



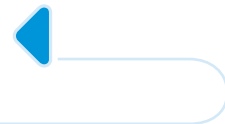
Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Diseño



WebMóvil

DESARROLLO DE SOPORTE COMUNICACIONAL WEB
A TRAVÉS DE DISPOSITIVOS DE TELEFONÍA MÓVIL

PROYECTO PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE DISEÑADOR GRÁFICO



AGRADECIMIENTOS □

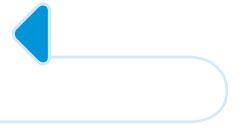
Quiero dar mis más sinceros agradecimientos a todas las personas que me ayudaron en este proceso, especialmente a mi familia por su apoyo y comprensión. □

A mis amigas y compañeras de universidad, Valeria Apablaza, Claudia Rivera y Bárbara Muñoz, gracias por su colaboración y por estar siempre atentas a lo que pudiera necesitar. □

A mis amigos y compañeros de trabajo, Isabel Espinoza, Andrés Cortés, Paola Riquelme, María Paz Bustos, Gilda González, Carolina Muñoz, Loreto Ubal y Francisco Vásquez. □

Gracias a todos por su colaboración, asesoría, preocupación y más importante aún, gracias por su amistad. □

Gracias también a mi profesor guía por su tiempo, correcciones y comentarios.



INDICE

Introducción.....	006
Capítulo 1 Presentación del Proyecto □	
Fundamentos del Proyecto.....	008 □
Fundamentos del Soporte.....	008 □
Motivación.....	009 □
Detección de la Necesidad.....	009 □
Objetivos.....	009
Capítulo 2 Telefonía Móvil □	
2.1 Telefonía Móvil.....	011 □
2.2 Desde 1983 hasta nuestros días.....	012 □
2.3 Funcionamiento.....	012 □
2.4 Las generaciones de la telefonía móvil.....	013 □
2.5 Fabricantes.....	014 □
2.6 Conexión a Internet.....	014 □
2.7 WAP.....	014 □
Capítulo 3 Internet □	
3.1 Internet.....	017 □
3.2 Redes para el mundo.....	017 □
3.3 Navegadores Web.....	020 □
3.3.1 Explorer.....	020 □
3.3.2 Mozilla Firefox.....	021 □
3.3.3 Opera.....	021 □
3.4 Mobi.....	023 □
3.5 La mitad de los internautas navegará a través□ del móvil en el 2008.....	023 □
3.5.1 Redes de nueva generación.....	024
Capítulo 4 Comunidad de Juegos de Estrategia □	
4 Comunidad de juegos de estrategia de cartas coleccionables.....	026 □
4.1 Juegos de cartas coleccionables.....	026 □
4.1.1 Características	026 □
4.1.2 Mitos y Leyendas.....	027 □
4.1.3 Cazaurio.....	028 □
4.1.4 Pokémon.....	028 □
4.1.5 Yu-gi-oh!.....	028 □
4.1.6 Raw Deal.....	029 □
4.2 Comunidad de Juegos de Estrategias.....	029 □
4.2.1 Actividades Relacionadas.....	029 □
4.3 Perfil de los jugadores.....	030
Capítulo 5 Antecedentes Disciplinarios □	
5.1 Interfaz Gráfica de Usuario.....	033 □
5.2 Arquitectura de Información.....	033 □
5.3 Usabilidad.....	035 □
5.4 Accesibilidad.....	036 □
5.5 Navegabilidad.....	037 □
5.6 Ubicuidad.....	038



Capítulo 6 Análisis de Antecedentes □

6.1 Penetración de la Telefonía Móvil en nuestra población.....	040 □
6.2 Porcentaje acerca de las características □ del uso de la telefonía móvil.....	041 □
6.3 Características.....	042 □
6.4 Otros alcances.....	043 □
6.5 Contexto de uso del teléfono móvil.....	044 □
6.6 Algunos importantes beneficios de la web móvil.....	045 □
6.7 Tipología existente.....	046 □
6.8 Análisis de los usuarios.....	051

Capítulo 7 Planificación Proyectual □

7.1 Descripción del Proyecto.....	053 □
7.2 Definición de la marca.....	054 □
7.3 Contenidos definidos para el sitio móvil.....	054 □
7.4 Factibilidad económica.....	057 □
7.5 Equipo involucrado en el proyecto.....	057 □
7.6 Cronograma de actividades.....	057 □
7.7 Presupuesto.....	058

Capítulo 8 Propuesta de Diseño □

8.1 Marco conceptual.....	060 □
8.2 Desarrollo de la marca gráfica.....	061 □
8.3 Proceso de generación de alternativas.....	062 □
8.4 Alternativa seleccionada.....	063 □
8.5 Proceso de desarrollo de sitio web móvil propuesto.....	065 □
8.5.1 Listado de contenidos.....	066 □
8.5.2 Arquitectura de información.....	067 □
8.5.3 Wireframes.....	068 □
8.5.4 Maquetas Home.....	069 □
8.5.5 Maquetas páginas internas.....	070 □
8.8.6 Prototipo.....	072 □

9 Conclusión.....	074
-------------------	-----

10 Bibliografía.....	076
----------------------	-----



Introducción





INTRODUCCIÓN □

Hace más de 10 años, en Chile, nadie habría pensado que sería posible acceder a internet a través de un celular. En ese entonces, la gente apenas soñaba con poder tener algún día un computador en su casa. Esta tecnología era vista como algo inaccesible e inentendible para el usuario común, por su alto costo y por su dificultad de manejo. □

Los chilenos jamás pensaron en la posibilidad de comunicarse por medio de telefonía móvil de la manera en que lo hacen hoy. Acceder a una comunicación inalámbrica de un punto a otro era algo impensado; sin embargo, esto cambió a un ritmo acelerado y hoy es posible conjugar variadas utilidades en un mismo aparato móvil. □

Aunque hoy el celular es de uso masivo doméstico, no todos tienen conocimiento que su potencial va mucho más allá de una simple llamada de un lugar a otro. Internet móvil, GPS, radio, cámara fotográfica y de vídeo, próximamente también televisión a través del dispositivo móvil, son utilidades que están disponibles para quien decida acceder a ellas. □

Pero, ¿Cómo logramos que el usuario sea activo? Esto es posible a través de la entrega de contenidos pensados en sus necesidades y gustos personales, y que además pueda acceder a ellos en el lugar y el momento en que lo decida. □

Este proyecto propone el desarrollo de un soporte comunicacional web a través de dispositivos móviles, enfocado a un público especializado en Juegos de Estrategia de cartas coleccionables y las empresas nacionales que desarrollan este tipo de material. Su mayor potencial radica en la capacidad de establecer efectivas comunidades virtuales y ser una plataforma de negocios viable para las empresas. □

Con los resultados de este proyecto se pretende lograr el posicionamiento de la Web Móvil en el mercado de las telecomunicaciones, lo que permitirá, además de ser un servicio efectivo para los usuarios, convertirse en una verdadera innovación tecnológica acorde a los tiempos que corren.



Capítulo 1 Presentación del Proyecto



FUNDAMENTOS DEL PROYECTO □

El mundo está en movimiento. Las tecnologías de comunicación e información se han desarrollado de una manera notable estos últimos 10 años, creando nuevas necesidades en la comunidad como el uso de herramientas digitales donde la telefonía móvil juega el rol fundamental. □

Personas de todas las edades se han hecho parte de este fenómeno y utilizan este instrumento de manera indispensable, alcanzando un nivel superior especialmente en los jóvenes, quienes entienden estos aparatos como una verdadera extensión de sus propias vidas de manera virtual. □ Esta sensación de vivir en constante movimiento, es la que me impulsa a tomar parte de un proyecto que abarque las necesidades reales de estos usuarios, los jóvenes, que utilizan la telefonía móvil para comunicarse pero que no han explorado este medio como potente herramienta de información. □

Por ello, se pretende entregarles un soporte web móvil centrado específicamente en un tipo de jóvenes definidos y exclusivos: los consumidores de juegos de estrategia de cartas coleccionables, acostumbrados al conocimiento de tecnologías en desarrollo y asiduos visitantes de los sitios relacionados con sus juegos. □

Esta comunidad, necesita llevar consigo la información inmediata sobre las actividades que se realizan, de los lugares de reunión de jugadores, de los lanzamientos de nuevos productos, de las ofertas del momento, y es por ello que se pretende implementar el mismo servicio de manera más directa a través de un sitio web móvil desarrollado con estos propósitos.

FUNDAMENTOS DEL SOPORTE □

La telefonía móvil es una tecnología transversal, que es capaz de comunicar e informar al usuario desde cualquier lugar en que se encuentre. En este sentido, no limita las posibilidades de quienes lo utilizan, a diferencia de otras tecnologías como el computador de escritorio que obliga a movilizarse hacia él. □

Además, es un elemento de fácil uso, transportable, práctico, que genera una conexión inmediata con los gustos del grupo objetivo. Esto le otorga una importancia fundamental al contenido que generamos, el cual debe ser relevante, puntual y que no demande tiempo al usuario, dadas las múltiples distracciones a las cuales se ve expuesto.

MOTIVACIÓN □

La motivación principal para realizar este proyecto es comenzar a explorar esta nueva alternativa de entrega de información, conocer esta nueva experiencia de usuario, las implicancias del diseño móvil y como esta tecnología nos puede abrir nuevos campos de desarrollo profesional. Además si consideramos que nueve de cada diez chilenos posee teléfono móvil, podemos decir que el mercado es apto para adoptar una propuesta de este tipo.

DETECCIÓN DE LA NECESIDAD □

Existe una comunidad de jugadores interesada en recibir información acerca de los Juegos de Estrategia, por ello se requiere potenciar dicha entrega a través de un medio de comunicación como es el aparato de telefonía móvil, el cual está al alcance de nuestros usuarios y mantiene aún grandes posibilidades por explorar y aprovechar sus beneficios.

OBJETIVO GENERAL □

Potenciar la entrega de información relevante para la comunidad de jugadores de juegos de estrategia de cartas coleccionables, a través del desarrollo de un sitio web móvil que utilice como soporte los dispositivos de telefonía móvil.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS □

- Diseñar un soporte comunicacional web móvil específico para la comunidad de jugadores de Juegos de Estrategia. □
- Desarrollar una imagen de marca gráfica para el sitio web móvil acorde con la temática y el público al cual va dirigido. □
- Lograr mayor conectividad con los usuarios a través de la entrega de contenidos ligados a sus gustos y preferencias.



Capítulo 2 Telefonía Móvil



2. TELEFONÍA MÓVIL □

El desarrollo de la telefonía celular, desde sus inicios a finales de los 70, ha revolucionado enormemente nuestra manera de desenvolvernos diariamente. Los teléfonos móviles se han convertido en una herramienta primordial para la población en general; hace sentir a las personas más seguras, más accesibles y hasta más productivas. □

A pesar de que la telefonía móvil fue concebida en un inicio para hacer llamadas por voz, hoy por hoy, es capaz de brindar todo tipo de servicios, como datos, audio, vídeo y conexión a internet, transformándose en un agente de cambio en la forma como nos comunicamos y como nos transformamos en generadores de contenido. □

2.1 Telefonía Móvil □

El teléfono móvil o celular, como es llamado comúnmente, fue inventado en 1947 por la empresa norteamericana AT&T. Pero fue solo en 1984 que Motorola presentó el proyecto DynaTAC 8000X de telefonía portátil. Las características de dicho modelo distan mucho de como son los celulares hoy en día. El DynaTAC pesaba cerca de 1 kg, tenía un tamaño de 33 x 4 x 8 centímetros, y rendía una hora de comunicación y ocho horas en *stand-by*¹ □

La telefonía móvil, también llamada telefonía celular, se compone de dos grandes elementos: □

- Una red de comunicaciones o red de telefonía móvil □
- Y los terminales o teléfonos móviles que permiten el acceso a dicha red. □

El teléfono móvil consiste en un dispositivo de comunicación electrónica, portátil e inalámbrico, que no requiere cables que lo conecten a la red telefónica. □

La red de telefonía móvil consiste en un sistema que combina una red de estaciones repetidoras y una serie de centrales telefónicas de conmutación que permiten la comunicación entre terminales móviles o entre terminales móviles y teléfonos de la red fija tradicional. □

El término *celular* deriva del término inglés *cell* que hace alusión a la forma geométrica de la malla de telecomunicaciones que forman los controladores de estaciones base que conectan a los teléfonos móviles. Erróneamente se ha traducido este término como células, siendo la palabra celdas la interpretación más correcta.

¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Tel%C3%A9fono_m%C3%B3vil> [consulta : 29 octubre 2007]

En Chile existe hace aproximadamente una década un mercado de telefonía móvil que día a día brinda gran variedad de ofertas y servicios que hacen que esta tecnología se acerque como ninguna otra antes a todos los segmentos de la población.□

Entre las compañías que ofrecen telefonía móvil en nuestro país se encuentran:□

- Movistar□
- Claro□
- Entel

2.2 Desde 1983 hasta nuestros días□

Desde el modelo DynaTAC con las características antes expuestas, la telefonía móvil ha evolucionado a modelos cada vez más exquisitos en diseño y con funciones cada vez más tecnológizadas.□

Los modelos son cada vez más compactos y con mejor calidad de servicio. Las baterías son más pequeñas y duran más, las pantallas son más nítidas y de colores. A medida que pasa el tiempo se han incorporado nuevas funciones y el celular ya dejó de ser solo un terminal para efectuar y recibir llamadas. Actualmente se puede descargar juegos, reproducir música mp3 y escuchar radio, tomar fotografías digitales, hacer grabaciones de vídeo, navegar por internet y hasta ubicar gente por medio de un GPS.

2.3 Funcionamiento□

El modelo del sistema celular consiste en la división de la ciudad en pequeñas celdas o células. Cada celda generalmente tiene un tamaño de 26 kilómetros cuadrados. Las celdas son normalmente diseñadas como hexágonos, disponiéndose en la ciudad como una gran rejilla de hexágonos.□

Cada celda tiene una estación base que consiste de una torre y un pequeño edificio que contiene el equipo de radio.□

Cada celda utiliza un séptimo de los canales de voz disponibles. Esto es, una celda, más las seis celdas que la rodean en un arreglo hexagonal, cada una utilizando un séptimo de los canales disponibles para que cada celda tenga un grupo único de frecuencias y no haya colapsos.

Cada teléfono móvil utiliza dos frecuencias por llamada, por lo que típicamente hay 395 canales de voz por portador de señal (las 42 frecuencias restantes son utilizadas como canales de control). Por lo tanto, cada celda tiene alrededor de 56 canales de voz disponibles. □

En otras palabras, en cualquier celda pueden hablar 56 personas en sus teléfonos celulares al mismo tiempo.

2.4 Las generaciones de la Telefonía Móvil

2.4.1 Primera generación (1G) □

La 1G de la telefonía móvil hizo su aparición en el año 1979² y se caracterizó por ser analógica y estrictamente para voz. En cuanto a la transferencia entre celdas, era muy imprecisa ya que contaban con una baja capacidad y, además, la seguridad no existía. La tecnología predominante de esta generación es AMPS (Advanced Mobile Phone System).

2.4.2 Segunda generación (2G)

La 2G comenzó en 1990 y a diferencia de la primera se caracterizó por ser digital. □

EL sistema 2G utiliza protocolos de codificación más sofisticados y se emplea en los sistemas de telefonía celular actuales. Las tecnologías predominantes son: GSM (Global System for Mobile Communications); IS-136 (conocido también como TIA/EIA136 o ANSI-136) y CDMA (Code Division Multiple Access) y PDC (Personal Digital Communications), éste último utilizado en Japón. □

Los protocolos empleados en los sistemas 2G soportan velocidades de información más altas por voz, pero limitados en comunicación de datos. Se pueden ofrecer servicios auxiliares como datos, fax y SMS (Short Message Service).

2.4.3 Tercera generación (3G)

La 3G, que se usa actualmente, se caracteriza por ser apta para aplicaciones multimedia y altas transmisiones de datos. □

Los protocolos empleados en los sistemas 3G soportan altas velocidades de información y están enfocados para aplicaciones más allá de la voz, como audio (mp3), video en movimiento, videoconferencia y acceso rápido a Internet.

² Jiménez, J. Evolución e historia de la telefonía celular. [en línea] □
<<http://www.yucatan.com.mx/especiales/celular/historia.asp>> [consulta : 05 noviembre 2007]

2.5 Fabricantes □

Nokia es actualmente el mayor fabricante en el mundo de teléfonos móviles, con una cuota de mercado global de aproximadamente 36% en el primer trimestre de 2007. Entre otros fabricantes se encuentran Apple Inc., Audiovox, Benetton, BenQ-Siemens, Fujitsu, Kyocera, LG Mobile, Motorola, NEC Corporation, Panasonic, Pantech Curitel, Philips, Samsung, Sanyo, Sharp, Sierra Wireless, SK Teletech, Skyzen, Sony Ericsson, TCL Corporation, Toshiba, Alcatel y Verizon.

2.6 Conexión Internet □

El celular accede a internet de la misma manera que el computador. El aparato recibe un número IP (su identificador en internet) de la compañía operadora y, a partir de ahí, ya está formando parte de internet, pues está conectado a través del módem interno de su aparato. □

Hoy en día gracias a la aparición de la telefonía móvil digital es posible acceder a páginas de internet desde un terminal móvil. Esto se conoce como tecnología WAP.

2.7 Wireless Application Protocol o WAP □

WAP, Protocolo de Aplicaciones Inalámbricas³, es un estándar internacional de acceso a internet desde un teléfono móvil. Este conjunto de protocolos norma el modo en que los dispositivos inalámbricos se pueden utilizar para acceder a los diversos servicios que ofrece la red internet. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que la aplicación de esta tecnología en los terminales móviles conlleva una serie de consideraciones al momento de diseñar estos servicios tales como: pantalla de tamaño mucho más pequeño que la de un computador, teclados más limitados, memoria limitada tanto en RAM como en memoria para el almacenamiento y capacidad del procesador menor en comparación con la capacidad de un computador normal. □

La versión 1 de Wap implementada en 1999, resultaba limitada en tanto ofrecía pobreza del soporte gráfico de manera monocroma. Existía también incompatibilidad entre las implantaciones de WAP en los terminales de distintos fabricantes y problemas de seguridad asociados a esto. □

Cuando un usuario ingresa un pedido a un teléfono WAP, del mismo modo en que teclea una dirección de Internet en un navegador de la Web, éste lo transmite al llamado gateway WAP (un gateway es una especie de "puerta de enlace" que sirve para intercomunicar diferentes protocolos de comunicación). El gateway convierte las peticiones en

³ <<http://es.wikipedia.org/wiki/WAP>> [consulta : 05 noviembre 2007]

formato HTTP (el protocolo de Internet) y las envía a través de la Red. Cuando el sitio requerido responde, el gateway WAP hace el camino inverso y vuelve a enviar la información al teléfono celular. Las páginas WAP están programadas en WML (Wireless Markup Language), un lenguaje basado en el XML (Extensible Markup Language) que se usa en Internet. Del mismo modo, el Wireless Markup Language Script (WMLS) es la versión del JavaScript para las plataformas WAP. □

WAP 2.0 se encuentra presente en los teléfonos móviles a partir de 2004. Esta versión utiliza un subconjunto de XHTML que incluye el XHTML básico y WCSS o WAP CSS (subconjunto de CSS2 más algunas extensiones específicas para móviles que mejoran, entre otras cosas, la presentación de gráficos ahora incorporando color. Por medio de estas mejoras es posible lograr que el diseño de interfaz se asemeje al diseño para la www para navegadores en dispositivos convencionales. □

2.7.1 Wap Push □

A través de esta tecnología es posible descargar contenidos como imágenes, ringtones o videos mediante el envío de uno o varios mensajes SMS. □

Por medio de una estructura XML se compila el mensaje que es interpretado como una página WAP que es abierta por el navegador del teléfono móvil, permitiendo la descarga del contenido deseado.



Capítulo 3 Internet



3. INTERNET

3.1 Internet

Sus orígenes datan de fines de los años 60's, a manos de un proyecto militar estadounidense que creó un sistema de comunicaciones sencillo, dinámico y fiable. □

En principio, el proyecto contemplaba la eliminación de cualquier "autoridad central", ya que sería el primer blanco en caso de un ataque; en este sentido, se pensó en una red descentralizada y diseñada para operar en situaciones difíciles. Cada máquina conectada debería tener el mismo status y la misma capacidad para mandar y recibir información. □

El envío de los datos debería descansar en un mecanismo que pudiera manejar la destrucción parcial de la Red. Se decidió entonces que los mensajes deberían de dividirse en pequeñas porciones de información o **nodos**, los cuales contendrían la dirección de destino pero sin especificar una ruta específica para su arribo; por el contrario, cada paquete buscaría la manera de llegar al destinatario por las rutas disponibles y el destinatario reensamblaría estas partes individuales para reconstruir el mensaje original. El camino que siguiera la información no era importante; sino que llegara a su destino. □

Curiosamente fue en Inglaterra donde se experimentó primero con estos conceptos, así en 1968, el Laboratorio Nacional de Física de la Gran Bretaña estableció la primera red experimental. Al año siguiente, el Pentágono de los Estados Unidos decidió financiar su propio proyecto, y en 1969 se establece la primera red en la Universidad de California (UCLA), poco después aparecen tres redes adicionales. Nació así ARPANET (Advanced Research Projects Agency NETwork), antecedente de la actual Internet. □

Gracias a ARPANET, científicos e investigadores pudieron compartir recursos informáticos en forma remota; éste era una gran ayuda ya que hay que recordar que en los años 70's el tiempo de procesamiento por computadora era un recurso realmente escaso. ARPANET en sí misma también creció y ya para 1972 agrupaba a 37 redes.

3.2 Redes para el mundo

Ya en la década de los 80's, las redes ampliaban sus límites dentro de Estados Unidos, llegando hasta México y otras partes del planeta, los cuales clasificaron sus redes de acuerdo a un sufijo que indicaba su ubicación geográfica (.cl para Chile, .mx para México, por nombrar algunas). □

Sucedió además, que junto con la ampliación de las redes, Internet comenzó a diversificar los contenidos que ofrecía, compartiendo más que procesos informáticos, noticias y mensajes personales los cuales

ampliaron el tráfico. De hecho, cuando se desarrollaron las listas de correo electrónico (mensajes que se distribuyen a un grupo de usuarios) uno de los primeros temas que abordaron con éxito, fue el de la ciencia-ficción a través de una popular lista que se llamaba SF-LOVERS (Fanáticos de la ciencia-ficción). □

Hoy, Internet es un medio de comunicación público, accesible a millones de personas en el orbe. A través de él, podemos acceder a una cantidad infinita de información contenida en el World Wide Web, o "la web" como es llamada comúnmente. □

Su característica principal es ser multimedial, es decir, que integra textos, imágenes, vídeo, animaciones y sonidos, la vuelven atractiva y completa para la transferencia de datos. Sin embargo, esta poderosa combinación de medios, debe utilizarse de manera especial para asegurar su efectividad.

3.2.1 Textos y símbolos

□

En cuanto a los textos, se debe tener cuidado con la variedad de significados de las palabras, buscando ser lo más puntuales en la elección, para designar una y no varias ideas. También es importante considerar que leer un texto en pantalla, es más lento y agotador que al hacerlo en un impreso, por lo que es vital ser preciso, presentar solo unos cuantos párrafos y no exagerar en su extensión. Una ventaja presente en la utilización de texto, es que permite el uso de *hipertextos*⁴ como medio de navegación. □

La representación simbólica de los conceptos depende de la cultura y de la formación del usuario. También para representar conceptos es posible usar íconos, los cuales son imágenes o dibujos que constituyen un lenguaje visual, por el cual el receptor tiene conciencia de las acciones disponibles en cada momento.

3.2.2 Imágenes □

El diseño de la pantalla es la conexión primaria del espectador con todo el contenido, es el lugar donde ocurre la acción; es por ello que la mayoría de las interfaces multimediales están llenas de imágenes para que sean atractivas para los usuarios. □

Existen dos tipos de imágenes posibles de usar en multimedia: los **gráficos de mapas de bits** y los **gráficos vectoriales**.

⁴ Tecnología que emula la organización asociativa de la memoria humana, es decir, crea una base de información en bloques de contenidos llamados Nodos. Éstos, se conectan a través de enlaces que recuperan los datos de destino de manera inmediata, permitiéndole al lector explorar de acuerdo a sus necesidades de conocimientos.

Los gráficos de *mapas de bits* almacenan, manipulan y representan las imágenes como filas y columnas de pequeños puntos que tienen su lugar definido para formar el todo. Los formatos de este tipo más usados en la web son el JPG, GIF y PNG. □

Por su parte, los *gráficos vectoriales* emplean fórmulas matemáticas para recrear la imagen original estando definidos por la relación espacial que tienen entre sí; es por ello que pueden reproducir las imágenes más fácilmente y suelen proporcionar una mejor calidad en la mayoría de las pantallas e impresoras.

3.2.3 Video □

Sin duda que el uso de videos otorga un realismo que no da una animación. Sin embargo, hay que tener en cuenta que para utilizarlos es necesario usar componentes y programas especiales para obtener, formatear y editar estos elementos. □

Este tipo de archivos pueden llegar a ser muy grandes, por lo que se vuelve necesario reducir su tamaño mediante *compresión*, una técnica que identifica grupos de información recurrente (por ejemplo, 100 puntos negros consecutivos) y los sustituye por una única información para ahorrar espacio en los sistemas de almacenamiento del computador. □

Algunos formatos habituales de compresión de video son: **Audio Video Interleave (AVI)**, **Quicktime** y **Motion Picture Experts Group (MPEG)**; ya que pueden comprimir los ficheros hasta en un 95%, aunque introducen diversos grados de borrosidad en las imágenes.

3.2.4 Animaciones □

Su uso da las ventajas de entregar contenidos de manera más atractiva, pudiendo incluso reemplazar textos o imágenes. Sin embargo, su uso debe ser cuidado para evitar un abuso y producir cansancio en el usuario. □

Las más recurrentes en la web son las animaciones flash. Las últimas versiones de Macromedia Flash permiten el desarrollo de páginas dinámicas para teléfonos móviles, PDA y otros dispositivos móviles. Utilizando Flash Lite es posible realizar animaciones y luego visualizarlas a través del emulador que trae a disposición una cantidad variada de modelos de celulares.

3.2.5 Elementos de sonido □

El sonido se utiliza generalmente para acompañar imágenes o animaciones, con lo que éstas adquieren un mayor significado. Al igual que los elementos visuales, tienen que ser grabados y formateados para que el computador pueda manipularlos y usarlos en presentaciones.

Algunos tipos frecuentes de formato audio son los archivos de **forma de onda** (WAV), **Musical Instrument Digital Interface** (MIDI), **MPG Layer 3** (MP3) y **Transform-domain Weighted Interleave Vector Quantization** (VQF). □

Los archivos WAV, MP3 y VQF almacenan los sonidos propiamente dichos, como hacen los CD musicales o las cintas de audio. Los archivos WAV pueden ser muy grandes y requerir compresión, lo que se ha logrado con el MP3. Los archivos MIDI no almacenan sonidos, sino instrucciones que permiten a unos dispositivos llamados sintetizadores reproducir los sonidos o la música. □

Se debe ser muy cuidadoso en la elección de los sonidos, especialmente en lo referente a los derechos de autor, por lo cual es conveniente utilizar bancos de sonidos públicos. En el caso que sea necesario utilizar sonidos de propiedad de alguien, se deben adquirir de manera formal todos estos derechos para resguardar la autoría.

3.3 Navegadores Web □

Es una aplicación que permite al usuario recuperar y visualizar documentos de diferentes sitios, de todo el mundo a través de Internet. □

Los navegadores más utilizados actualmente son:

3.3.1 Explorer □

Inicialmente basado en Mosaic , después de su optimización para la versión 4 logró implementar los últimos estándares alcanzando un manejo mucho más avanzado de hojas de estilo CSS. □

Internet Explorer cuenta actualmente con una masiva popularidad (aproximadamente el 90% de los usuarios de Internet) pero entre las razones para ésta se cuenta con el hecho de venir preinstalado en el sistema operativo Windows, incluido de fábrica en la mayoría de las marcas de computadores. □

El hecho de ser el navegador predominante del mercado, puede llevar a hacer que las páginas HTML sean diseñadas específicamente para mostrarse correctamente en Internet Explorer, siendo una gran mayoría de ellas incompatibles con el resto de navegadores.

3.3.2 Mozilla Firefox □

Conocido originalmente con nombre en clave de Netscape Navigator, pero tras la estrategia de Microsoft de incorporar su navegador Internet Explorer a su sistema operativo Windows , se creó una comunidad de desarrolladores que reescribió desde cero a Netscape dando origen a Mozilla.

El uso de este navegador aumenta cada día, llegando a alcanzar hoy el 15% del total de usuarios.

3.3.4 Opera

Creado por la empresa Opera Software, este navegador es conocido por su velocidad, seguridad, soporte de estándares (especialmente) tamaño reducido, internacionalidad y constante innovación.

3.3.4.1 Opera Mini

Pensado para dispositivos móviles, este navegador de descarga gratuita tiene la capacidad de funcionar con la mayoría de los teléfonos que soportan Java, superando muchas de las limitaciones de otros softwares de su tipo.

El navegador fue presentado en Noruega en agosto de 2005. En octubre del mismo año, se lanzó una versión beta para los países nórdicos y Alemania. Tras esta distribución limitada en ciertas naciones europeas, su primera versión estuvo disponible en todo el mundo, a partir de enero de 2006.

Opera Mini 2.0 trae nuevas funcionalidades como descargas de archivos a la memoria del teléfono, posibilidad de modificar el aspecto visual, nuevas páginas de búsqueda y mejor navegación.

Opera está avalado no sólo por su larga tradición en el mercado, si no por ser el navegador que mejor se ha posicionado en los últimos tiempos, frente a problemas de seguridad, superando a Internet Explorer y Mozilla Firefox.

La versión móvil de Opera utiliza una tecnología llamada "Small Screen Rendering", a través de la cual se puede acceder a los contenidos de prácticamente todos los sitios, sin importar las dimensiones reducidas de las pantallas.

Para funcionar, el dispositivo se comunica con servidores de Opera que reducen el tamaño de las páginas. Con el consiguiente aumento de velocidad el software también posee todas las funcionalidades típicas de un navegador como favoritos e historial de páginas visitadas.

Funciona con cualquier dispositivo móvil que soporte Java. OperaMini aprovecha su capacidad de "procesar" previamente los sitios en sus servers para optimizarlos y "adelgazarlos" de forma tal que no consuman mucho ancho de banda ni recursos.

Además, permite desactivar las imágenes de las páginas web o reducir su calidad para disminuir el tráfico generado. A esto, suma un lector de feeds que también preprocesa los datos para que sean navegados de a bloques.

Otra particularidad es la posibilidad de acceso directo desde el navegador para la cámara del equipo, lo que simplifica el proceso de subir fotos a Fotolog y Flickr o donde se desee. □

Características relevantes de este navegador: □

- □ Permiten suscribir a los feeds RSS □
- □ Posibilidad de compartir fotos □
- □ Conexiones seguras: uso del protocolo HTTPS □

Plegado del contenido: las listas se pueden plegar para facilitar la navegación por la página. □

Más allá de sus características técnicas, cabe destacar entre sus ventajas, el hecho de ser gratuito y apto para una gran diversidad de dispositivos móviles, no necesariamente costosos. □

Opera Mini genera un previsualizado completo al abrir una página y la posibilidad de generar un zoom de gran calidad donde se desee. Las peticiones a páginas hechas con Opera Mini, al contrario que la mayoría de los navegadores, pasan a través de un servidor proxy de Opera, que las reformatea con la anchura adecuada para pantallas pequeñas. □

El contenido se comprime y posteriormente se entrega al teléfono con una reducción de tamaño entre el 70% y el 90%. Como ejemplo, se señala que la página de inicio de CNN (cnn.com), que pesa 300Kb, se reduce a sólo 30Kb cuando se ve con Opera Mini. □

La media de compresión de las páginas es una reducción del peso de un 80%. Esto es muy importante para dispositivos con poca capacidad de proceso, poca memoria o cuyo uso de ancho de banda es caro. □

3.3.4.1.1 Requisitos mínimos del dispositivo para la instalación de Opera Mini: □

Según la empresa, la nueva aplicación permite que casi cualquier celular, inclusive los modelos más básicos, tengan la capacidad de navegar por Internet. El único requisito es que el dispositivo sea compatible con la plataforma Java. □

- □ S.O.: Palm OS 5.0 □
- □ Memoria RAM: 5 MB □
- □ Palm Treo 600/650/680 □
- □ Palm Treo 700p □
- □ Palm Treo 755p □

El programa corre con la máquina virtual Java J2ME y pesa menos de 90KB.

3.3.4.1.2 Instalación de Opera Mini

Estos son los pasos a seguir para instalar Opera Mini en el teléfono móvil.

- Conectar con el móvil a la página web de Opera Mini.
- Enviar un sms al número 5202 con la palabra OPERA.
- Descargar el asistente para instalar Opera Mini en el móvil.

3.4. Mobi

Mobi es un dominio de internet restringido para dispositivos móviles y páginas web que proveen servicios para estos.

El desarrollo de los dominios .mobi debe cumplir tres requisitos básicos:

- La página de inicio debe estar elaborada en lenguaje XHTML-MP
- La URL debe funcionar tanto con 'www' como sin ellas
- No utilizar marcos (frames).

Siguiendo estas consideraciones se garantiza que las páginas desarrolladas se puedan ver perfectamente en pantallas pequeñas y sin problemas de códigos.

Además, hay otras recomendaciones útiles de seguir, como por ejemplo usar atajos de teclado, un tamaño de página correcto, no utilizar 'pop-ups'.

Muchas y conocidas empresas han creado versiones .mobi de sus webs para uso específico de celulares algunas de ellas son: nba.mobi, msn.mobi, y banking.mobi. En Chile es aún incipiente el desarrollo de sitios específicos para teléfonos móviles.

La manera de registrar un sitio con esta extensión es a través de **NicMobiChile**.

3.5 Lo que viene:

La mitad de los internautas navegará a través del móvil en 2008

Según un estudio publicado en España por la Asociación Española de Empresas de Consultoría, el acceso a internet a través del teléfono móvil irá ganando adeptos en los próximos años.

El estudio va un paso más allá y augura que casi la mitad de los usuarios se conectará a la Red a través de sus teléfonos móviles en 2008.

5 <<http://www.mobi.cl/>> [consulta : 06 noviembre 2007]

El aumento de las formas de acceso a internet supone además la introducción de nuevas ofertas de servicios para la conexión a través de dispositivos móviles.□

La AEC afirma que espera una demanda creciente de los servicios, la extensión de la infraestructura de acceso y la disponibilidad de terminales que permitan al usuario aprovechar estos servicios.□

Para ello, los fabricantes de teléfonos están desarrollando terminales que incorporen en un mismo aparato **telefonía móvil, acceso a internet** y **correo electrónico**, mientras las empresas lanzan al mercado tarifas de telefonía móvil e internet a precios cada vez más competitivos.□

3.5.1 Redes de nueva generación□

Por otro lado, el despliegue de redes de próxima generación hará posible un mayor número de aplicaciones y servicios en un futuro cercano, según AEC.□

Las **redes de próxima generación** supondrán un cambio tecnológico, ya que las actuales redes de cobre tienen unas limitaciones físicas en cuanto a desplegar un mayor ancho de banda, por ejemplo.□

Sin embargo, las nuevas se basan en una estructura diferente, con un núcleo de red IP más sencillo, que plantea un acceso digital a partir de una base de 'software'.



Capítulo 4 Comunidad de Juegos de Estrategia



4. COMUNIDAD DE JUEGOS DE ESTRATEGIA DE CARTAS COLECCIONABLES

4.1 Juegos de Cartas Coleccionables □

Un juego de cartas colecciones, o JCC, es un tipo de juego de estrategia en el que te enfrentas a oponentes usando cartas especiales que comparten elementos comunes. Estas cartas generan diversas combinaciones entre ellas, y el conjunto de todas éstas es llamado comúnmente como mazo. A diferencia de los juegos de cartas normales, en un JCC no existe un mazo igual a otro, principalmente porque existe un sinnúmero de posibles combinaciones entre cada carta en particular, y entre cada carta en combinación con el mazo. En una analogía muy famosa, los JCC son comparados a un tablero de ajedrez donde cada jugador coloca las piezas de diferentes maneras, y donde existen diferentes especialidades dentro de las categorías generales. En este sentido, existirían diferentes tipos de caballos, peones, que se moverían de diferentes maneras, alterando radicalmente el esquema de juego. Es por esto que existe un desarrollo muy importante detrás de los JCC, ya que su principal característica es que son juegos de estrategia donde el factor siempre importante es el azar. □

Algunos Juegos de Cartas Coleccionables disponibles en el mercado nacional son: Pokémon, Yu-Gi-Oh!, Raw Deal, Cazaurio y Mitos y Leyendas, siendo estos dos últimos desarrollados en Chile.

4.1.1 Características de los Juegos de Cartas Coleccionables □

En un juego de cartas coleccionables cada jugador participa con su propio mazo de cartas en lugar de emplear un mazo común a todos los jugadores. Estos mazos generalmente se personalizan usando cualquiera de las cartas disponibles en el juego, y así los jugadores pueden construir su propio mazo con los personajes y la estrategia que prefieran. □

Los jugadores pueden intercambiar sus cartas como se hace con las láminas de álbumes, o incluso pueden comerciar con ellas, igual que se hace con los sellos antiguos. De esa forma, existe un afán de coleccionismo en este tipo de juegos. □

El intercambio de cartas es parte fundamental, puesto que, tanto si coleccionas las cartas, como si te dedicas a jugar, tendrás que intercambiar las cartas para obtener aquellas que necesitas. Y la mayoría de los aficionados disfrutan de ambos aspectos. □

En todos los juegos de cartas coleccionables, el número de cartas diferentes disponibles es muy superior al usado en un mazo, y de hecho,

se añaden constantemente nuevas extensiones de cartas que se agregan a la colección y amplían las posibilidades de generar nuevas estrategias. □

Las cartas se venden en mazos que contienen una selección de cartas al azar, de forma que no se puede controlar qué cartas se obtendrán al comprarlas. De igual manera, es posible agregar más cartas al mazo comprando sobres que contienen 2 o 3 cartas. □

A esto hay que añadir que existen varios niveles de rarezas entre las cartas, dependiendo de la frecuencia con que se imprimen. Por esto siempre será necesario cambiar las cartas que aparecen en exceso, denominadas como "cartas challas" entre los jugadores, por aquellas más poderosas y que aparecen menos en los mazos. □

La empresa Salo S.A. es la distribuidora y desarrolladora de estos juegos de estrategia, contando entre sus licencias:

4.1.2 Mitos y Leyendas □

Mitos y Leyendas (MyL) reúne historias de mundos diversos, fantasías de conocimiento masivo que resultan atractivas en cualquier latitud del planeta. □

El origen de estas cartas son aventuras que atraviesan siglos, océanos y continentes, para entregarle a cada jugador un nuevo concepto de diversión y conocimiento. □

Junto al poder de sus habilidades estratégicas y las ilustraciones que mágicamente combinan figuras, colores e identidades, en el contenido de MyL comparten tiempo y espacio elementos que seducen a jugadores y coleccionistas de todas las edades. □

Estas cartas son capaces de reunir a niños y jóvenes de realidades muy distintas, pero que a través del Mazo Castillo encuentran la manera de integrarse y convertir cada batalla mitológica en una experiencia única. □

Desde su creación en el año 2000, Mitos y Leyendas a llegado a ser el juego de cartas más popular en Chile. □

Es un juego de licencia chilena de la empresa Salo S.A.

4.1.3 Cazaurio⁶

Este juego de cartas coleccionables se ambienta en un lugar futurista no especificado donde dinosaurios y humanos luchan por sobrevivir ⁶.

Su historia versa sobre el despertar de estas bestias prehistóricas después de un largo sueño, donde vuelven más peligrosos. Ante la brutal amenaza la humanidad se une confiando su defensa a una nueva categoría de hombres: Los Cazaurios.

4.1.4 Pokémon

Es una franquicia multimillonaria creada por Satoshi Tajiri en 1996. Más allá de ser sólo un videojuego, abarca otros medios de entretenimiento como series de televisión, juegos de cartas, ropa, entre otros, convirtiéndose así en toda una marca que es reconocida en el mercado mundial.

Los Pokémon son una especie de criaturas basadas en muchos casos en animales y otros en mitologías orientales, otros son más ficticios, inspirándose en cosas inanimadas o en criaturas míticas y legendarias. Son capturados con pokebolas y criados por entrenadores Pokémon.

El objetivo en el juego es capturar a todos los Pokémon conocidos para llenar el pokedex, entrenarlos y enfrentarlos a otros entrenadores para demostrar su fortaleza y así convertirse en un Maestro Pokémon.

El objetivo del juego de cartas, al igual que en la serie de TV, consiste en educar y enfrentar a los Pokémon para llegar a ser el mejor entrenador Pokémon del mundo. Cada Pokémon dispone de sus propias fuerzas y habilidades. El entrenador puede evolucionar a sus Pokémon de modo que sean más fuertes y aprendan nuevas técnicas de ataque.

Existen más de 200 cartas distintas y el jugador puede volver a componer un mazo nuevo con las cartas que tiene. Cada vez se pueden componer nuevos mazos según distintos temas y se puede intentar aplicar nuevas estrategias. A menudo los jugadores intercambian sus cartas Pokémon para conseguir las cartas que necesitan para sus mazos o para completar su colección. Para empezar a jugar basta tener un mazo de 60 cartas.

4.1.5 Yu-Gi-Oh!

Es un manga japonés creado por Kazuki Takahashi. La palabra Yu-Gi-Oh! proviene de Yūgiō, que en japonés significa "Rey de los Juegos".

⁶ <<http://www.cazaurio.cl/>> [consulta : 20 octubre 2007]

La historia tiene como protagonista a Yugi Muto, un chico amante de todo tipo de juegos de mesa. □

Los enfrentamientos en este juego se denominan duelos y consisten en ir generando estrategias para ir eliminando las cartas más poderosas del oponente. □

4.1.6 Raw Deal □

Es un juego de cartas coleccionable diseñado por Barron Vangor Toth y Michael Foley. □

La dinámica consiste en reproducir la acción de un combate de lucha profesional usando para esto a las estrellas favoritas en cada combate.

4.2 Comunidad de Juegos de Estrategia □

Comunidad son los jugadores habituales que participan en los torneos "oficiales" y en los no oficiales. Son los que esperan con ansias el lanzamiento del producto nuevo porque lo compran a un costo más barato que el precio de venta. □

Ellos siempre están informados sobre cuáles son las cartas que vienen en cada edición y llegan conociendo perfectamente cómo las utilizarán gracias a los contenidos entregados a través de la página web. Se supone que los lanzamientos son con mazo sellado, es decir, reciben las cartas nuevas y juegan con ellas. Entonces "se supone" que tienen el desafío de armar el mazo en el momento, pero el jugador habitual llega sabiendo cómo lo armará porque vio toda la información en el sitio web.

4.2.1 Actividades relacionadas: □

4.2.1.1 Lanzamientos: □

En estos tipos de eventos se lanzan a la venta las nuevas ediciones y se realizan torneos, generalmente la locación es un mall de la ciudad. □ Aquí los juzgadores compran el cupo para participar del torneo y pueden hacerlo válido como preventa del producto, es decir adquieren el producto más barato que si lo comprarán post lanzamiento. Un cupo vale \$3.990 promedio. □

En el caso de los Juegos Importados, se hacen lanzamientos y torneos para cumplir con los cupos para los respectivos nacionales y así elegir a los representantes que viajan a los torneos mundiales. De hecho este año se coronó campeón de Yu-Gi-Oh! un chileno llamado Andrés Toro.

4.2.1.2 Torneos premiere: □

Corresponden a actividades gratuitas que se hacen en un lugar determinado y donde el ganador asegura cupo para la final Nacional que se hace cada año en noviembre. □

4.2.1.3 Interescolar: □

Es un tipo de torneo donde participan jugadores de los distintos colegios del país. Son jugadores esporádicos que no son grandes estrategas, pero que juegan en clanes, entonces tienen la opción de tener un jugador excelente que les ayuda a clasificar. Esto es una actividad plenamente de marketing porque juegan gratis y disputan cupos para la final nacional del Interescolar. Estas son tres fechas en Santiago y cinco en regiones. La final se hace en noviembre y la gracia es que ganan premios para c/u de los miembros del clan y para el colegio que ellos representan, donde pueden elegir entre tres opciones. Por ejemplo: 5 computadores más impresora multifuncional; proyector y telón; cámara de vídeo y cámara fotográfica digital. Esto estimula a que los profesores los acompañen. □

4.2.1.4 Ligas: □

Se juegan mayoritariamente en regiones y son torneos chicos, para 8 a 16 personas donde se potencian las tiendas especializadas. □

4.2.1.5 Demostraciones □

Son actividades en las cuales se enseña a los jugadores la mecánica del juego de estrategia. En la empresa Salo, la mayoría de las demostraciones se realiza con Cazaurio, puesto que es un juego cuyo objetivo no es desarrollar juego organizado, sino que orientado a la venta y para que los niños jueguen con el hermano o el vecino. En cada una de estas actividades se le enseña al niño los tipos de carta, se le presta un mazo y de esta manera juega con el demostrador. Al final de esta experiencia se le regala un producto promocional. □

4.3 Perfil de los jugadores □

MYL es un juego popular y masivo dado su precio de venta al público. Una caja de sobres, por ejemplo, tiene un valor de 15 mil pesos y una de importados 80 mil pesos. Por ello, los jugadores de Mitos y Leyendas son preferentemente de estrato social C2 y C3. □

Los Juegos Importados son para un público ABC1 básicamente, además de los precios de venta, porque la mayoría de las cartas vienen en

inglés. Salo de todas formas importa versiones en español de algunos sobres y cartas, pero evidentemente despiertan menos interés en los jugadores, que prefieren tener todo en el idioma de origen. □

Sus puntos de encuentro principalmente están afuera de los locales donde se venden los productos, por ejemplo el Megastore de Salo, y en tiendas especializadas. También se reúnen en estaciones de metro a jugar e intercambiar cartas. El Portal Lyon de Santiago también es un punto de encuentro y el patio de comidas del Mall Florida Center. □

El perfil de los jugadores está determinado por la tecnología. Son consumidores de ésta y se adhieren a grupos sociales llamados comunmente "nerds". Siempre saben qué consola viene o qué falla tiene el juego de moda. Es una generación informada en cuanto a sus intereses. □

Además de este conocimiento sobre los juegos de cartas coleccionables, corresponden a una generación que nació con Nintendo y gameboys, entonces saben jugar con todos sus derivados: playstation, Xbox, DS (consolas portátiles).



Capítulo 5 Antecedentes Disciplinarios



5. ANTECEDENTES DISCIPLINARIOS □

Para diseñar y estructurar un sitio web, es necesario contemplar todas las habilidades, procedimientos y técnicas que permitan al emisor, manejar eficientemente las relaciones existentes con su grupo objetivo. □

Revisemos algunos de los puntos más importantes:

5.1 Interfaz gráfica de usuario □

La interfaz es un canal de comunicación entre el usuario y la máquina por la cual se realiza la entrega de información. □

En un comienzo el uso de los computadores estaba restringido a los técnicos y especialistas, estos manejaban la compleja estructura interna de los programas pero con la masificación de esta tecnología se hizo necesario aislar a los usuarios de los procesos internos y crear un medio de interacción más amigable. □

Con el acceso a la informática de todo tipo de personas, se hizo necesaria una simplificación en el manejo de las aplicaciones, surgiendo el concepto de "Interfaz Gráfica de Usuario", como un medio capaz de hacer entendibles y usables estas aplicaciones a través de elementos visuales comunes, que presentados en la pantalla del computador permitieran al usuario realizar las tareas propias de cada programa.

5.2 Arquitectura de la Información □

Se conoce como la disciplina encargada de estructurar y organizar los datos contenidos en un sistema de información con el fin de lograr una experiencia de usuario satisfactoria. □

La *Arquitectura de Información* (AI) como proceso en general, se encarga de supervisar desde el diseño de interactividad, navegación y de contenidos hasta el diseño y evaluación de la interfaz gráfica de usuario. Todo esto con el fin de que la asimilación y comprensión de la información entregada, sea significativa y relevante para la audiencia. □

El descuido y la falta de prolijidad en este proceso, puede conllevar a la dificultad para acceder a información útil desde los servicios de información, ya sea por una inadecuada estructuración de los contenidos, carencia de mecanismos de búsqueda, complejidad de los sistemas de navegación o simplemente por la poca claridad en la presentación de la información. □

La **AI** tiene directa relación con la estructura que demos a nuestro sitio web. Una buena estructura permitirá al usuario visualizar todos los contenidos de manera fácil y clara, mientras que una mala estructura producirá en el lector una sensación de estar perdido y no podrá encontrar lo que busca.

5.2.1 Tipos de estructuras□

5.2.1.1 Jerárquica: □

Esta estructura simula un árbol, siendo la raíz la página home y las páginas de contenido representan a las ramas. Asimismo las páginas pueden o no dividirse en subpáginas. □

Este tipo de estructura permite visualizar en un primer nivel la información más general y a medida que nos adentramos podremos encontrar información más específica. □

5.2.1.2 Lineal: □

La estructura lineal es la más simple de todas, la manera de recorrerla es como si estuviésemos leyendo un libro. Nos movemos de página en página avanzando o retrocediendo. □

Esta estructura hace que el usuario siga un camino predeterminado, no le permite hacer "saltos" de contenido, por consiguiente, produce una sensación de estar encerrado en el contenido. □

5.2.1.3 Lineal con Jerarquía: □

Este tipo de estructura es una mezcla de las dos anteriores, las páginas están organizadas de una manera jerárquica pero es posible navegar de manera lineal si se desea. □

5.2.1.4 Red: □

En esta estructura aparentemente no hay un orden establecido. Es la más libre de todas, pero tiene como desventaja que si no informamos al usuario donde se encuentra este se pierda o no encuentre lo que busca.

5.2.2 Tareas del Arquitecto de Información □

Siguiendo las ideas de Rosenfeld y Morville, en su famoso libro "polar bear book" ⁷ **las principales tareas del arquitecto de información serían:** □

a. Establecer y clarificar la misión y la visión del sitio web. Deben encontrar el punto justo de equilibrio entre los objetivos de la organización o empresa, y las necesidades reales que tienen o pueden llegar a tener sus usuarios.

⁷ Information Architecture for the World Wide Web. 2ª ed. O'Reilly, 2002

b. Determinar el contenido informativo y las funcionalidades técnicas que debe contener y ofrecer el sitio web.□

c. Definir y determinar la forma y los medios mediante los cuales los usuarios encontrarán y accederán a la información contenida en el web. En esta tarea entran el establecimiento de la arquitectura de información, de los sistemas de navegación y del etiquetado de contenidos, y de los sistemas de recuperación de información.□

d. Establecer como se acomodará el sitio al cambio, crecimiento y desarrollo a lo largo del tiempo.□

Adicionalmente explican que aunque todo lo anterior suene obvio, “la arquitectura de información realmente es acerca de aquello que no es obvio. Los usuarios no se dan cuenta de la arquitectura de información de un sitio, a menos que ésta no funcione”.

5.3 Usabilidad□

La norma ISO 9241, define la usabilidad como “el grado de efectividad, eficiencia y satisfacción con la que usuarios específicos pueden lograr objetivos específicos, en contextos de uso específicos”⁸.□

Por efectividad se entenderá la precisión y la plenitud con las que los usuarios alcanzan los objetivos especificados. A esta idea van asociadas la facilidad de aprendizaje (en la medida en que este sea lo más amplio y profundo posible) la tasa de errores del sistema y la facilidad del sistema para ser recordado (que no se olviden las funcionalidades ni sus procedimientos).□

Por **Eficiencia** se entenderán los recursos empleados en relación con la precisión y plenitud con que los usuarios alcanzan los objetivos especificados. □

A esta idea van asociadas la **Facilidad de Aprendizaje** (en tanto que supone un costo en tiempo; igualmente, si se requiere un acceso continuo a los mecanismos de ayuda del sistema), la **Tasa de Errores** del sistema y la facilidad del sistema para ser **Recordado** (una asimilación inapropiada puede traducirse en errores de usuario).□

Por Satisfacción se entenderá la ausencia de incomodidad y la actitud positiva en el uso del producto. Se trata, pues, de un factor subjetivo ⁹.

⁸ FERRÉ, Xavier, JURISTO, Natalia, WINDL, Helmut, CONSTANTINE, Larry. Usability basics for software developers. IEEE Software. 2001. p. 22-29.

⁹ <<http://www.dcc.uchile.cl/~rbaeza/inf/usabilidad.html>>

La usabilidad engloba a una serie de parámetros que buscan hacer que un sistema sea fácil de usar y de aprender. Dentro de estos podemos nombrar ¹⁰:

5.3.1 Facilidad de aprendizaje: □

Se refiere a que tan rápido el usuario aprende a utilizar un sistema con el cual no había tenido contacto previamente.

5.3.2 Velocidad de desempeño: □

Una vez que el usuario aprendió a utilizar el sistema, se deberá medir la velocidad con que puede completar una tarea específica.

5.3.3 Tasas de error por parte de los usuarios: □

Este punto hace referencia a los errores cometidos por el usuario. Es vital que una vez que se produzca un error el sistema se lo haga saber al usuario y le indique la manera de solucionarlo.

5.3.4 Retención sobre el tiempo: □

Se espera que un usuario que utilizó el sistema antes, recuerde como usarlo después.

5.3.5 Satisfacción subjetiva: □

Es la impresión subjetiva del usuario respecto al sistema. Si se logró o no una experiencia de usuario satisfactoria.

5.4 Accesibilidad □

Podemos definir la accesibilidad Web como la "posibilidad de que un producto o servicio web pueda ser accedido y usado por el mayor número posible de personas, indiferentemente de las limitaciones propias del individuo o de las derivadas del contexto de uso" ¹¹. □

En el amplio sentido de la palabra, accesibilidad se relaciona con el diseño de la interfaz gráfica, con la programación de este y con su estructuración de contenido.

¹⁰ SHNEIDERMAN, Ben. Designing the user interface. Reading, MA: Addison-Wesley, 1998

¹¹ <<http://www.accesibilidadweb.com>>

Se deben considerar todas las variables que puedan afectar la correcta visualización de los elementos, sobretodo si pensamos que el sitio puede ser visitado por una persona con discapacidad visual. □

5.5 Navegabilidad □

Busca que el usuario pueda ir de un lado a otro del sitio rápidamente y sin perderse. □

Aquí se señalan algunos puntos que favorecen la navegabilidad de un sitio:

- Debe considerarse siempre un menú visible desde todas o casi todas las páginas del sitio. En él, deben encontrarse links a las principales secciones del sitio.
- Debe considerarse una forma de llegar directamente a la página principal desde todas las páginas internas.
- El diseño del sitio debe estar pensado de tal manera que el usuario nunca tenga que usar los botones "Atrás" y "Adelante" del navegador. El tener páginas perdidas, es decir, que no se comuniquen con ningún link al resto del sitio, es un gran error.
- Si una sección del sitio tiene secciones temáticas grandes, es recomendable poner un menú adicional (en otro sentido que el principal) que lleve a las diferentes páginas de dichas secciones. □
- Los links deben aparecer lo suficientemente visibles para que el usuario no los tenga que buscar.
- El usuario tiene que poder llegar desde cualquier parte del sitio a cualquier otra en no más de tres cliks.
- Se recomienda utilizar como elemento de navegación los breadcrumbs o "migas de pan". Este elemento permite que el usuario no se pierda, indicándole siempre donde está y la relación jerárquica de esa página con el resto de la estructura de la web. □

Estos links deben estar separados el símbolo menor que ya que este denota una superioridad jerárquica.

La navegabilidad es un elemento muy importante en todo sitio y debe ser igual en cada parte del mismo. Y es un elemento de la usabilidad que debe ser tomado en cuenta a la hora de planificar cualquier sitio web.

5.6 Ubicuidad □

Se refiere a la posibilidad de encontrar y ver un sitio web. Este concepto se divide en buscabilidad (es la posibilidad de encontrar un sitio) y visibilidad (es la posibilidad de ver el sitio para poder finalmente usarlo).

5.6.1 Buscabilidad: □

Un alto porcentaje de visitas a sitios web proviene de un buscador. Para lograr que nuestro sitio sea encontrado por los buscadores se debe registrar o tener un enlace desde un sitio conocido.

5.6.2 Visibilidad: □

La visibilidad depende tanto del hardware y conectividad como del diseño del sitio. □

Una vez que encontramos el sitio debemos poder verlo, esto se dificulta si nuestro sitio es pesado y se vuelve crítico si el desempeño del equipo computacional es débil. □

El diseño debe considerar que habrá usuarios que tengan un computador o dispositivo de última generación y con conexión de banda ancha y otros usuarios con un equipo lento, con mala conexión a internet y software desactualizados. Para llegar a la mayor cantidad de usuarios posibles se deben considerar estas posibles limitaciones.



Capítulo 6 Análisis de Antecedentes



6. ANÁLISIS DE ANTECEDENTES

6.1 Penetración de la telefonía móvil en nuestra población

La Encuesta Nacional de Consumidores de Servicios de Telecomunicaciones 2007, publicada por la Subtel en octubre de este año, publicó datos relevantes en materia de nuevas tecnologías. El estudio determinó que el 98 por ciento de los hogares del país cuenta con al menos un servicio de comunicación por voz, ya sea fijo, móvil o ambos, sumado a un importante aumento en la presencia de Internet, TV pagada y especialmente Telefonía Móvil en los hogares de Chile¹². Además, nueve de cada diez hogares chilenos posee teléfono móvil, siendo este servicio el que más crece en la población llegando a una penetración del 88,7 por ciento.

En tanto internet crece por sobre el 3 por ciento alcanzando una cobertura del 25,5 por ciento.

El estudio, también proyectó datos acerca de la disminución del uso de la telefonía fija, la que bajó 5,6 por ciento, dejando a la telefonía móvil como la opción que prefieren los chilenos para comunicarse. Es así como aumenta en cinco puntos la cantidad de hogares que sólo tienen teléfono celular, llegando al 41 por ciento de las casas. Mientras que los hogares que sólo tienen teléfono fijo caen 8 por ciento.

Otro estudio elaborado por Adimark GFK y Entel PCS entre agosto y septiembre del presente año, muestra que Chile es uno de los países que tiene mayor penetración de celulares en América Latina. Nueve de cada 10 chilenos cuenta con un aparato móvil en un mercado en el que participan Movistar, de la española Telefónica, Entel PCS y Claro, de la mexicana América Móvil.

El sondeo revela que más de un 80 por ciento de la población le otorga valores positivos al uso de la telefonía móvil pues consideran que gracias al uso de esta tecnología su vida ha cambiado considerablemente. Entre las razones esgrimidas están el vencer distancias, recibir más información, estar más ubicables al momento de buscar trabajo y reaccionar mejor frente a posibles negocios.

Otros datos del estudio señalan que de 485 personas encuestadas, entre 12 y 60 años, un 93,4 por ciento cree que el teléfono móvil es "indispensable" para su vida laboral y personal, mientras que un 89 por ciento ha tenido más de un celular en su vida.

Los chilenos han tenido en promedio 3 teléfonos móviles en su vida, los que han ido cambiando por otros más modernos y con más funciones o porque sufrieron desperfectos.

¹² <http://www.mundoenlinea.cl/noticia.php?noticia_id=11059&categoria_id=29>
[consulta : 04 de noviembre de 2007]

6.2 Porcentajes acerca de las características del uso de telefonía móvil

Un 87,3 por ciento de los entrevistados afirmó que siempre tiene encendido su celular "para no perderse de nada," pero aseguró que no lo contesta en matrimonios, funerales, misas, almuerzos o durante conversaciones privadas ¹³.

Un 14 por ciento de los encuestados aseguró tener dos aparatos: uno personal y otro para el trabajo, el que mantienen apagado si terminó su horario de oficina.

En cuanto al uso de otros servicios incluidos en el celular, el 93,9 por ciento de los menores de 18 años lo usa como forma de comunicación escrita y casi el 70 por ciento redacta mensajes abreviados, según la encuesta de Adimark. □

Asimismo, un 39,6 por ciento dice utilizar más el equipo como cámara fotográfica; un 24,9 por ciento declara usar más el traspaso de información vía sistema infrarrojo; un 12,4 por ciento a través de la tecnología bluetooth y un 13,9 por ciento dice que incrementó el envío de imágenes de vídeo. □

En relación a la usabilidad, un 78,2 por ciento ocupa sus celulares para comunicarse con amigos; un 73,5 por ciento, con padres, y un 72,7 por ciento, con sus parejas. Mientras que un 67,8 por ciento lo usa para comunicarse con sus jefes, subalternos, clientes o compañeros. □

Cabe destacar que un 80,8 por ciento aseguró que podría reconocer su celular fácilmente de otros por las modificaciones que le hizo, por el fondo de pantalla o por sus sonidos. □

Luego del estudio, Roberto Méndez, director de Adimark GFK, afirmó que "el celular es la primera tecnología realmente masiva en la historia, que no está reservada para las elites sino que llega a todas las personas por igual, desde aquellas que tienen la más alta educación a los menos educados, y desde los niños hasta quienes ya están en la tercera edad". □

El teléfono móvil es una tecnología bien arraigada en nuestra sociedad, la mayoría ya tiene un teléfono móvil que lleva consigo siempre o casi siempre. Es posible observar cómo las personas le otorgan un factor emocional a estos aparatos, así lo demuestran afirmaciones como "yo no me siento sola cuando ando con celular".

¹³ <http://www.mundoonline.cl/noticia.php?noticia_id=11214&categoria_id=29>
[consulta : 04 de noviembre de 2007]

Las cifras anteriormente expuestas demuestran el impacto que tiene esta tecnología en nuestra sociedad. Los índices de penetración y la transversalidad son factores que nos deben llamar la atención acerca de las potencialidades que podemos rescatar de estos dispositivos y cómo podemos incorporarlos aún más a nuestras estrategias de marketing, como herramienta de información o como medio de fidelización de nuestros clientes – usuarios. □

Para el presente proyecto es necesario analizar las características de estos dispositivos, el contexto de uso y las características del usuario. De acuerdo a esto podremos fijar las directrices que guiarán nuestro proceso de desarrollo de una web móvil.

6.3 Características:

- Personal □
El dispositivo pertenece a una sola persona, es identificable, personalizado (adornado de acuerdo a la personalidad y gustos del usuario) y tiene un servicio activo.
- Comunicativo □
Se pueden enviar y recibir mensajes de varias formas y en cualquier horario. Se puede conectar a la red en cualquier momento y lugar.
- De mano □
El dispositivo es portátil. Nos puede acompañar en cualquier situación y además puede ser operado con una sola mano. Incluso, las funciones pueden ser activadas usando un dedo en el teclado.
- Siempre disponible □
El dispositivo puede mantenernos conectados y ubicables las 24 horas del día si así lo determinamos. □

Estas características se traducen en una experiencia de usuario móvil que ve en el uso de estos aparatos una forma de conexión social y lo vuelve indispensable, haciéndose presente cada vez más en nuestras vidas. □

Dado que es indispensable, los usuarios lo llevan consigo todo el tiempo y hasta le dan un valor emocional y de seguridad.

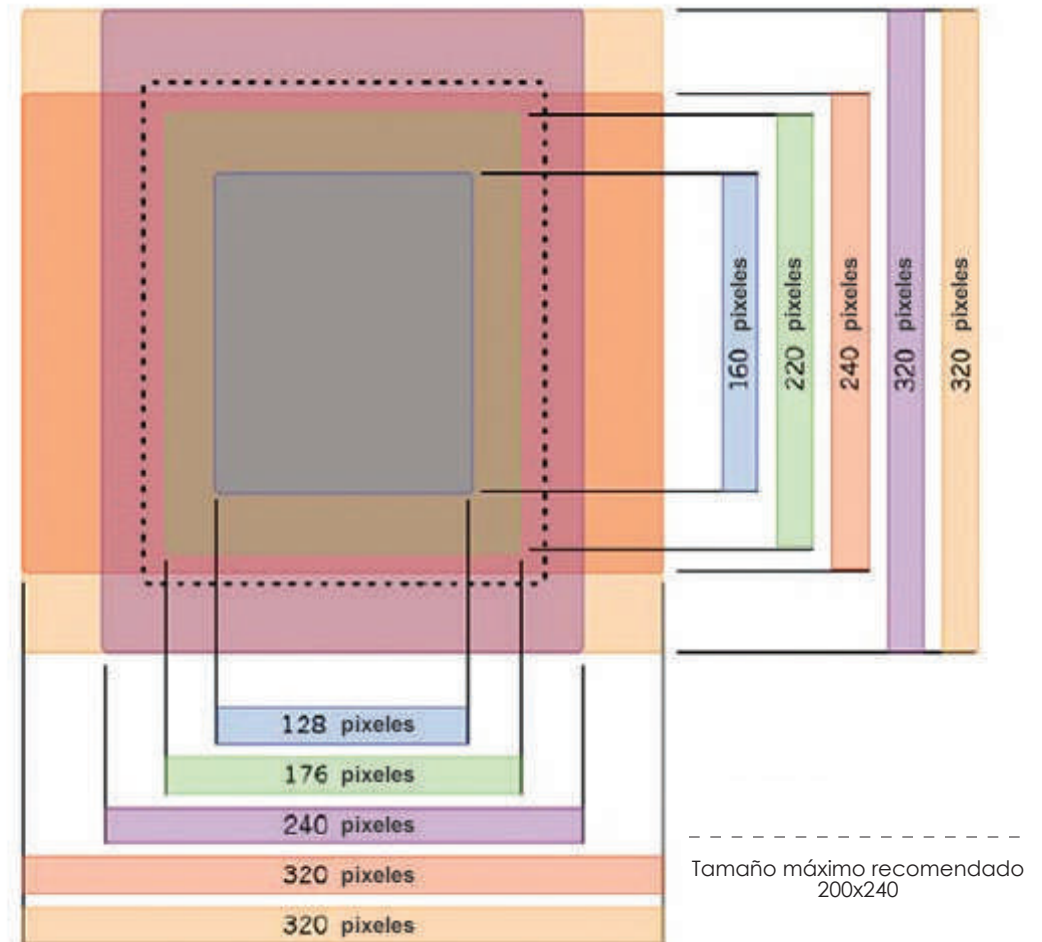
6.4 Otros alcances

- **Forma** □
Estos dispositivos son de tamaño reducido, pantalla y teclados pequeños.
- **Capacidad** □
Tienen procesadores y conexiones más lentas y menos memoria que los computadores convencionales.
- **Contenido** □
El usuario puede descargar cualquier tipo de información o contenido que le parezca interesante.
- **Interfaz de usuario** □
El tamaño reducido de la pantalla obliga al aparato a presentar una interfaz de una sola pantalla, es decir, no es posible compartir información entre aplicaciones ni abrir ventanas anexas tipo popups. □
- **Elementos de navegación** □
Dadas sus características, un teléfono móvil no permite el uso de mouse ni de scroll. La navegación aquí se hace por medio de teclado y joystick. □
Las operaciones se hacen con una sola mano o solo con el pulso.



□ **Pantallas pequeñas**

El recorrido de información se hace ventana por ventana. A diferencia de cómo funciona el escaneo de textos en un monitor, aquí la lectura es palabra por palabra.



6.5 El contexto de uso del teléfono móvil □

El entorno en el que un usuario utiliza un teléfono móvil y las características del propio dispositivo son dos elementos clave a tener en cuenta en el diseño de interfaces para estas aplicaciones. □

En el caso del entorno de uso del teléfono móvil, el ambiente es cambiante, dinámico, ruidoso. El usuario puede estar distraído o tener prisa, por lo tanto las distracciones son mucho más habituales de lo que uno podría pensar. Es habitual usar el móvil para otros objetivos que no sean el de llamar, mientras se está esperando el metro en un andén,

esperando la locomoción en un semáforo o esperando que sirvan un trago en un bar. En estas situaciones se dan interrupciones lógicas: llega el metro o el semáforo se pone en verde y de inmediato el usuario experimenta la pérdida de foco. Éste es un punto relevante que no debemos pasar por alto, por lo que la estructura de navegación tiene que ser muy simple y se debe evitar (más que nunca) los pasos innecesarios.

6.6 Algunos de los más importantes beneficios de la Web móvil son:

- Se puede permitir el acceso a la información, en cualquier momento y en cualquier lugar.

Para acceder a la web no es necesario instalarse en un computador de escritorio o buscar un punto de acceso WIFI.

- Proporciona gran conectividad. Un tercio de la población mundial tiene actualmente acceso a Internet a través de un dispositivo móvil. Este número es dos veces más que el número de usuarios conectados a Internet en computadores personales.

Se espera que para el 2010, la mitad de la población tenga acceso a internet a través de un móvil.

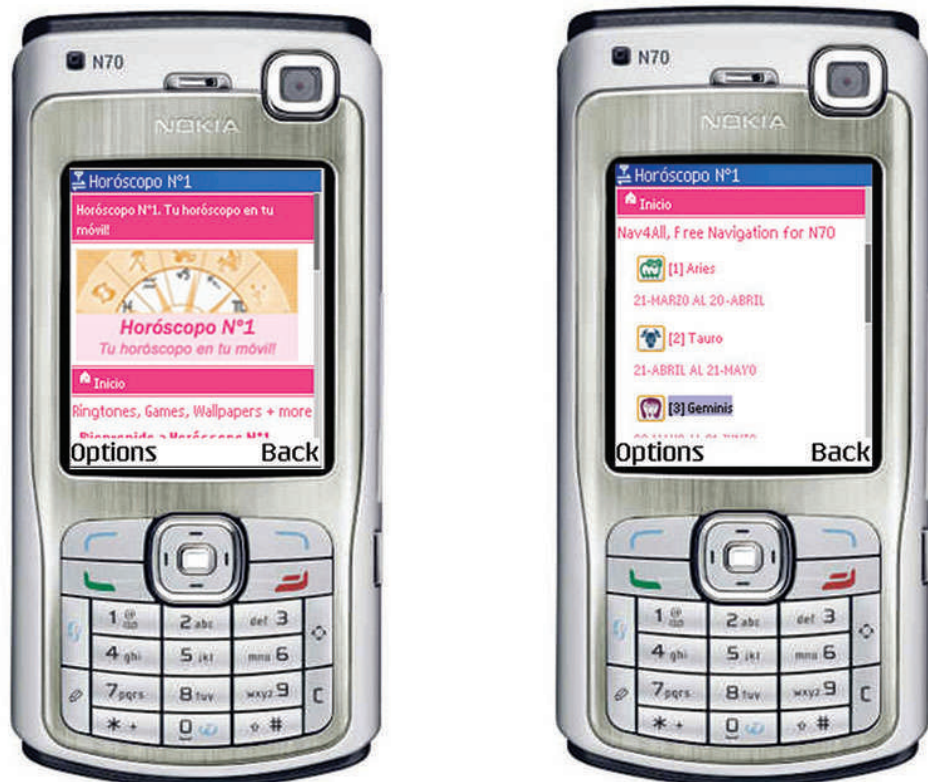
6.7 Tipología existente

6.7.1 Horóscopos.mobi

Horóscopo diario que llega al móvil personalizado con el signo del zodiaco del usuario. Se puede conocer información del horóscopo chino y numerología.

El diseño de la interfaz gráfica es acorde con el público objetivo para el cual está pensado. El código cromático corresponde al color con el que se asocia el segmento femenino, público al cual le interesan estos temas.

La información aparece ordenada, esto favorece la navegación y la lectura que se hace de la pantalla. Además, aparece jerarquizada y limpia y como elemento de navegación transversal aparece el link para volver al inicio.



<http://mfl.d.mobi/emulador.php?emulador=nokiaN70&webaddress=ho1.mobi>

6.7.2 Chicochica.mobi

Portal de contactos mobi donde es posible subir fotografías. Se puede votar, comentar las fotos de los demás y leer los comentarios. Aquí la información aparece visualmente dispersa con muchos espacios en blanco.

La navegación es lineal, el diseño no presenta links para volver al inicio. En este caso, por el propósito del sitio, podemos encontrar más interactividad. Es posible agregar comentarios y registrarse dentro de él.



<http://mflid.mobi/emulator.php?webaddress=chicochica.mobi&emulator=nokiaN70>

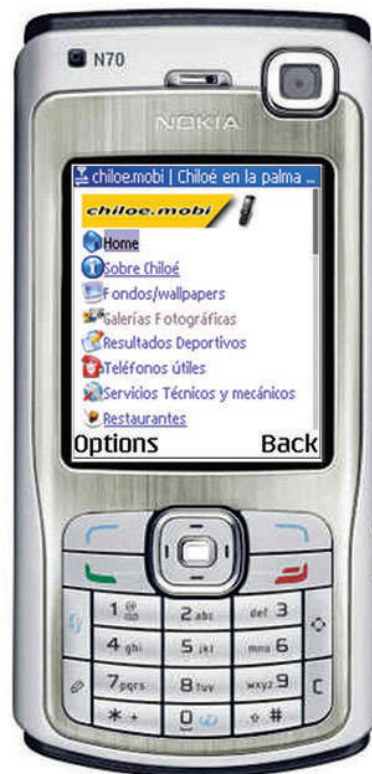
6.7.3 Chiloemobi

Chiloé en la palma de tu mano.

Portal con información muy diversa acerca de servicios que se pueden encontrar en esta isla grande del sur de Chile.

Entrega información de resultados deportivos, teléfonos útiles, centros fotográficos, flores, agencias de viaje, night Clubs, entre otros. Todo aparece como un listado extenso, sin jerarquía de información, donde al parecer no se usó un criterio definido para agrupar la información. Es rescatable el uso que se hizo de íconos que acompañan al texto, aunque no hay un código gráfico definido entre éstos.

Al momento de la consulta (10/11/12) los links estaban visibles pero la página de llegada no estaba disponible. Al parecer existen solo dos niveles de navegación.

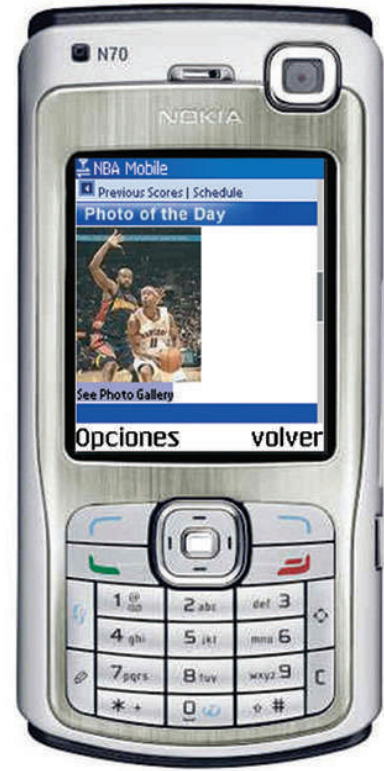


<http://mtld.mobi/emulator.php?webaddress=chiloemobi&emulator=nokiaN70>

6.7.4 NBA.mobi

Sitio con información de la liga de basquetball estadounidense. □
La información se entrega visualmente limpia. □

No se utilizan íconos, los links funcionan como hipertexto. □
Además de entregar información de los partidos y la tabla de posiciones, es posible navegar por una galería de imágenes con las jugadas más interesantes de los partidos.



<http://mtld.mobi/emulator.php?webaddress=nba.mobi&emulator=nokiaN70>

Los sitios vistos anteriormente son especialmente diseñados con el propósito de acceder a ellos a través de un teléfono móvil. Pero como se indicó en el capítulo 3, existe un navegador especialmente desarrollado para teléfonos móviles. □



Sitio www.myl-online.com
visto con el navegador opera mini

Opera mini permite ver páginas web en el celular pero el funcionamiento de éste, me parece poco usable ya que lo que hace es reducir el tamaño de la página original a tamaño de pantalla de celular y la manera que tenemos de ver la información es haciendo clicks y volver. □

Si no se conoce previamente el sitio en su formato de pantalla de computador de escritorio, y no sabe donde está la información que busca, deberá encontrarla haciendo constantes zoom in y zoom out. Esto se traduce en tiempo de navegación extra y en una búsqueda por información pensada para una experiencia de usuario de escritorio. Por ende, la información puede resultar irrelevante y encontrar lo que buscamos nos resultará engorroso, haciendo el sitio deficiente en términos de usabilidad.

6.8 Análisis de los usuarios

El grupo objetivo al cual apunta este proyecto se ha definido de acuerdo a la información recopilada y a los antecedentes entregados por la empresa que distribuye estos juegos y organiza los eventos relacionados.

Variable	Descripción
Edad	Niños y jóvenes de 12 a 25 años.
Sexo	Alto porcentaje de hombres por sobre mujeres.
Segmento social	Desde ABC1 hasta C2 y C3.
Ubicación	Centros urbanos de las principales ciudades del país.
Intereses	Juegos de cartas de estrategia. Participan en los eventos y son asiduos visitantes de los sitios web y el foro de la comunidad de juegos de estrategia. Algunos son tan fanáticos que van a los eventos disfrazados. Son consumidores de tecnología. Además de cartas, corresponden a una generación que nació con los videojuegos Nintendo y Gameboys.



Capítulo 7 Planificación Proyectual



7. PLANIFICACIÓN PROYECTUAL

7.1 Descripción del Proyecto

Este proyecto se centra en el diseño de una web móvil exclusiva para celulares.

La idea es establecer una plataforma de contenidos para satisfacer la necesidad de información inmediata de la Comunidad de Juegos de Estrategia de Salo, siempre interesada por conocer lo nuevo del mercado. Además, esto le permite a la empresa fidelizar a su grupo, entregándole noticias de nuevos productos y de los eventos que organiza.

El proyecto representa una oportunidad de innovación en cuanto a la forma de entregar información a los usuarios de los sitios web de la empresa. Usuarios que según las bases de datos obtenidas por medio de la inscripción en dichos sitios, supera los 10.000.

Salo como empresa está interesada en integrar nuevos elementos tecnológicos. Hace un tiempo que se desarrollan trivias sms desde móviles, se descargan contenidos como fondos de pantalla, ringtones y se hacen promociones con compañías de telefonía móvil en las cuales por la compra de un celular se regalan tarjetas de prepago para el juego en línea de Mitos y Leyendas.

Además, este proyecto de web móvil tiene la capacidad de ser medido al igual que los sitios tradicionales, mediante el servicio de marcación — entregado por una empresa especializada — que arroja datos sobre la audiencia del sitio, el registro de las visitas y pages views¹⁴ lo que permite evaluar su alcance y efectividad.

Este tema es relevante para este desarrollo, ya que de acuerdo a la cantidad de visitas que se contabilicen podremos en una segunda etapa del proyecto negociar la venta de publicidad a otras empresas.

Se comunicará este nuevo sitio web a través de los productos de la empresa, ya sean impresos tales como insertos en los álbumes, envases de productos como mazos, productos especiales, productos relacionados con el tema (pack de teléfonos móviles) y a través de los sitios web tradicionales de la red Salo que tengan relación con los juegos de estrategia de cartas coleccionables.

¹⁴ Despliegue de un documento html en una ventana de navegador como resultado de la interacción de un visitante con un sitio web.

7.2. Definición de la marca □

Para comunicar este nuevo soporte comunicacional web se decidió conjugar en la marca el soporte móvil por un lado y por otro utilizar la abreviación de Juegos de Estrategia, que es la instancia que aglutina al público objetivo antes descrito. □

Esto da como resultado móvil+jes que reúne los dos conceptos principales de este proyecto. □

Se busca, además, que sea un nombre recordable y de fácil escritura al momento de ingresarlo como url y que al escucharlo se quede de manera permanente en la memoria del usuario. □

La extensión utilizada para registrar este sitio, será .mobi, que es la extensión utilizada para sitios diseñados para ser vistos desde teléfonos móviles. Así, la dirección url será www.movil-jes.mobi

7.3 Contenidos definidos para el sitio web móvil □

Cada juego tiene su sitio web correspondiente, sin embargo, se considera necesario un sitio que reúna la información más importante e inmediata de comunicar. □

El contenido que se entregará a través de este sitio web móvil es simplificado en relación a lo publicado en los sitios web oficiales de los juegos. Es decir, se comunicará lo más relevante y urgente. □

En los sitios oficiales de los juegos de cartas coleccionables se entregan contenidos tales como:

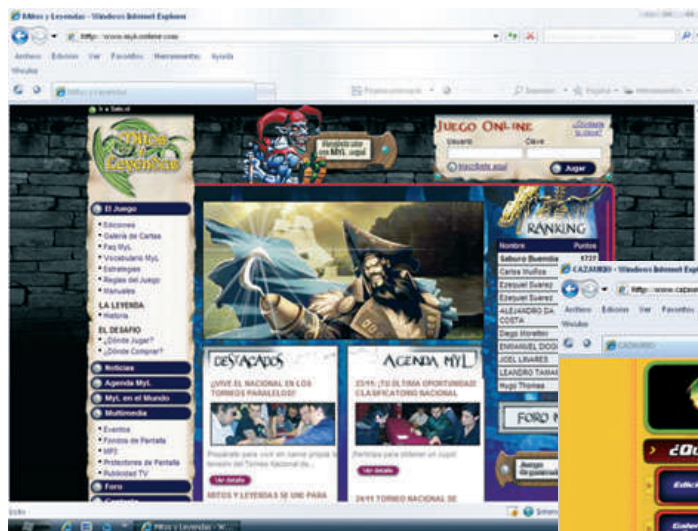
noticias, reglas del juego, vocabulario, información acerca de donde jugar y donde comprar, descarga de fondos de pantalla, información acerca de los eventos, Faq, galerías de cartas, entre otros. □

Esta información está pensada para una experiencia de usuario de escritorio, un usuario que se instala a navegar y que está dispuesto a buscar información en un ambiente diseñado para esta experiencia en particular.

Los contenidos para la web móvil se definen de acuerdo a las necesidades más urgentes de información de los usuarios, siempre interesados en tener la última novedad de sus juegos favoritos. □

Siguiendo estos lineamientos se establecen como contenidos relevantes aquellos que favorezcan una relación cercana con el usuario, es decir, aquella información que lo mantenga al tanto de las actividades que se organizan para la comunidad de jugadores, los nuevos productos que se lanzan al mercado e información acerca de las nuevas ediciones que pueden adquirir para seguir jugando y compitiendo. □

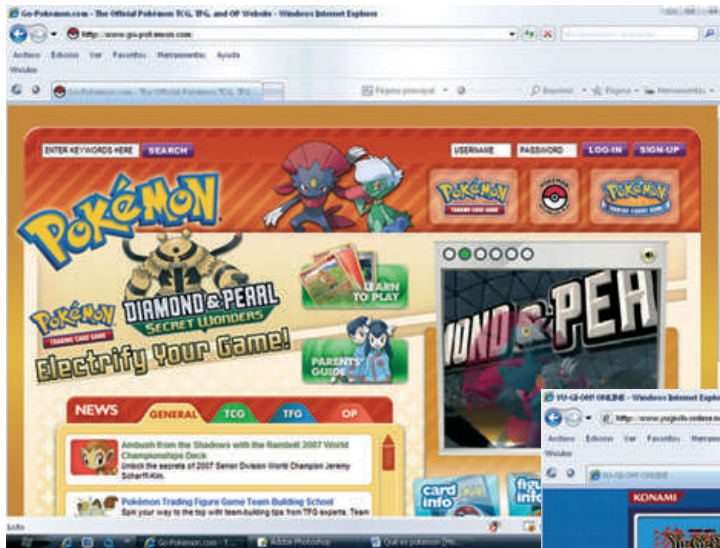
A continuación se muestran imágenes de pantallazos hechos a la página home de los juegos que se abordan en este proyecto.



www.myl-online.com

www.cazaurio.com

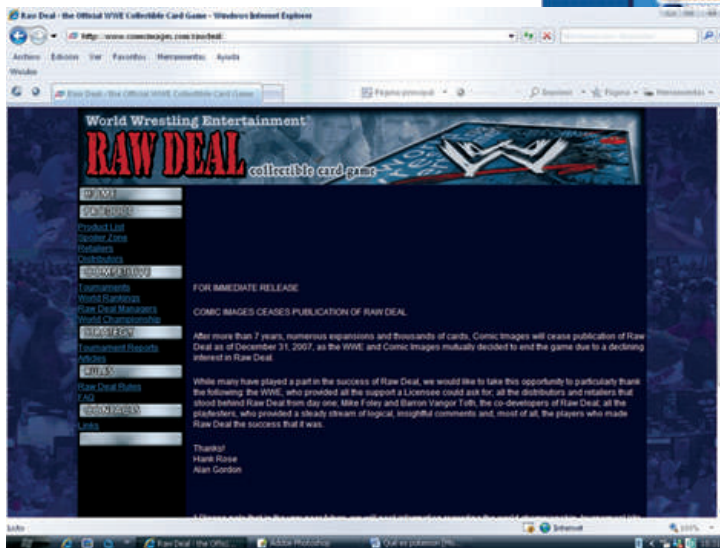




www.go-pokemon.com



www.yugioh-online.com



www.comicimages.com/rawdeal/

7.4. Factibilidad económica □

Este proyecto es viable económicamente porque cuenta con el apoyo financiero de Salo S.A., empresa dispuesta a invertir en un proyecto de este tipo puesto que ve en él una forma de potenciar la relación con su comunidad de jugadores. □

Esto resulta de suma importancia debido a que el porcentaje de ventas de estos productos supera ampliamente a las ventas del producto tradicional de esta empresa, los álbumes.

7.5. Equipo involucrado en el proyecto □

Diseñador: □

Responsable de la Jefatura Operacional del Proyecto, de la coordinación de las actividades y del cumplimiento de los plazos. Encargado de llevar a cabo el proyecto en términos de producción y desarrollo gráfico. □

Periodista: □

Encargado de desarrollar los contenidos de acuerdo a los temas que se requiera informar.

7.6. Cronograma de actividades □

La planificación considera las siguientes etapas para el desarrollo del proyecto:

Fase o tarea	Plazo
Diseño de marca gráfica	3 días
Definición de contenidos sitio	5 días
Arquitectura de información	1 día
Wireframes	1 día
Aprobación de wireframes	1 día
Análisis y desarrollo prototipo funcional	2 días
Corrección y aprobación	1 día
Diseño de maqueta	2 días
Revisión	1 día
Corrección de maqueta	1 día
Aprobación	1 día
Plantillas html	1 día
Aprobación final	1 día
Publicación	1 día
	22 días

7.7. Presupuesto □

Desarrollo	Horas	\$
Diseño de marca gráfica	24	67.200
Desarrollo de contenidos a cargo del periodista	45	126.600
Desarrollo a cargo del diseñador	126	352.800
Adquisición del dominio .mobi		20.170
Total		\$ 566.770

Los valores están basados en el mercado actual de un Diseñador Gráfico Profesional (\$500.000 mensuales aproximadamente, por una jornada de 45 horas semanales).



Capítulo 8
Propuesta de Diseño



8. PROPUESTA DE DISEÑO

8.1 Marco Conceptual

Para el desarrollo de este proyecto se han definido tres conceptos centrales que determinarán el enfoque orientador de este trabajo. El significado de cada concepto ha sido obtenido del sitio web de la Real Academia Española. Se excluyen las acepciones que se alejan de los objetivos planteados para el presente proyecto.

En orden jerárquico, estos conceptos son:

Móvil

(Del lat. mobilis).

1. adj. Que puede moverse o se mueve por sí mismo. U. t. c. s.
2. adj. Que no tiene estabilidad o permanencia.
3. m. Aquello que mueve material o moralmente algo.

Comunidad

(Del lat. communitas, -atis).

- 1.f. Conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes. Comunidad católica, lingüística.

Juego

(Del lat. iocus).

1. m. Acción y efecto de jugar.
- 1.m. Ejercicio recreativo sometido a reglas, y en el cual se gana o se pierde. Juego de naipes, de ajedrez, de billar, de pelota.

Estrategia

(Del lat. strategia, y este del gr. *στρατηγία*).

1. f. Mat. En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

8.2 Desarrollo de la marca gráfica □

Para comenzar el proceso de diseño de la marca gráfica se comenzó por buscar referentes gráficos relacionados con el tema. A continuación se puede observar las imágenes encontradas en la web y que se utilizaron para este propósito.



Una vez que se revisan estas imágenes y se tiene claro el estilo gráfico que se quiere seguir, se pasa al proceso de generación de alternativas. □

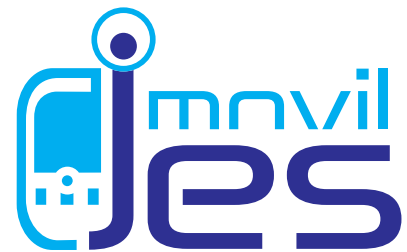
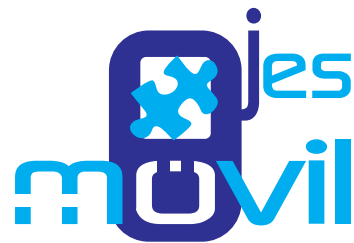
Como Isotipo se utilizará un elemento distintivo relacionado directamente con el tema y como logotipo se utilizará móvil-jes, por las razones expuestas en el capítulo anterior.

8.3 Proceso de generación de alternativas

MOVIL-JES

moviljes

moviljes



8.4. Alternativa seleccionada



Código Cromático

Se trabaja en colores RGB que es el modo que se utiliza para colores que serán vistos en pantalla.

La composición es:



R: 0
G: 19
B: 93



R: 0
G: 131
B: 215

La cromática utilizada connota frialdad y limpieza, esto se relaciona con la idea de tecnología que hay detrás. Además se incorpora un brillo a la marca que realza este concepto.

Código Morfológico

Se utilizan líneas sin quiebres, continuas y con bordes redondeados para permitir una asociación con la idea de fluidez, conexión, comunicación y movimiento, estas son características relacionadas con la experiencia de usuario móvil planteada.

El isotipo está conformado por un teléfono móvil que refuerza visualmente la característica distintiva de este proyecto.

El isotipo muestra las teclas de navegación como elemento distintivo y elimina las teclas de los números, la razón es porque mediante estas podemos navegar y ejecutar las funcionalidades de la web propuesta.

Código Tipográfico □

Se utiliza la tipografía Zekton en el logotipo, la cual fue manipulada para favorecer la coherencia con el resto de los códigos morfológicos.

□ Zekton Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789
 !:;_ "\$%/()=?Ç □

Zekton Cursiva

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
!:;_ "\$%/()=?Ç

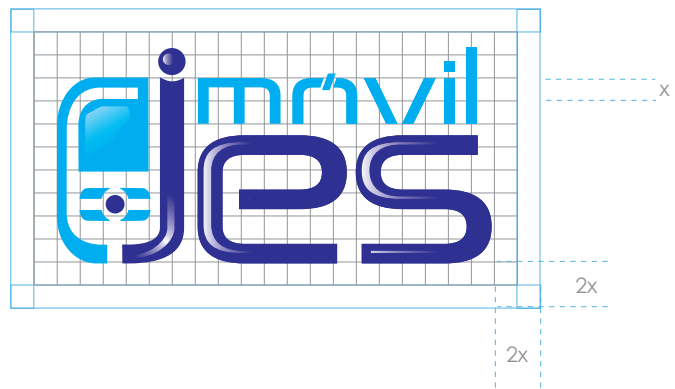
Zekton Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
!:;_ "\$%/()=?Ç

Grilla Constructiva □

Se utilizó como referencia proporcional (X), corresponde a la altura de la letra m/2. □

El área de reserva esta indicado con líneas punteadas y corresponde a la medida 2x. Este espacio define el área dentro de la cual no podrá admitirse ningún elemento ajeno a la marca. Esto permite aislarla de cualquier situación gráfica competitiva.



8.5. Proceso de desarrollo del sitio web móvil propuesto

Diseño centrado en el usuario y no en la tecnología o en otras variables, es una adecuada e inteligente forma de abordar el diseño de interacción. Comprender las necesidades de los usuarios ayuda a humanizar el proceso y mantiene el proyecto en consonancia con los objetivos.

Entender lo que la audiencia busca hoy en día puede anticipar la forma en que se quiere navegar por nuestro sitio, y por lo que es necesario facilitar la navegación rápida y eficaz. Igualmente importante es estudiar el contexto de uso. Pensar cómo y donde la gente va a interactuar con el contenido o la aplicación es fundamental en este proyecto.

Según las características del grupo objetivo, podemos definir un contexto de uso urbano, son jóvenes que permanecen en movimiento, van a clases, salen a reunirse o jugar en los distintos puntos habilitados para estos propósitos. Se movilizan en locomoción colectiva y pasan mucho tiempo en ella. Los tiempos de desplazamiento de un lugar a otro han aumentado y es en estos momentos en los que se piensa los usuarios pueden aprovechar para informarse de sus temas de interés.

8.5.1. Listado de contenidos

	Nombre	Sección / Descripción
0.0	Logo	Imagen de marca del sitio
1.0	Mitos y Leyendas	CCG cuya temática aborda los mitos y leyendas universales. Licencia chilena.
1.1	¿ Qué es?	Breve descripción del juego.
1.2	Ediciones	Logo y descripción de las últimas ediciones.
1.3	Torneos	Información con fecha, hora, lugar, cupos, formato, premios.
1.4	Productos	Descripción de producto y precio.
2.0	Cazauro	CCG cuya temática aborda el regreso de los Dinosaurios. Licencia chilena.
2.1	¿ Qué es?	Breve descripción del juego.
2.2	Ediciones	Logo y descripción de las últimas ediciones.
2.3	Torneos	Información con fecha, hora, lugar, cupos, formato, premios.
2.4	Productos	Descripción de producto y precio.
3.0	Pokémon	CCG que muestra la evolución de los pokémons. Licencia extranjera.
3.1	¿ Qué es?	Breve descripción del juego.
3.2	Ediciones	Logo y descripción de las últimas ediciones.
3.3	Torneos	Información con fecha, hora, lugar, cupos, formato, premios.
3.4	Productos	Descripción de producto y precio.
4.0	Yu-Gi-Oh!	CCG que cuenta la historia de..... Licencia extranjera.
4.1	¿ Qué es?	Breve descripción del juego.
4.2	Ediciones	Logo y descripción de las últimas ediciones.
4.3	Torneos	Información con fecha, hora, lugar, cupos, formato, premios.
4.4	Productos	Descripción de producto y precio.
5.0	Raw Deal	CCG que cuenta la historia de..... Licencia extranjera.
5.1	¿ Qué es?	Breve descripción del juego.
5.2	Ediciones	Logo y descripción de las últimas ediciones.
5.3	Torneos	Información con fecha, hora, lugar, cupos, formato, premios.
5.4	Productos	Descripción de producto y precio.

CCG: collecting card game. Juego de cartas coleccionables.

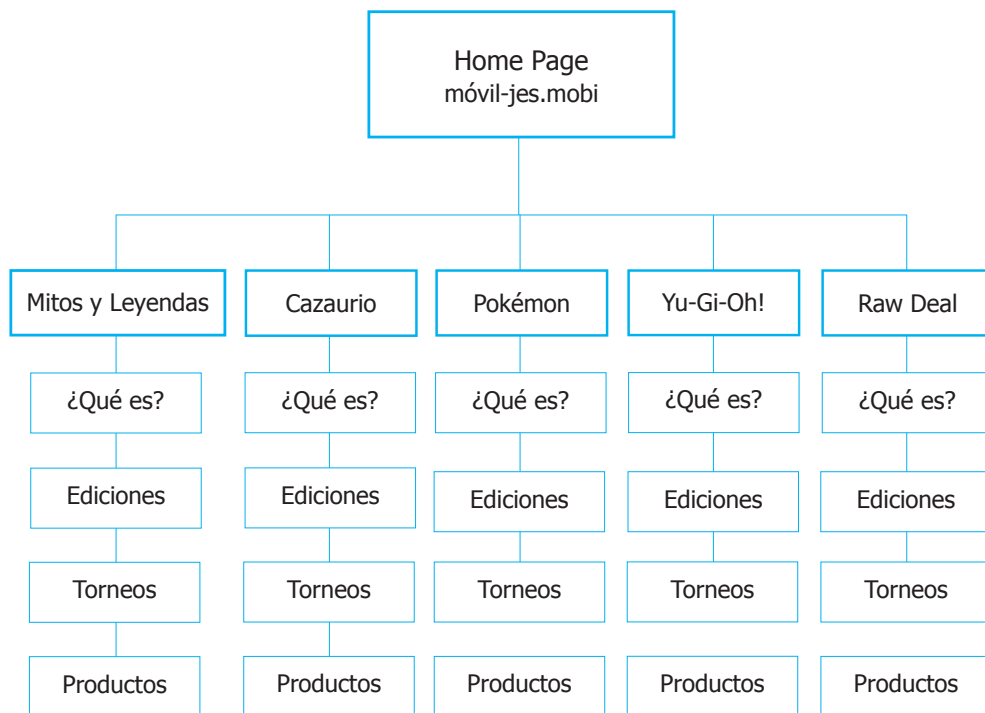
8.5.2. Arquitectura de la información

En el contexto móvil es especialmente importante estructurar la información de la manera más simple posible. Colocar la información adecuada en el lugar adecuado proporcionará una experiencia útil.

Consideraciones a tener en cuenta:

- Limitar opciones
Se recomienda tomar el contenido relevante y desecahr el resto para evitar que el usuario se pierda en contenido irrelevante.
- Limitar categorías
En un sitio web móvil la tolerancia a navegar en niveles y profundizar en un sitio es menor que en un dispositivo de escritorio. Lo recomendable es limitar la profundidad a cinco niveles.
- Dar prioridad a los vínculos por actividad o popularidad
Los enlaces más relevantes deben aparecer primero en la lista.

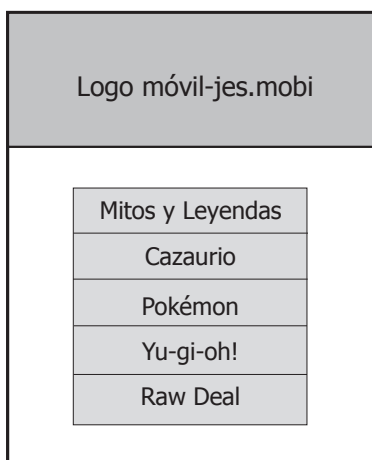
Luego de definir la estructura se generar un mapa del sitio, esto da una visión general del espacio de información.



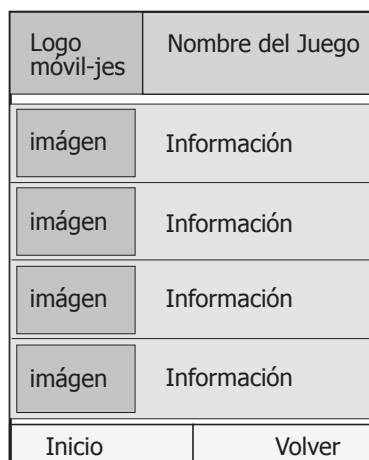
8.5.3. Wireframes

El Wireframe es un esqueleto que contempla la estructura del sitio así como la relevancia de la información en las páginas. □
 Hacer el wireframe en la etapa anterior al diseño de la interfaz gráfica, nos asegura que la atención está puesta en las áreas prioritarias de interés del usuario - contenido y navegabilidad – y no en la parte estética representada por el diseño. Éste último se incorporará en la siguiente fase de desarrollo como apoyo a la comunicación.

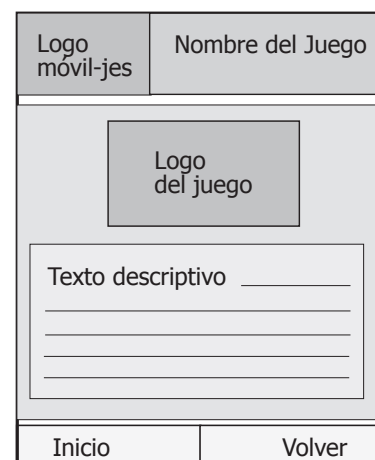
Wireframe Home



Wireframe página interna juego



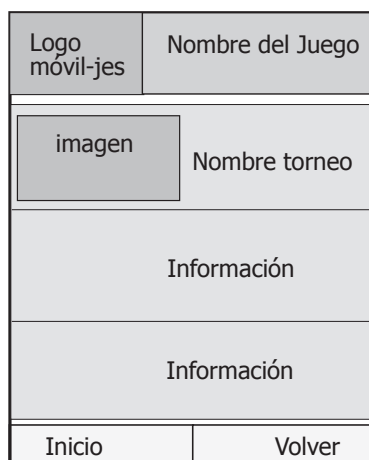
Wireframe página interna ¿Que es?



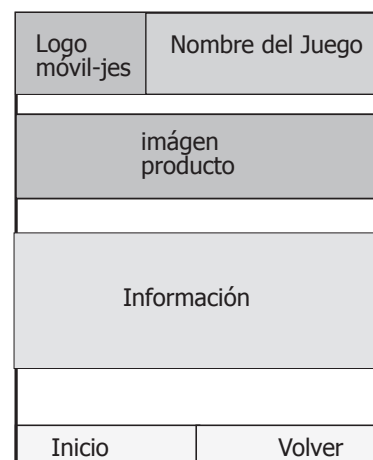
Wireframe página interna Ediciones



Wireframe página interna Torneos



Wireframe página interna Productos



8.5.4. Maquetas Home



Opción seleccionada.
 Pero en la maqueta definitiva se le agregarán brillos a los botones para mantener coherencia con la imagen de marca.

Tamaño de la pantalla 128x160 pixeles
 proporción 1:1

8.5.5. Maquetas Páginas internas

El código cromático utilizado para diferenciar las cabeceras de los juegos corresponde al color predominante en el sitio web oficial de estos o al color predominante de la marca de cada uno.

En la maqueta final se agregarán brillos en la cabecera para mantener la coherencia con la imagen de marca.

Para diferenciar cada sección se incorporarán íconos que tengan relación con el tema.



Home + páginas internas

Home menu containing the jives logo and five buttons: MyL, Cazaurio, Pokémon, Yu-Gi-Oh!, and Row Deal.

MyL card with jives logo, book icon, and text: "El juego Nº 1 del Reino", "Última edición: Piratas", "Torneo en Plaza Norte", "Aprovecha esta promoción", "inicio", "volver".

Cazaurio card with jives logo, book icon, and text: "Las Saurias despertaron", "Última edición: Mutaciones", "Torneo en Mall Florida Center", "Promoción 2x1", "inicio", "volver".

Pokémon card with jives logo, book icon, and text: "Conoce la Evolución", "Última edición: Pearl/Diamond", "Torneo en Mall Florida Center", "¡Atrápalos y giralos!", "inicio", "volver".

Yu-Gi-Oh! card with jives logo, book icon, and text: "Conoce el juego", "Última edición: Evolution", "Torneo en Plaza Norte", "Aprovecha esta promoción", "inicio", "volver".

Row Deal card with jives logo, book icon, and text: "Conoce el juego", "Última edición: Destrucción", "Torneo en Plaza Norte", "Aprovecha esta promoción", "inicio", "volver".

8.8.6 Prototipo

Una vez terminadas las maquetas el paso siguiente es llevar a cabo el prototipo en html para verificar que la navegación sea correcta, que los links funcionen y que la descarga del sitio se realice de manera óptima.





Conclusión





CONCLUSIÓN □

Desarrollado este proyecto es posible establecer que la Web Móvil hoy es un hecho factible y que esta tecnología abre un mundo para los usuarios. □

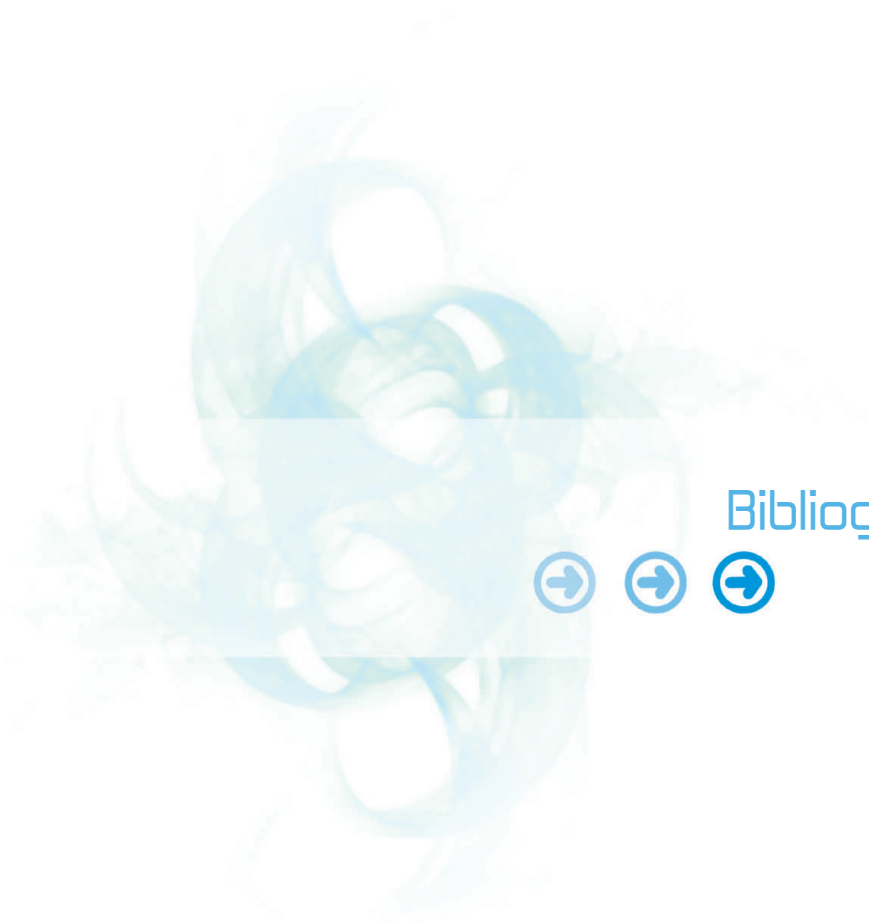
Plantea la posibilidad de llegar de forma transversal a un enorme espectro de usuarios, pues es un medio cercano y que no discrimina. Esto podría potenciar el desarrollo de proyectos no sólo económicos, si no también de orden social, los que se verían beneficiados por las características de ésta. □

Pero para que este proyecto sea relevante no basta sólo con lograr agilizar la comunicación y tener mayor efectividad en la transferencia de información, sino que también es necesario entender la experiencia del usuario móvil, conocer los contenidos que satisfacen sus necesidades y hacerlo atractivo para él. □

Además, la Web Móvil es un nuevo campo disciplinario para los diseñadores y es por esto que se hace necesario incentivar hoy proyectos que aporten al acercamiento de estos profesionales con el nuevo campo. □

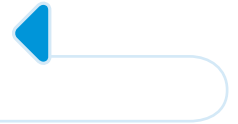
Este es el momento de innovar, y uno de los soportes que se plantean en el proyecto es precisamente acercar el diseño a nuevas esferas no exploradas y de alto impacto inmediato. □

La Web Móvil impone un sinnúmero de posibilidades para seguir creando herramientas que satisfagan las distintas necesidades de los usuarios.



Bibliografía





BIBLIOGRAFÍA

Libros

- Information Architecture for the World Wide Web. 2ª ed. O'Reilly, 2002
- FERRÉ, Xavier, JURISTO, Natalia, WINDL, Helmut, CONSTANTINE, Larry. Usability basics for software developers. IEEE Software. 2001. p. 22-29.
- SHNEIDERMAN, Ben. Designing the user interface. Reading. MA: Addison-Wesley. 1998

Referencias web

- http://es.wikipedia.org/wiki/Tel%C3%A9fono_m%C3%B3vil
- <http://www.yucatan.com.mx/especiales/celular/historia.asp>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/WAP>
- <http://www.mobi.cl/>
- <http://www.cazaurio.cl/>
- <http://www.dcc.uchile.cl/~rbaeza/inf/usabilidad.html>
- <http://www.accesibilidadweb.com/>
- http://www.mundoenlinea.cl/noticia.php?noticia_id=11059&categoria_id=29
- http://www.mundoenlinea.cl/noticia.php?noticia_id=11214&categoria_id=29
- <http://mtld.mobi/emulador.php?emulador=nokiaN70&webaddress=ho1.mobi>
- <http://mtld.mobi/emulador.php?webaddress=chicochica.mobi&emulador=no>
- <http://mtld.mobi/emulador.php?webaddress=chiloe.mobi&emulador=nokiaN70>

