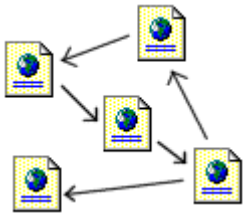
LA ESTRUCTURA

La estructura es importante



La estructura de un conjunto de páginas web es muy importante, ya que una buena estructura permitirá al lector visualizar todos los contenidos de una manera fácil y clara, mientras que un conjunto de páginas web con una mala estructura producirá en el lector una sensación de estar perdido, no encontrará rápidamente lo que busca y terminará por abandonar nuestro sitio.

Planifique la estructura antes de empezar

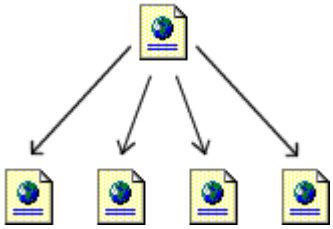
Antes de crear un conjunto de páginas web uno ha de tener una idea clara de cómo va a ser la estructura de dichas páginas, es conveniente hacer algún esquema sencillo, para la mayoría de los casos una hoja de papel y un lapicero bastará, pero si el emplazamiento va a albergar un gran número de páginas es recomendable usar algún tipo de programa que permita manejar estructuras de tipo grafo.

La estructura depende del contenido

No es lo mismo crear una estructura de navegación para un sitio que desea publicar información al estilo de un libro cuya estructura estará formada por capítulos, este tipo de información se adapta bastante bien a una estructura lineal como jerárquica. Mientras que un sitio donde se expone un tutorial o un tour es más apropiada una estructura de tipo lineal.

Tipos de Estructuras

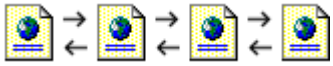
Jerárquica



La estructura jerárquica, es la típica estructura de árbol, en el que la raíz es la hoja de bienvenida, esta hoja se puede también sustituir por la hoja de contenido, en la que se exponen las diferentes secciones que contendrá nuestro sitio. La selección de una sección nos conduce asimismo a una lista de subtemas que pueden o no dividirse.

Este tipo de organización permite al lector conocer en qué lugar de la estructura se encuentra, además de saber que, conforme se adentra en la estructura obtiene información más específica y que la información más general se encuentra en los niveles superiores.

Lineal

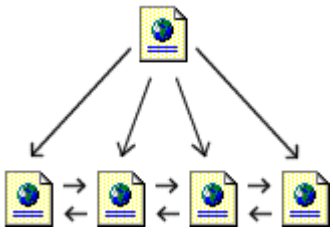


La estructura lineal es la más simple de todas, la manera de recorrerla es la misma que si estuviésemos leyendo un libro, de manera que estando en una página, podemos ir a la siguiente página o a la anterior.

Esta estructura es muy útil cuando queremos que el lector siga un camino fijo y guiado, además impedimos que se distraiga con enlaces a otras páginas. Por otra parte podemos causar a lector la sensación de estar encerrado si el camino es muy largo o poco interesante.

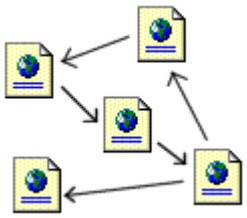
Este tipo de estructura sería válido para tutoriales de aprendizaje o tours de visita guiada.

Lineal con jerarquía



Este tipo de estructura es una mezcla de la dos anteriores, los temas y subtemas están organizados de una forma jerárquica, pero uno puede leer todo el contenido de una forma lineal si se desea.
Esto permite tener el contenido organizado jerárquicamente y simultáneamente poder acceder a toda la información de una manera lineal como si estuviésemos leyendo un libro. Esta guía sigue básicamente este tipo de estructura.

Red



La estructura de red es una organización en la que aparentemente no hay ningún orden establecido, la páginas pueden apuntarse unas a otras sin ningún orden aparente.
Este tipo de organización es la más libre, pero también es la más peligrosa ya que si no se informa al lector de en dónde se encuentra, puede perderse o puede no encontrar lo que anda buscando o no llegar a ver lo que le queremos mostrar. Por eso es muy recomendable asociar la estructura de las páginas con alguna estructura conocida, como por ejemplo la de una ciudad.

Navegación

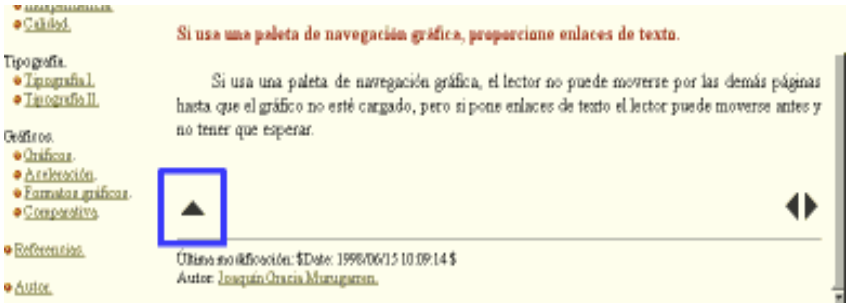
Uno de los punto más importantes en el diseño de páginas Web son los elementos de navegación. Ya que son los que nos permiten movernos a través de las diferentes páginas que hemos construido.

Duplique los elementos de navegación si es necesario

Si sus páginas tienen normalmente un tamaño superior al de una pantalla y media, considere la opción de duplicar los elementos de navegación al principio y al final de las páginas.

Añada un enlace al principio de la página

Si la página es suficientemente larga proporcione al final de la página un enlace el principio de la misma.



No cree páginas que sean un callejón sin salida

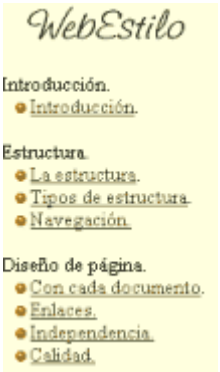
Al menos cada página Web ha de tener un enlace por el cual se pueda continuar la navegación.

Diseñe una estructura clara

Asegúrese de que proporciona un camino cómodo para visitar todas las páginas Web de su sitio. Si no tiene en cuenta esto perderá la mayoría de los lectores tras las primeras páginas.

Proporcione índices

Si le es posible facilite un índice con el contenido del sitio. Procure que el índice sea fácilmente accesible, puede hacer un "frame" o puede ponerlo al principio o al final de la página.



Si usa una paleta de navegación gráfica, proporcione enlaces de texto

Si usa una paleta de navegación gráfica, el lector no puede moverse por las demás páginas hasta que el gráfico no esté cargado, pero si pone enlaces de texto el lector puede moverse antes y no tener que esperar.

Tamaño de las páginas

Las personas no hacen scroll

Si quiere captar la atención del navegante, no haga la página más grande de una pantalla. Muchas de las personas que navegan por Internet no consultan la parte inferior de las páginas porque no saben que hay más información en la parte de abajo.

Haga las páginas de una pantalla y media

En general es una buena costumbre no hacer páginas de tamaño mayor a una pantalla y media. De esta manera evitará muchos problemas y facilitará la lectura de las páginas. Las páginas de tamaño de una pantalla y media son cómodas de leer y no saturan al lector con demasiada información.

Páginas largas para grandes documentos

Si necesita poner gran cantidad de texto escrito que ha de leerse completo, es recomendable hacer una única página larga. Es menos molesto hacer scroll a lo largo de una ventana que seguir un enlace a la siguiente parte del documento.

En cada documento

Firme los documentos

Todos los documentos deberían firmarse. De esta manera se identifica al autor del documento, además de hacerse responsable de su contenido.

Contacto con el autor

Así mismo sería bastante conveniente que se proporcionase información de cómo contactar con el autor. Una manera sencilla es crear una página con las señas del autor e introducir un enlace a dicha página al final de cada documento.

Feche las páginas

Es muy importante fechar los documentos, al fechar los documentos situamos el contenido de los mismos en un contexto en el tiempo. Si el documento está fechado, el lector es capaz de saber si la información es actual o por el contrario está obsoleta.

Tenga cuidado con el formato de las fechas

Hay que ser cuidadoso con el formato de las fechas y usar formatos como 3-4-98 que pueden llevar a confusión al ser leído por personas de otros países. Ya que la anterior fecha se puede interpretar como el 4 de Marzo en vez del 3 de Abril.

Enlaces

Los enlaces permiten enriquecer el contenido de la información con datos suplementarios, pero se ha de tener precaución ya que pueden hacer confusa la lectura de una página.

Escriba como si no hubiese enlaces en el texto

Es preferible:
José Martinez ha desarrollado un **nuevo método de generación de primos**.
A
El nuevo método de generación de primos está **aquí.**

Elija palabras significativas o frases para los enlaces

El texto enlazado debe definir el contenido de la información a la que refiere. De ser posible de manera que no sea necesario leer todo el párrafo para comprender el significado del enlace.

Elija la longitud apropiada del enlace

Si bien como hemos dicho antes el enlace ha de ser suficientemente significativo, un enlace demasiado largo tambien es perjudicial ya que dificulta la lectura del texto.

Asegúrese de que el lector conoce la información a la que va acceder antes de saltar

Si el lector salta a un enlace que no resulta ser lo que esperaba, se va a encontrar confundido y frustrado al no conseguir la información que desea.

Los enlaces modifican el énfasis de la frase

Hay que tener en cuenta que al hacer un enlace sobre una parte del texto esta se realza y puede distraer al lector del significado principal del párrafo.

José Martinez con su nuevo método ha generado el primo más grande en una **Sun Sparc.**

En esta frase queda remarcado Sun Sparc cuando lo más importante de la frase es el nuevo método.

Resalte el texto diferente

Cuando realice enlaces consecutivos similares, resalte la información que diferencie unos enlaces de otros.

Libros sobre Economía.
Libros sobre Medicina.
Libros sobre Historia.
Libros sobre Educación.

Libros sobre **Economía.**
Libros sobre **Medicina.**
Libros sobre **Historia.**
Libros sobre **Educación.**

Incluso se puede mejorar si quita el texto redundante.

Libros sobre:

- **Economía.**
- **Medicina.**
- **Historia.**
- **Educación.**

No cambie el color de los enlaces

Aunque esté permitido, ahorrará tiempo y evitará confusión al lector si no cambia los colores por defecto de los enlaces, puesto que el lector está acostumbrado a ellos y lo asocia con los sitios que ya ha visitado y los que todavía no.

Compruebe el funcionamiento de todos los enlaces

Resulta bastante desagradable intentar saltar a un enlace y comprobar que dicho enlace no funciona o que la página a la que se referencia ya no existe, por eso hay que comprobar el funcionamiento de todos los enlaces que hay en nuestras páginas. Existen programas que realizan esta tarea automáticamente.

Existen dos tipos de enlaces, los enlaces internos y los enlaces externos. Los enlaces internos son aquellos que referencian páginas que son nuestras, es decir que poseemos el control de esas páginas. Y

los enlaces externos referencian páginas de otras personas sobre las que no tenemos ningún tipo de control.

Se han de comprobar el funcionamiento de los enlaces internos cada vez que modifiquemos nuestras páginas y se han de comprobar los enlaces externos de una forma periódica.

Independencia del navegador

Cíñase a un estándar

La organización :**Word Wide Web Consortion (W3C)** es el organismo que establece los estándares en la red. Asegúrese de que sus páginas cumplen alguno de estos estándares.

Valide sus documentos

Con el uso de estos programas usted podrá validar sus documentos y comprobar que cumplen ciertas especificaciones. De esta manera sus páginas se visualizarán correctamente en cualquier navegador.

Visualice las páginas en diferentes navegadores

Aunque sus páginas cumplan el estándar es recomendable que compruebe que sus páginas se visualizan correctamente en los navegadores más usados.

La última versión de los estándares no es la más extendida

Si usa la última versión de los estándares tenga en cuenta que no todos las personas poseen la última versión de los navegadores. Y por lo tanto está limitando el número de personas que pueden acceder a su página.

Independencia de la resolución

No use tamaños fijos al realizar páginas Web, es mejor que use porcentajes para definir tamaños, con esto conseguirá que sus páginas se visualicen correctamente en cualquier resolución.

Si usa Java o JavaScript cerciórese de que no es imprescindible

Asegúrese de que no sea necesario el uso de Java o JavaScript para visualizar el contenido de sus páginas, puede ser que el navegador no soporte estos lenguajes o que aún soportándolos no estén activados.

Chequee la versión del lenguaje

Si usa lenguajes como JavaScript, chequee que la versión del lenguaje que soporta el navegador sea compatible con el código que va a programar. Con este sencillo código, puede averiguar que versión soporta su navegador.

```
<script language="JavaScript">
  <!--
  vers = 1.0;
  // -->
</script>
<script language="JavaScript1.1">
  <!--
  vers = 1.1;
  // -->
</script>
<script language="JavaScript1.2">
  <!--
  vers = 1.2;
  // -->
</script>
<SCRIPT LANGUAGE="JavaScript">
            if (vers == 1.2)
            {
            }
            else if (vers == 1.0)
            {
            }
</script>
```

Calidad

Asegúrese que sus páginas cumplen algún estándar de la Red

Valide sus páginas con algún programa de validación automática o use los servicios de validación disponibles en la red, le facilitaran un documento con los errores encontrados.

Pruebe cada enlace

No hay nada más desagradable que encontrarse con un enlace que no funciona, para evitar esto dispone de programas que realizan esta operación automáticamente.

No cometa faltas ortográficas

Use un procesador de textos con corrección ortográfica para escribir el texto que va a publicar, además con el uso de un procesador de textos le resultará más cómoda la escritura.

Ponga sus páginas en contexto

Recuerde que el lector puede llegar a su página desde cualquier sitio, por lo tanto es muy recomendable que se le dé un contexto definido. Recuerde las preguntas básicas. ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cómo? ¿Cuándo?

Escriba páginas para cualquier navegador

No realice páginas que solo se vean bien en un navegador o en una resolución concreta, incluyendo etiquetas exclusivas de algún navegador. Si usa los estándares propuestos por el **W3C** sus páginas se visualizarán correctamente en todos los navegadores.

Responda a la gente

Aunque solo sea por cortesía responda a la gente que le hace comentarios sobre sus páginas, aunque no esté de acuerdo con sus opiniones.

Tipografía

Una buena tipografía es tan importante en una página Web como en cualquier otro medio escrito. El problema que se presenta en las páginas Web es que se ha de visualizar correctamente en diferentes sistemas y multitud de computadores.

Use los estilos con moderación

Si quiere resaltar algo use las negritas o el tipo cursiva, pero no abuse de ellos porque si todo está resaltado, el cerebro se acostumbra y deja de parecerle destacado.

El texto pierde fuerza si todas las palabras estan resaltadas.

Use etiquetas del tipo <FONT SIZE=+1> a las de tipo <FONT SIZE=12>

Cada persona puede tener definido un tamaño de letra por defecto distinto. Por ejemplo, si posee un monitor de 14" posiblemente tenga por defecto un tamaño de letra 10, con lo que las etiquetas <FONT SIZE=+1> y <FONT SIZE=12> tendrán el mismo efecto. Pero si posee un monitor de 17", es posible que usted tenga configurado el navegador con un tamaño de letra 14 con lo que <FONT SIZE=+1> aumentaría el tamaño, pero <FONT SIZE=12> lo disminuiría.

	BASE FONT 10	**BASE FONT 14**
Mal	Palabra que se desea aumentar.	Palabra que se desea aumentar.
Bien	Palabra que se desea aumentar.	Palabra que se desea aumentar.

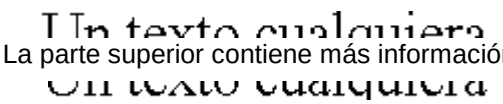
Capitalización

Cuando leemos lo primero que observamos es la forma general de las palabras. De manera que un titular con la primera letra de cada palabra en mayúscula es mas atractivo visualmente que todo el titular en mayúsculas.

Un Titular Normal

UN TITULAR NORMAL

La mayor cantidad de la información reside en la parte superior de las letras, la vista está acostumbrada a fijarse en la parte superior de las letras por lo que si capitalizamos todas las palabras estaremos obligando a realizar un esfuerzo superior que puede resultar molesto.

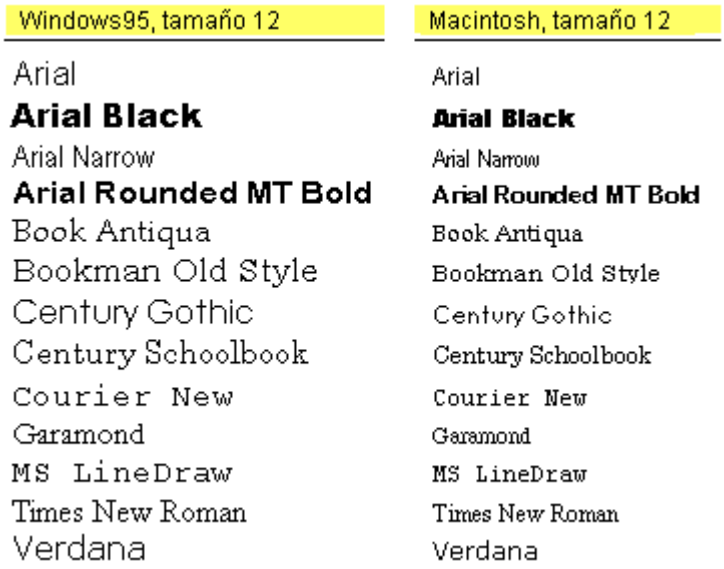


La parte superior contiene más información.

Tipografía

Los tamaños de las fuentes son distintos en diferentes computadores

No debería ser así pero el hecho es que la misma fuente del mismo tamaño no se representa de igual forma en un sistema basado en Windows que en uno basado en Mac.



No todo el mundo posee las mismas fuentes

Cuando especifica el tipo de fuente con una etiqueta FONT FACE="" ha de saber que puede haber personas que no dispongan de ese tipo de letra. Afortunadamente, usted puede especificar varios tipos de letra alternativos.

De todas las maneras, no viene nada mal saber cuales son los tipos de letra por defecto en los sistemas más usados.

Windows95, tamaño 12	Macintosh, tamaño 12
Arial	**Chicago**
Arial Black	Courier
Arial Narrow	Geneva
Arial Rounded MT Bold	Helvetica
Book Antiqua	Monaco
Bookman Old Style	New York
Century Gothic	Palatino
Century Schoolbook	Times
Courier	
Courier New	**Tipos de letra añadidos con impresora láser**
Garamond	
MS Dialog	New Century Schoolbook
MS Dialog Light	Avant Garde
MS LineDraw	Bookman
MS Serif	
MS Sans Serif	
MS SystemX	
Times New Roman	
Verdana	

Serif o Sans Serif

Antes de continuar vamos a aclarar algunos conceptos para los que estén familiarizados con algunos términos.

Las tipografías de tipo "serif" son aquellas tipografías cuyas letras se apoyan como con una especie de pie, las tipografía de tipo "sans serif" carecen de este detalle.

Serif Sans Serif

Normalmente se usan tipografía de tipo "serif" en el cuerpo del documento, ya que este tipo de tipografía es más fácil de leer y por lo tanto puede leerse más rápidamente porque esos pequeños elementos decorativos en los pies de las letras añaden información visual que facilita la lectura.

Pero usted se habrá dado cuenta que toda la esta Web está escrita con una tipografía "sans serif", que es justo lo contrario a lo que he dicho hasta ahora. Lo realmente importante es la facilidad de lectura.

En una página impresa la resolución de impresión es muy alta por lo que esos pequeños elementos decorativos en los pies de las letras quedan muy bien definidos. Pero por el contrario en una pantalla de ordenador la resolución todavía no es muy alta y la tipografía con "serif" produce efectos en las letras que hacen dificultosa su lectura.

La tipografía "sans serif" se lee mejor, por eso no se recomienda usar tipografías de tipo "serif" si la fuente en menor a 12 pixels.

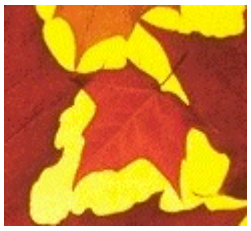
Distintas tipografías

Una vez que ha seleccionado la tipografía para el cuerpo del texto, considere la opción de usar alguna otra fuente diferente.

Fíjese en los periódicos, usan una tipografía para el contenido del articulo pero usan otra distinta para los titulares. Además usan la misma para todos los titulares. Es importante mantener la coherencia de tipografía en todo el sitio Web.
Pero tenga en cuenta que muchas tipografías diferentes tampoco es bueno, imagine que cada tipografía la lee una persona distinta o con una entonación especial.

Muchas tipografías distintas en una misma página provocaría una especie de confusión de voces que no deseamos.

Gráficos



Las imágenes son mucho más impactantes y pueden transmitir un mensaje mejor y de una forma más clara y rápida que el texto.

Introducir gráficos en las páginas incrementa de una manera notable la presentación de las mismas, pero hay que tener en cuenta que mientras 1K de texto puede llenar toda la pantalla, este pequeño gráfico ocupa 12Ks.

Incluya el atributo ALT="descripción" en todas la imágenes

Piense que no todas las personas poseen un navegador gráfico o que aún poseyéndolo, no tienen activada la opción de carga automática de imágenes. Para estar personas es de vital importancia que ponga una descripción de la imagen. Incluso los navegadores gráficos visualizan dicho texto hasta que la imagen es cargada.

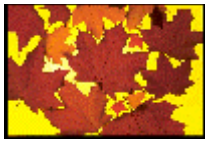
Cuando la imagen sea de gran tamaño use el atributo LOWSRC

Cuando por cualquier motivo sea necesario visualizar una imagen de gran tamaño use el atributo LOWSRC, con esta opción tiene la posibilidad de cargar una imagen preliminar sobre la que se superpondrá la imagen definitiva.
Tenga en cuenta que ambas imágenes se cargaran con lo que el tiempo de total de carga aumenta. Por esto recomendamos que la imagen preliminar no ocupe mas del 10% de la imagen final.

Por ejemplo si tenemos que mostrar una imagen de 100Kbs el tamaño máximo de la imagen preliminar no debería exceder de 10Kbs, con lo que el tiempo de espera para ver la imagen final es el de una imagen de 110Kbs.

Indique el tamaño de la imagen enlazada

Cuando cree un enlace a una imagen, es altamente recomendable que indique el tamaño de la imagen, tambien es de gran ayuda que cree un pequeño icono en el que se vea el contenido de la imagen. De esta manera:



/graficos/hojas.jpg

146Kb

Imágenes de fondo

Evite en lo posible usar imágenes de fondo en sus páginas Web, pero si desea usar imágenes de fondo elija unas que contengan poca información visual, de manera que el texto se pueda leer con facilidad.

Cuando use imágenes de fondo use el formato JPEG con alta compresión, aunque la pérdida de calidad es notable, tenga en cuenta que al ser una imagen de fondo, la persona no presta prácticamente ninguna atención a la imagen.

Otra recomendación de utilidad es elegir un color de fondo que se asemeje al color de la imagen de fondo, así mientras esta todavía se está cargando la imagen se puede leer el texto con comodidad.

Acelerar la visualización

Limite el uso de gráficos meramente decorativos

Recuerde que los gráficos tardan en cargarse o que el usuario puede tener la opción de carga automática de gráficos desactivada. Si usa de manera indiscriminada gráficos decorativos, su página puede parecer extraña y confusa si no se visualizan dichos gráficos.

Limite el tamaño total de todas las imágenes a 50Kbs

El tiempo que tarda la página en cargarse completamente es de gran importancia, recuerde que el usuario no va a esperar mas de 15 segundos a que la página termine de cargarse.

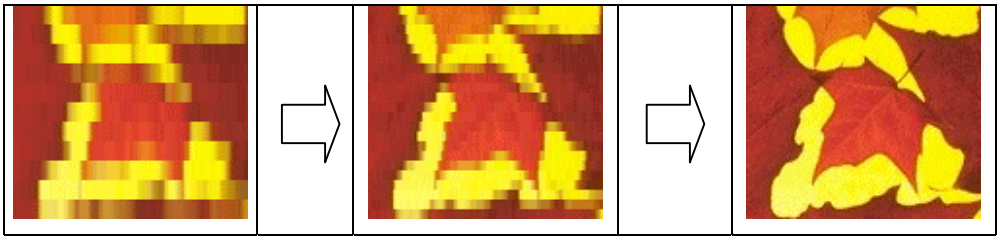
Tamaño	**Velocidad**		
	14400 bps	**28800 bps**	**56600 bps**
50Kbs	30 sg	15 sg	7 sg
100Kbs	60 sg	30 sg	14 sg
Tiempo optimista de carga.			

Use los atributos HEIGHT y WIDTH cuando inserte una imagen el la página

Esto produce que el navegador sepa el tamaño de la imagen antes de que empiece a cargarla, lo que le permite reservar espacio en la página. De esta manera la página se dibuja con los espacios vacíos que serán rellenados con las imágenes cuando estas se carguen. Con lo que se consigue que la página se visualice completa antes, sin tener que esperar a la carga de las imágenes.

Aprovéchese de las opciones de carga progresiva que disponen los formatos gráficos

Esto permite que se pueda visualizar una imagen incompleta del gráfico mientras este todavía se está cargando. Esta característica en los formatos GIF y PNG se llama entrelazado y en el formato JPEG se llama progresivo.



Use la misma imagen tantas veces como le sea posible

De esta manera aprovecha la característica que disponen la mayoría de navegadores de almacenar en la caché las imágenes ya cargadas. Por consiguiente acelerará notablemente la carga de las páginas.

Formatos gráficos

Una misma imagen puede almacenarse en diferentes formatos. Los formatos más extendidos en Internet son GIF y JPEG (Joint Photographic Experts Group). La organización W3C recomienda el uso del formato PNG (Portable Network Graphic) para cubrir ciertas lagunas que dejan los otros formatos, dicho formato es de reciente aparición y todavía no es soportado por todos los navegadores.

GIF

GIF es el acrónimo de Graphic Image File Format. Fue desarrollado para el intercambio de imágenes en Compuserve y tiene como particularidad que el algoritmo de compresión es propietario, aunque se permite el uso a cualquier persona.

Las caracteristicas de esto formato son:

- Número de colores: 2, 4 , 8, 16, 32, 128 ó 256 de una paleta de 24 bits.
- Compresión basada en el algoritmo de compresión LZW.
- Formato de compresión sin pérdida.

Características añadidas en la versión 89a:

- Carga progresiva.
- Máscara de trasparencia de 1 bit.

- Animación simple.

JPEG

JPEG es el acrónimo de Joint Photographic Experts Group. Fue diseñado para la compresión de imágenes fotográficas, basándose en el hecho de que el ojo humano no es perfecto y no es capaz de captar toda la información que se puede almacenar el una imagen de 24 bits. El formato JPEG intenta eliminar la información que el ojo humano no es capaz de distinguir, por eso se dice que posee un formato de compresión con pérdida, porque elimina información.

Las características de este formato son:

- Número de colores: 24 bits color o 8 bits B/N
- Muy alto grado de compresión.
- Formato de compresión con pérdida.
- No permite trasparencia, ni canal alfa.
- No permite animación.

PNG

PNG es el acrónimo de Portable Network Graphics. Fue diseñado para reemplazar al formato GIF por ser este último más simple y menos completo. El objetivo de este formato es proporcionar un formato compresión de imágenes sin pérdida para cualquier tipo de imagen.

Las características de este formato son:

- Color indexado hasta 256 colores y TrueColor hasta 48 bits por pixel.
- Mayor compresión que el formato GIF (+10%)
- Compresión sin pérdida.
- Visualización progresiva en dos dimensiones.
- Canal alfa. (Transparencia variable)
- Detección de errores.
- No permite animación.

Comparativa de formatos gráficos

Selección del formato

Uno de los grandes dilemas a la hora de incluir gráficos en sus páginas Web es elegir el formato adecuado para cada tipo de imagen, en esta sección vamos a intentar guiarle en la selección de este formato.

Imágenes fotográficas

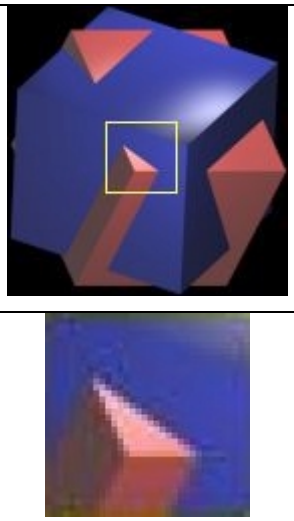
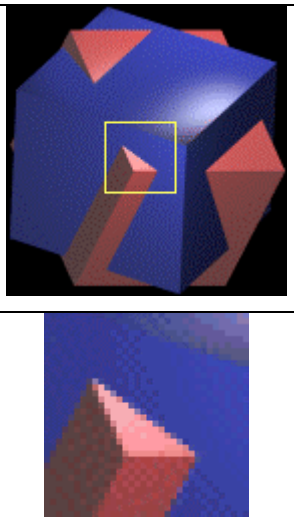
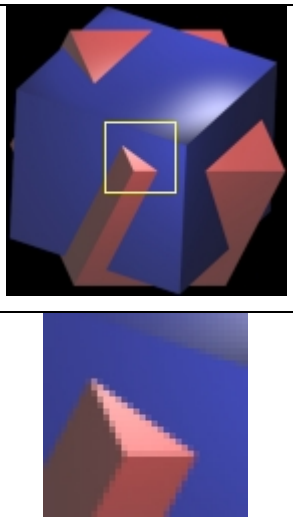
Imágenes obtenidas a través de fotografías de personas o lugares. Para este tipo de imágenes el formato más recomendado es el JPEG porque consigue una gran compresión con una mínima perdida de calidad.

JPEG	GIF	PNG
6.565 bytes 24 bits	**25.522** bytes 256 cols	**52.361** bytes 24 bits

Imágenes renderizadas

Este tipo de imágenes son las obtenidas por un programa de generación de imágenes sintéticas mediante algún proceso de trazado de rayos o similar. Se caracterizan por degradados suaves y líneas muy bien definidas.

Para este tipo de imágenes es recomendable usar el formato PNG. Tenga presente que el formato PNG es el más reciente y puede no estar soportado en todos los navegadores.

JPG	GIF	PNG
		

Imágenes sencillas

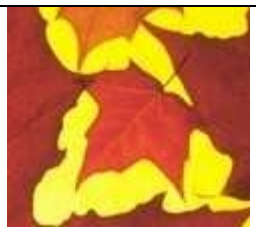
Para las imágenes sencillas con pocos colores y con formas muy delimitadas, el formato más recomendado es el GIF, ya que se puede adaptar al número de colores de una imagen. Con el paso del tiempo puede que el formato PNG desbanque al GIF ya que el primero es más avanzado, pero como su uso todavía no está muy extendido recomendamos el formato GIF.

JPG	GIF	PNG
4.974 bytes	**2.394** bytes	**1.613** bytes

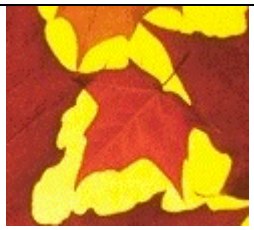
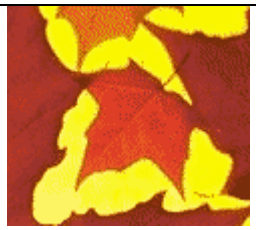
Realice pruebas

Las recomendaciones dadas anteriormente no son indiscutibles, son recomendaciones basadas en la experiencia. Puede que para según que casos, no sean del todo acertadas, así que le recomendamos que pruebe a grabar las imágenes en distintos formatos y seleccione el que le parezca más adecuado.

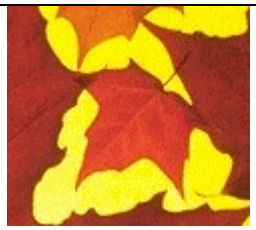
JPG 14 bits

		
Baja compresión 6028 bytes	Media compresión 2761 bytes	Alta compresión 1815 bytes

GIF

		
256 Colores 12230 bytes	16 Colores 4304 bytes	255 Col. + Trans. 8703 bytes

PNG

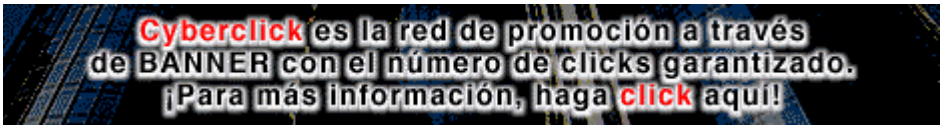
		
24 Bits 29070 bytes	256 Colores 11640 bytes	255 Col. + Trans. 8795 bytes

Terminología sobre banners

Esta página contiene la terminología habitualmente más usada cuando estamos leyendo documentación que habla sobre banners.

Banner

Imagen usada en Internet para hacer publicidad sobre algo. Anuncio o Spot publicitario basado en una imagen gráfica que se muestra al cargar una página Web.



Impresión

Medida de las veces que un banner es mostrado. Cada vez que un banner es mostrado, se incrementa en uno la impresión.

CTR (Click-through ratio)

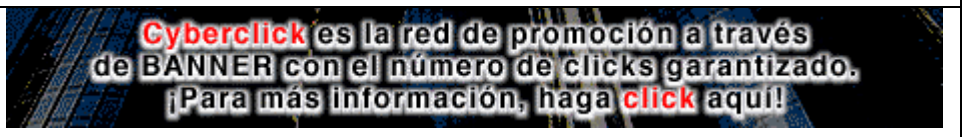
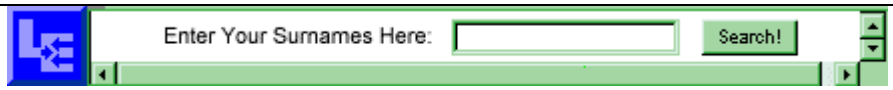
Método para medir las veces que un banner es pinchado respecto a las veces que es visualizado. El CRT es el número de veces que un banner es visualizado dividido por el número de veces que es pinchado. Por ejemplo, si un banner tiene un CRT de 20:1 indica por cada 20 veces que el banner es visualizado una vez es pinchado, es decir el banner es pinchado un 5% de las veces. Cuanto mayor es este ratio mejor es el banner.

CPM

Coste por mil impresiones. Es una manera de medir el precio de un anuncio mediante banners. Si el precio de un anuncio es de 3000 pts por CPM indica que por 3000 pts su banner será visualizado 1000 veces.

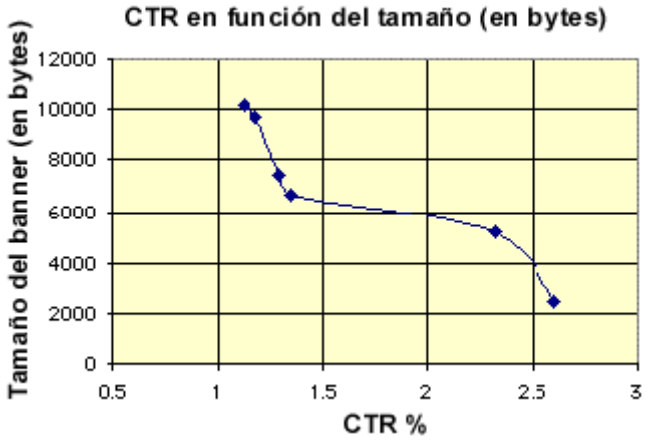
Banners grandes

El tamaño de un banner es importante, está demostrado que cuanto mayor es la superficie que ocupa un banner, es mayor la probabilidad de que alguien pulse sobre él. Muchas veces estamos restringidos por los tamaños que nos imponen aquellos que nos permiten poner nuestros banners en sus páginas.

Tamaño	Ejemplo
468x60	
440x40	
88x62	
88x31	

Carga rápida

La carga del banner es crítica, cuanto antes se cargue el banner mejores CTR obtendremos. Por eso debemos minimizar el tiempo de carga del banner. En el siguiente gráfico podemos apreciar la relación entre el tamaño del banner y el CTR.



De este gráfico podemos deducir que un banner debería ser de 6.000 bytes o menos.

Animación

Al cerebro humano le atraen las cosas que se mueven, hay estudios que verifican que añadir animación a un banners aumenta el CRT en un al menos en un 15% y que en algunos casos puede llegar al 40%,

tampoco conviene abusar de la animación, puesto que aumenta el tiempo de carga del banner y esto último es perjudicial.

Interacción

Impulse a la gente a interactuar, una manera sencilla es incluyendo una pregunta en el banner de esa manera conseguirá involucrar a la gente y el CRT ratio aumentará.

Palabras que venden

No sabemos por qué pero existen palabras que nos atraen más que otras. Podemos aprovecharnos de esa situación incluyendo algunas de esas palabras en nuestro banner. Es **altamente recomendado**. Incluyendo algunas de estas palabra aumentaremos nuestro CTR, quizás las más comunes de todas y las más efectivas son las de "**click here**".
Algunas de estas palabras o frases con gancho son las siguientes: Último día, gratis, nuevo, entre, sexo, click here, free.

Los banners se queman

Si un banner se ha visualizado tres veces y no se ha pinchado sobre él, el lector no pinchará nunca sobre él. Estudios han concluido que tras 200.000 impresiones el banner está quemado y hay que cambiarlo.

El CTR

El CTR es un índice que sirve para medir las veces que un banner es pinchado respecto a las veces que es visualizado.

El CTR adecuado

El CTR medio de todos los banners de Link Exchange es de 1/30 (3.3%), esta es una media por la cual nos podemos guiar para saber si su banner esta bien diseñado o no, si su banner tiene un CTR menor de 1/30 (3.3%) debería considerar la posibilidad de diseñarlo de nuevo.

Ubicación del Banner

Uno de los aspectos más importantes de los banners es la ubicación dentro de la página Web, en esta página daremos algunas recomendaciones sobre al ubicación de los banners.

Al comienzo

Si solo va a poner un banner póngalo al comienzo de la página, los banners ubicados al final de la página son menos efectivos.

Dos banners

Si va a poner dos banners, asegúrese que pone el contenido importante entre ellos. Lycos tiene un banner en su página de búsqueda y dos en la de resultados, uno al principio y otro al final. Aunque no está demostrado que la colocación de dos banners aumente la efectividad.

Home Pages

Los banners de las Home Pages o páginas de inicio tienen los CTR ratios mayores. Si puede colocar su banner en una Home Page no lo dude.

Contexto

Intente colocar los banners en páginas que traten sobre temas parecidos al de su banner, además de estar en el mismo idioma. De nada sirve poner un banner el alemán en una página en español.

Accesibilidad

Esta sección de esta guía está dedicada a cómo construir páginas Web para que sean más accesibles, es decir, que puedan ser usadas por gente con discapacidades.

Estas recomendaciones son para hacer las páginas mas accesibles para todos, no solo para gente con discapacidades, si sigue estas recomendaciones conseguirá que sus páginas más accesibles independientemente del navegador (ej. Navegador tradicional, navegador por voz, navegador móvil, etc.) y del entorno (ej. Ruidosos, manos libre, etc.).

Las medidas a tomar para hacer más accesibles las páginas entran dentro de estas categorías:

- Estructurales. HTML es un lenguaje de marcas estructural, si lo usamos para obtener una apariencia visual, estamos deformando el significado de esas marcas, para obtener un resultado visual adecuada debemos usar CSS.
- Navegación. La navegación debe ser por completamente funcional usando únicamente teclas y de una fácil orientación.
- Contenido alternativo. Todos los elementos visuales, sonidos, scripts y applets deberían tener un texto alternativo que explique el contenido de los mismos.

Proporcione contenidos alternativos equivalentes a los contenidos audiovisuales

Ofrezca contenidos que cuando sean presentados al usuario proporcionen la misma funcionalidad o propósito que los contenidos audiovisuales.

Puntos que se deben seguir:

- Proporcione texto equivalente a todos los restantes elementos. Esto incluye: imágenes, representaciones gráficas de texto, gráficos con mapas, animaciones, applets, scripts, frames, botones gráficos, sonidos y video.
- Proporcione enlaces de texto redundantes para cada región de un "server-sive image map"
- Proporcione una descripción audible de la información importante de las imágenes de una presentación multimedia.

El color no es indispensable

Asegurese que el texto y los gráficos son comprensibles sin el uso del color.

Puntos que se deben seguir:

- Asegúrese que toda la información que contenga color puede ser igualmente accedida sin color.

Use las marcas y las hojas de estilo adecuadamente

Marque los documentos con los elementos estructurales adecuados. Controle la representación visual con hojas de estilo.

Use el lenguaje de una manera clara

Use marcas que faciliten las pronunciación e interpretación de abreviaturas o texto en diferente lenguajes.

Puntos que se deben seguir:

- Identifique claramente los cambios de lenguaje natural de un documento de texto. Ej. Use el atributo de HTML "lang"

Cree tablas que se transformen adecuadamente

Asegúrese que se las tablas tienen las marcas suficientes para ser transformadas por navegadores accesibles y otros navegadores.

Puntos que se deben seguir:

- Para las tablas de datos, identifique las cabeceras de filas y de columnas. Ej. Use <TH> para identificar las cabeceras.
- En las tablas de datos que tienen 2 o más niveles lógicos de cabecera de fila o columnas, use marcas para asociar las celdas de datos y las celdas de cabecera.

Asegúrese que las páginas que contienen elementos de nuevas tecnologías son accesibles sin ellas

Asegúrese que las páginas son accesibles incluso cuando las nuevas tecnologías usadas no son soportadas o están desactivadas.

Puntos que se deben seguir:

- Organice los documentos para que puedan ser leídos sin el uso de hojas de estilo.
- Asegúrese que el contenido dinámico equivalente es actualizado cuando el contenido cambia.
- Asegúrese que las páginas son utilizables cuando scripts, applets u otro contenido de programación estén desactivados o no estén soportados. Si esto no es posible, proporcione información equivalente en una página alternativa.

Asegúrese el control de los elementos basados en el tiempo

Asegúrese que todos los elementos de que mueven, parpadean o se actualizan automáticamente, pueden ser parados o pausados.

Puntos que se deben seguir:

- Evite que la pantalla parpadee. Existen personas que son fotosensiblemente epilépticas.
- <BLINK> y <MARQUEE> no están definidas en ningún estándar de W3C así que no las use.

Asegure accesibilidad directa de los interfaces definidos

Asegúrese que los interfaces usados siguen las normas de un diseño accesible.

Puntos que se deben seguir:

- Los elementos como scripts y applets deben ser directamente accesibles o compatibles con tecnologías accesibles.

Diseñe de manera independiente del dispositivo

Asegúrese que el usuario pueda navegar con el dispositivo que le resulte más adecuado.

Puntos que se deben seguir:

- Proporcione mapas de cliente "client-side maps" en vez de mapas de servidor "server-side maps" excepto en las regiones que no se puedan definir con una forma geométrica.

Use soluciones interinas

Use soluciones interinas para ayudar a las tecnologías asistidas y viejos navegadores. Estas soluciones podrán ser eliminadas cuando los navegadores avancen en sus capacidades.

Use las tecnologías W3C

Use las tecnologías W3C y siga las guías de accesibilidad.

Formatos como PDF, Shockwave, Flash, etc. Requieren aplicaciones especificas o conectores "plug-ins". Muchos de estos formatos no son accesibles y debería proporcionarse contenido equivalente a estos.

Proporcione información de orientación y contexto

Proporcione información de orientación y contexto para ayudar los usuarios a comprender páginas o elementos complejos.

Puntos que se deben seguir:

- Titule cada frame para facilitar la identificación del contenido y la navegación.

Proporcione mecanismos claros de navegación

Proporcione mecanismos de navegación claros y consistentes para facilitar que las personas encuentren lo que buscan.

Asegúrese que los documentos son claros y simples

Asegúrese que los documentos son claros y simples de manera que son fáciles de entender.

Puntos que se deben seguir:

- Use el lenguaje apropiado más claro y simple que sea posible adecuado al contenido del sitio.