13 |
| 5. INTERFAZ..... | 14 |
| 6. USABILIDAD..... | 15 |

Objetivos:

- Introducir al alumno en el campo de la investigación en la web.
- Elaborar una síntesis de contenido a partir de una consigna.
- Contrastar la investigación teórica con la empírica.
- Valorar la información respectiva.
- Por medio de la publicación de contenidos en un weblog, los alumnos puedan experimentar las características específicas de la comunicación a través de medios interactivos y, aprovechar el potencial como medio de interacción.

Presentación de los Trabajos Prácticos

- Los trabajos se deberán presentar obligatoriamente con la siguiente estructura:
 1. Carátula
 2. Título
 3. Índice
 4. Introducción
 5. Desarrollo
 6. Conclusiones
 7. Bibliografía
 8. Apéndices o Anexos
- Encarpetado e impreso en hoja tamaño carta o A4 en una sola carilla.
- Con copia en formato digital
- Redacción clara y sin faltas de ortografía.
- Todas las hojas numeradas correlativamente en la parte superior o inferior derecha.
- En la fecha estipulada oportunamente.
- Estructura y contenido según pautas dadas .

Consignas:

Etapa 1: Investigación

1. Seleccionar una temática en grupos de aproximadamente 4 personas: Elección de la empresa, temática o persona/personaje público a analizar en Internet.
 - Aclaración: Si se elige una persona (física o jurídica) la misma debe ser real, y deben contar con su consentimiento para difundir información de la misma en Internet.

2. Seleccionar un sitio relacionado con la temática elegida y analizarlo según la tabla propuesta. A continuación se realiza el estudio del sitio seleccionado. Para llevar adelante este proceso se utiliza la siguiente guía, basada en la adaptación hecha por Santos al análisis de Alexander y Tate, según las tablas que se detallan a continuación (ver Tabla "[Análisis Y Evaluación De Sitios Web](#)"):
 - 1. Identificación
 - 2. Contenidos
 - 3. Navegación
 - 4. Interactividad
 - 5. Interfaz
 - 6. Usabilidad
 - 7. Calificación del sitio Web

Luego se debe promediar y exponer las conclusiones del análisis de cada tabla, obtener el promedio resultante del sitio y entregar el informe. Finalmente, se aplicará la experiencia adquirida en la construcción del sitio Web propuesto.

3. Realizar una investigación acerca de esa persona o rubro (competencia) según los ítems destacados por la cátedra. Se trata de un relevamiento de información en la Web acerca de una organización, tema o personaje público, basado en los ejes temáticos fundamentales de la materia. (Ver punto **Criterios de posicionamiento Web**)

4. Dependiendo del caso de estudio elegido podrán realizar una descripción y análisis de la comunicación que se difunde sobre el caso elegido en Internet, a través de:
 - Sitio web corporativo/oficial
 - Blogs corporativos/oficiales
 - Análisis de las acciones de comunicación del objeto estudiado en redes sociales: Twitter, YouTube, Facebook, LinkedIn u otras.
 - Análisis de otras menciones en Internet sobre la temática elegida a través de los buscadores Google, Yahoo u otros. Se deberá realizar.
 - Valoración de la información
 - Relacionar los resultados que arrojan los buscadores con los criterios de posicionamiento Web.



MATERIA: Medios III

Etapa 2: ¡Acción!

5. Crear en forma grupal un sitio o Blog.
6. Cada grupo deberá determinar el tema a tratar y comenzar con la actividad de elaboración de un artículo. Cada grupo deberá enviar un correo (UNO SOLO POR GRUPO) a ovennera@uade.edu.ar con copia a ntkalenko@uade.edu.ar con la siguiente información:
 - **ASUNTO:** “Nro de aula - Grupo N°.....”
 - **En el cuerpo del correo:**
 - 1- Integrantes: N° Libreta, Apellido y Nombre
 - 2- URL del Blog.
 - 3- Título del weblog y descripción del tema abordado en él.
 - 4- Título del artículo a publicar.

En clase la dinámica será la siguiente:

- **Introducción teórica sobre los weblogs;** Se explicará el concepto, la estructura y las funciones comunicativas de los weblogs.
- **Orientación a los alumnos para definir el tema del weblog:** Se analizarán los “Diez consejos para una bitácora mejor” de Blood (2003). Se describirán ventajas que facilitarían la adopción de weblogs en el ámbito de las Relaciones Públicas.
- **Exploración de la herramienta para crear un weblog:** Como recurso para la creación del weblog se utilizará el entorno de trabajo gratuito ofrecido por www.wordpress.com | <http://www.blogger.com>. Se mostrarán los pasos a seguir para la construcción de un weblog: funciones y opciones que ofrece.

Etapa 3: Difusión y CRM

7. Los Blogs de los grupos serán publicados en los canales de la materia (Webcampus de la aldea y www.medios3.tvmundus.com.ar) a fin de que sea evaluado por los pares, y que puedan comentar los trabajos mediante posts en los trabajos de los compañeros. De esta manera, una de las condiciones de aprobación es evaluar y argumentar una crítica –constructiva desde lo teórico- en los trabajos de la clase.
8. Fomentar mediante las técnicas de CRM y posicionamiento la interacción del Sitio creado en el mundo on-line.
9. Exponer el trabajo grupal en 15 minutos según las técnicas de expresión oral con apoyo visual o cualquier alternativa propuesta.

Información Adicional

BLOGS

¿Qué es un weblog?

Es un espacio personal de escritura en Internet. Puede pensarse como un diario on-line, un sitio web donde se pueden publicar artículos, compartir información, enlaces, en orden cronológico.

Un poco de historia....

El concepto de weblog existe desde los principios de Internet.

El pionero fue el sitio "What's new in '92" publicado por Tim Berners Lee desde enero de 1992 para divulgar las novedades del proyecto World Wide Web que impulsaba desde Ginebra.

Pero el término "web log" se atribuye a Jorn Barger, quien junto a Dave Winer, Lawrence Lee y Cameron Barret, pusieron en marcha, a partir de 1996, los primeros weblogs tal como hoy se los conoce.

Barrer utilizó el término web log para hacer referencia a un diario en línea, publicado en Internet. En castellano, inicialmente se habló de estas herramientas como "cuadernos de bitácoras" y más tarde sólo "bitácoras".

Posteriormente las dos palabras "web" y "log" se comprimieron para formar la palabra "weblog"; hasta que en 1999, Peter Merholz simplificó este término en "blog", resultando hoy el término más común para hacer referencia a esta herramienta.

Características

Un weblog (también llamado blog) está diseñado para que cada artículo tenga fecha de publicación, de modo que el escritor y los lectores tengan un seguimiento de lo publicado y archivado.

Las entradas tienen una configuración inversa, es decir, la publicación más reciente es la que primero aparece.

Los elementos que lo caracterizan son: un **manejador de contenidos**, que nos permite escribir o pegar contenido que ya podemos tener escrito, y la **organización temporal** de estos contenidos por fechas.

A cada producción escrita, denominada "*post*", una vez publicada puede agregarse comentarios, lo que potencia el artículo original.

Los weblogs también permiten **enlaces hipertextuales** y esto es lo que más a favorecido su crecimiento y la construcción de la denominada "*blogosfera*".

Blogosfera es el término que se utiliza para agrupar a la totalidad de weblogs y deriva de la palabra inglesa *blogosphere*.

Los weblogs permiten una rápida escritura y puesta en línea de los contenidos sin que se necesiten demasiados conocimientos tecnológicos. Entre algunas de sus ventajas podemos mencionar:

- La creación y publicación de un blog es más sencilla respecto a la edición de páginas web en editores html.
- El diseño de weblogs mediante plantillas predefinidas facilita el diseño, lo que hace que el escritor (weblogger) se concentre en los contenidos y la comunicación.
- Los blogs tienen asociados una serie de funciones que aportan un valor agregado al contenido producido:
 1. comentarios
 2. detección automática de referencias (trackback)
 3. buscadores internos
 4. enlaces a otros sitios

MATERIA: Medios III

Sitios Web relacionados para consultar

Moebius <http://www.moebius.lodigital.com.ar>

Filosofitis <http://www.ilhn.com/filosofitis/>

educ.ar Tecnología y Educación <http://weblog.educ.ar/educacion-tics>

Web de Blogs <http://mccd.udc.es/orihuela/webdeblogs/>

eCuaderno <http://blogia.com/jlori>

Intertainment <http://intertainment.blogspot.com>

Seminario de Introducción a los Weblogs

<http://www.infoaragon.net/servicios/blogs/jlori/index.php?idarticulo=200309122>

Reseñas de blogs similares al tuyo <http://www.infoaragon.net/servicios/blogs/jlori/index.php?idarticulo=200401081>

Los mejores sitios de la web <http://www.unav.es/digilab/forms/categorias.htm>

Blood, R. (2000). Weblogs: a history and perspectiva, Rebecca 's Pocket

http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html

Blood, R. (2003). Diez consejos para una bitácora mejor, Rebecca 's Pocket

http://www.rebeccablood.net/essays/ten_tips_espanol.html

Bull, G. y Kajder, S (2005). La escritura con Weblogs. Una oportunidad para los diarios estudiantiles

<http://www.eduteka.org/Weblogs1.php>

Orihuela, J. L. y Santos, M. (2005). Los weblogs como herramienta educativa: experiencias con bitácoras de alumnos <http://www.quaderndigitals.net> (Revista electrónica)

Roberts, S. (2003). Campus Communications & the Wisdom of Blogging <http://www.syllabus.com/article.asp?id=7982>

Santos Mato, C.E. (2005). Abriendo puertas en la educación superior... con blogs.

<http://www.aulablog.com/abriendo-puertas-en-la-educacion-superior...-con-blogs>

Criterios de posicionamiento Web:

Factores a tener en cuenta en la evaluación de un sitio/ blog:

- Posicionamiento en la Web del sitio: identificación de criterios que facilitan el posicionamiento de un sitio Web en un buscador.
- La determinación de las características básicas y de los objetivos del sitio.(tipo ,propósito del sitio y que tipo de interrelación supone con los usuarios)
- Calidad de información: tener en cuenta tanto las características de los contenidos como la forma y condiciones en que se accede a los mismos
 - **Razonabilidad:** Medida en que la información proporcionada es presentada en forma equilibrada (presentado sin distorsiones), con moderación (sin exageraciones), y en forma consistente.
 - **Autoridad:** Medida en la cual el material contenido en el sitio es identificable como creación o responsabilidad de una persona u organización reconocida.
 - **Exactitud:** Medida en la cual la información es confiable y está libre de errores.
 - **Objetividad:** Medida en la cual el contenido transmite hechos o información sin distorsiones.
 - **Actualidad:** Medida en la cual el material puede ser identificado como actual. (La noción de actualidad de la información varía de un tipo a otro de sitio; en el caso de un sitio de noticias, puede requerirse una actualización permanente.)
 - **Interactividad:** Medida de la claridad, precisión y oportunidad con que se informa al usuario sobre los pasos que está realizando cuando: Interactúa con el sitio o cuando realiza transacciones con el sitio o a través del sitio.
 - **Características de estructura y navegación:** Medida de la efectividad, facilidad y rapidez con que el usuario logra obtener información útil del sitio ya sea moviéndose a través de las secciones o páginas del mismo, aprovechando la organización y presentación de la información, o utilizando herramientas de ayuda tales como motores de búsqueda.
 - **Cobertura y público:** Variedad de temas incluidos y profundidad con que son tratados; público al que están destinados los distintos temas, secciones o servicios del sitio.



Análisis Y Evaluación De Sitios Web

1. Identificación

| ITEM | INDICADOR | CALIFIC. | OBSERVACIONES |
|-------|--|----------|---------------|
| 1.1. | IDENTIFICACIÓN, PÁGINA DE INICIO | | |
| 1.1.1 | ¿Señala la empresa, institución o persona responsable de los contenidos? | | |
| 1.1.2 | ¿Ofrece un modo de contacto? (dirección, correo, teléfono, etc) | | |
| 1.1.3 | ¿Muestra la dirección URL del sitio en el cuerpo de la página? | | |
| 1.1.4 | ¿Indica si la empresa tiene presencia fuera de la red? | | |
| 1.1.5 | ¿Indica la antigüedad de la empresa o del sitio? | | |
| 1.1.6 | ¿Indica si la empresa está asociada o pertenece a alguna agrupación? | | |
| 1.1.7 | ¿Se indica nombres y calificación personal de miembros destacados? | | |
| 1.1.8 | ¿Se indica si el sitio posee algún patrocinador? | | |
| 1.1.9 | ¿Muestra con naturalidad a qué tipo de usuario se dirige el sitio? | | |
| 1.2. | IDENTIFICACIÓN, TÍTULOS EN EL NAVEGADOR, Pág. De inicio | | |
| 1.2.1 | ¿Señala la empresa, institución o persona responsable de los contenidos? | | |
| 1.2.2 | ¿Es representativo de los contenidos del sitio? | | |
| 1.2.3 | ¿Es representativo de los contenidos de la página? | | |
| 1.2.4 | ¿Indica de qué página se trata? | | |
| 1.3. | IDENTIFICACIÓN, TÍTULOS EN EL NAVEGADOR, Págs. Interiores | | |
| 1.3.1 | ¿Señala la empresa, institución o persona responsable de los contenidos? | | |
| 1.3.2 | ¿Es representativo de los contenidos del sitio? | | |
| 1.3.3 | ¿Es representativo de los contenidos de la página? | | |
| 1.3.4 | ¿Indica de qué página se trata? | | |
| 1.3.5 | ¿Refleja la ubicación de la página en la estructura de navegación? | | |
| | PROMEDIO DE LA TABLA | | |

Conclusiones:



MATERIA: Medios III

2. Contenidos

| ITEM | INDICADOR | CALIFIC. | OBSERVACIONES |
|--------|---|----------|---------------|
| 2.1. | CONTENIDOS GENERALES | | |
| 2.1.1 | ¿Describen la naturaleza y objetivos de la organización? | | |
| 2.1.2 | ¿Describen en modo claro y definido los servicios y productos que se ofrecen? | | |
| 2.1.3 | Indicar en Observ. La información que contiene el sitio | | |
| 2.1.4 | ¿Queda claro a qué tipo/s de usuario/s se dirige cada contenido? | | |
| 2.1.5 | ¿Se refleja si los contenidos tienen Derechos de Copia? | | |
| 2.1.6 | Si los contenidos requieren actualización permanente: | | |
| 2.1.7 | ¿Se indica la fecha original de publicación? | | |
| 2.1.8 | ¿Se indica la fecha de última actualización? | | |
| 2.1.9 | ¿Se indica la frecuencia de actualización? | | |
| 2.1.10 | Si se ofrecen datos estadísticos: | | |
| 2.1.11 | ¿Se indica la fecha de obtención de los mismos? | | |
| 2.1.12 | ¿Se indica la fuente de información? | | |
| 2.1.13 | ¿Se indican enlaces a recursos para la confirmación de los datos? | | |
| 2.1.14 | Si existe una versión impresa u otro soporte de los contenidos: | | |
| 2.1.15 | ¿Se ofrece información para su obtención? | | |
| 2.1.16 | ¿Queda claro que porción de sus contenidos cubre el sitio? | | |
| 2.1.17 | Si existen patrocinadores o publicidad: | | |
| 2.1.18 | ¿Se diferencia el anunciante de la org. responsable del sitio? | | |
| 2.1.19 | ¿Se diferencian los contenidos informativos de los publicitarios? | | |
| 2.2. | CONTENIDOS, TEXTOS | | |
| 2.2.1 | ¿El texto es legible? (Fuente, tamaño, color, contrastes) | | |
| 2.2.2 | ¿La redacción es sintáctica y gramaticalmente correcta? | | |
| 2.2.3 | ¿La ortografía es correcta? | | |
| 2.2.4 | ¿Existe claridad en la redacción y en la exposición de los contenidos? | | |

| ITEM | INDICADOR | CALIFIC. | OBSERVACIONES |
|------|-----------|----------|---------------|
|------|-----------|----------|---------------|



MATERIA: Medios III

| | | | |
|-------|---|--|--|
| 2.3. | CONTENIDOS, IMÁGENES Y ANIMACIONES | | |
| 2.3.1 | ¿Poseen suficiente calidad y legibilidad? | | |
| 2.3.2 | ¿Cumplen una función estética o expresiva? | | |
| 2.3.3 | ¿Se usan para atraer la atención sobre ciertos contenidos? | | |
| 2.3.4 | ¿Ilustran la información contenida en el texto? | | |
| 2.3.5 | ¿Aportan información complementaria? | | |
| 2.3.6 | ¿Las animaciones resultan molestas para la lectura del texto? | | |
| 2.3.7 | ¿Los gráficos poseen un texto alternativo? | | |
| 2.3.8 | ¿Los gráficos, tablas y cuadros están claramente titulados? | | |
| 2.4. | CONTENIDOS, OTROS FORMATOS | | |
| 2.4.1 | ¿Los sonidos y/o videos tienen suficiente calidad técnica? | | |
| 2.4.2 | ¿Su uso está plenamente justificado? | | |
| 2.4.3 | ¿Se integran con el resto de los contenidos aportando suficiente información? | | |
| | PROMEDIO DE LA TABLA | | |

Conclusiones:



MATERIA: Medios III

3. Navegación

| ITEM | INDICADOR | CALIFIC. | OBSERVACIONES |
|---------|---|----------|---------------|
| 3.3.1 | NAVEGACIÓN, ENLACES | | |
| 3.3.1.1 | ¿Hay enlaces en todas las páginas para volver a la página de inicio? | | |
| 3.3.1.2 | ¿Hay enlace desde la página de inicio a un mapa o índice del sitio? | | |
| 3.3.1.3 | En estructuras jerárquicas, ¿hay enlaces para retroceder al nivel inmediato superior? | | |
| 3.3.1.4 | En estructuras lineales, ¿hay enlaces para volver al inicio de la secuencia? | | |
| 3.3.1.5 | En estructuras lineales, ¿hay enlaces para saltar al final de la secuencia? | | |
| 3.3.1.6 | ¿En las páginas con scroll, hay enlaces para volver al principio? | | |
| 3.3.1.7 | ¿Resulta claro que los enlaces a páginas externas conducen fuera del sitio? | | |
| 3.3.1.8 | ¿Al acceder momentáneamente a otro sitio, el sitio original sigue disponible? | | |
| | | | |
| 3.2.2. | NAVEGACIÓN, RECURSOS | | |
| 3.2.2.a | ¿Se utiliza una metáfora para representar la estructura del sitio? | | |
| 3.2.2.b | ¿Se utilizan metáforas en los íconos que funcionan como enlaces? | | |
| 3.2.2.c | ¿Se ofrece un mapa o índice de contenidos del sitio? | | |
| 3.2.2.d | ¿El mapa es navegable? | | |
| 3.2.2.e | ¿El mapa representa gráficamente la estructura del sitio? | | |
| 3.2.2.f | ¿Se ofrece algún sistema de ayuda? | | |
| 3.2.2.g | ¿El sistema de ayuda es accesible? | | |
| 3.2.2.h | ¿El sistema de ayuda es eficaz? | | |
| 3.2.2.i | ¿El sistema de ayuda ofrece instrucciones claras para obtener información? | | |
| 3.2.2.j | ¿Se ofrece algún sistema de búsqueda? | | |
| 3.2.2.k | ¿El sistema de búsqueda es eficaz? | | |
| | | | |
| | PROMEDIO DE LA TABLA | | |

Conclusiones:



MATERIA: Medios III

4. Interactividad

| ITEM | INDICADOR | CALIFIC. | OBSERVACIONES |
|-------|--|----------|---------------|
| 4.1. | INTERACTIVIDAD (Feedback) | | |
| 4.1.1 | ¿Se ofrece al usuario la posibilidad de emitir opinión a ser considerada? | | |
| 4.1.2 | ¿Se ofrece al usuario la posibilidad de generar contenidos para ser incluidos? | | |
| 4.1.3 | ¿Se ofrece al usuario la posibilidad de solicitar información adicional? | | |
| 4.1.4 | ¿En el caso anterior, se le informa de plazos y modos de resouesta? | | |
| 4.1.5 | ¿Se ofrece al usuario la posibilidad de interacción con otros usuarios? | | |
| 4.1.6 | ¿Se le informa al usuario si el sitio utiliza cookies? | | |
| 4.1.7 | ¿Si el acceso es restringido, se ofrece la posibilidad de ser miembro? | | |
| 4.1.8 | ¿Si se demanda información al usuario, se le informa con qué finalidad ? | | |
| 4.1.9 | ¿Se indica si el sitio posee algún patrocinador? | | |
| | | | |
| | PROMEDIO DE LA TABLA | | |

Conclusiones:



MATERIA: Medios III

5. Interfaz

La **interfaz de usuario** es el medio con que el usuario puede interactuar o comunicarse, en este caso, con el sitio Web y comprende todos los puntos de contacto entre el [usuario](#) y el equipo, normalmente deben ser fáciles de entender y fáciles de accionar.

| ITEM | INDICADOR | CALIFIC. | OBSERVACIONES |
|---------|---|----------|---------------|
| 5.1. | INTERFAZ GRÁFICA, ESTILO GENERAL | | |
| 5.1.1 | ¿El estilo es adecuado para el tipo de usuario al cual está dirigido? | | |
| 5.1.2 | ¿El estilo es apropiado para el tipo de contenidos y/o servicios ofrecidos? | | |
| 5.1.3 | ¿Se destaca por su originalidad? | | |
| 5.1.4 | ¿Se destaca por su sencillez? | | |
| 5.2. | INTERFAZ GRÁFICA, COMPOSICIÓN | | |
| 5.2.1 | ¿La pantalla está dividida en zonas definidas? | | |
| 5.2.2 | ¿Estas zonas tienen funciones definidas? | | |
| 5.2.3 | ¿Los elementos relacionados con funciones similares están agrupados? | | |
| 5.2.4 | ¿Existe contraste entre funciones diferentes? | | |
| 5.2.5 | ¿Los diferentes íconos, títulos y otros elementos son reutilizados? | | |
| 5.2.6 | ¿La composición, favorece la legibilidad? | | |
| 5.3. | INTERFAZ GRÁFICA, COLOR | | |
| 5.3.1 | ¿Predominan los colores corporativos? | | |
| 5.3.2 | ¿El uso del color favorece la legibilidad? | | |
| 5.3.3 | ¿Se usa el color como recurso a la navegación? | | |
| | Si es afirmativo: | | |
| 5.3.3.1 | ¿Se usa para establecer jerarquías? | | |
| 5.3.3.2 | ¿Se usa para diferenciar zonas? | | |
| 5.3.3.3 | ¿Se usa para definir funcionalidad? | | |
| 5.4. | INTERFAZ GRÁFICA, CONTROLES | | |
| 5.4.1 | ¿Los controles son suficientemente legibles? | | |
| 5.4.2 | ¿Los controles son expresivos? | | |
| 5.4.3 | ¿Se utiliza cada control con una única función? | | |
| | PROMEDIO DE LA TABLA | | |

Conclusiones:



MATERIA: Medios III

6. Usabilidad

Se denomina **“usabilidad”** de un sistema determinado a la **“correlación, empatía o asociación entre el sistema y el entorno en el cual se desempeña e interactúa, considerando que en dicha interacción se incluye a la actividad humana”**.

[ISO/IEC 9126:](#)

"La usabilidad se refiere a la capacidad de un software de ser comprendido, aprendido, usado y ser atractivo para el usuario, en condiciones específicas de uso"

Aplicando lo antedicho a los sitios web, el sistema debe comunicarse con el usuario utilizando vocablos y expresiones reconocibles por él, evitando el uso de términos cuya interpretación requiera conocimientos específicos y presentando la información de modo tal que la misma se desarrolle dentro de una lógica natural.

| ITEM | INDICADOR | CALIFIC. | OBSERVACIONES |
|-------|---|----------|---------------|
| 6.1. | USABILIDAD | | |
| 6.1.1 | ¿Resulta intuitivo y funcional? | | |
| 6.1.2 | ¿Los controles son sencillos? | | |
| 6.1.3 | ¿Los controles son fácilmente reconocibles? | | |
| 6.1.4 | ¿Se encuentran rápidamente los temas de interés? | | |
| 6.1.5 | ¿El usuario posee control en la reproducción de sonidos y videos? | | |
| | PROMEDIO DE LA TABLA | | |