



# GEN·INK

## La memòria escrita del procés de creació d'una web

Jana Briansó Soler i Nerea Montell Cristo



EDICIÓ WEB

## Taula de contingut

<b>1. Introducció .....</b>	<b>1</b>
1.1 Tria del tema .....	1
1.2 Motivacions .....	1
<b>2. Presentació del projecte.....</b>	<b>2</b>
2.1 Anàlisi de referents.....	2
2.1.1 Selecció dels referents .....	2
2.1.2 La selecció dels elements específics .....	3
2.1.3 La taula d'anàlisi als referents .....	4
2.2 Definició dels objectius del <i>site</i> .....	6
2.3 Definició de l'audiència .....	6
2.3.1 Les tipologies d'audiència .....	6
2.3.2 La nostra audiència .....	7
2.3.3 El nostre <i>buyer person</i> .....	7
2.4 Repte assignat i implantació.....	8
2.4.1 Rúbrica d'anàlisi de l'accessibilitat i la llegibilitat de la nostra web .....	8
<b>3. Planificació del lloc web .....</b>	<b>10</b>
3.1 Contingut i serveis.....	10
3.2 Estructura i organització de la informació .....	10
3.2.1 Arquitectura de la informació .....	11
3.3 Prototipat.....	12
<b>4. Disseny .....</b>	<b>15</b>
4.1 Definició del disseny .....	15
4.2 Disseny gràfic.....	15
4.3 Guia d'estil.....	16
4.3.1 Colors .....	16
4.3.2 Logotip .....	18
4.3.3 Fonts .....	21
4.3.4 Icones .....	21
4.4 Consideracions sobre accessibilitat i perspectiva de gènere .....	22
<b>5. Desenvolupament del lloc web .....</b>	<b>25</b>
5.1 Distribució .....	25

5.2 Head i header.....	25
5.3 Video .....	28
5.4 Footer .....	28
5.5 Font .....	29
<b>6. Valoració final.....</b>	<b>30</b>
6.1 Analitzem el SEO .....	30
6.1.1 Els nostres referents .....	30
6.1.2 La nostra web .....	34
6.2 Organització i distribució de tasques .....	35
6.3 Principals reptes .....	36
6.4 Declaració sobre l'ús de la intel·ligència artificial.....	37
6.5 Avaluació del repte .....	38
6.6 Google Analytics integrat al nostre portal web .....	39
<b>7. Bibliografia i eines .....</b>	<b>41</b>
7.1 Bibliografia .....	41
7.2 Eines.....	41

## 1. Introducció

### 1.1 Tria del tema

El primer que ens vam plantejar va ser la temàtica de la nostra web, si bé érem conscients del pes que tindria el treball respecte a la nota final, i per això volíem triar un tema que ens agrades i ens motives tots tres per igual.

Després de fer una petita pluja d'idees, on vam compartir els nostres interessos amb la resta del grup, vam arribar a la conclusió que la millor opció era fer-lo d'algun tema relacionat amb la literatura, pel fet que a tots tres ens cridava l'atenció aprendre més sobre aquest àmbit. Paralelament, vam decantar-nos per enfocar la nostra web al voltant de la creació literària perquè vam considerar que és un tema relativament poc comú i prou ampli per a crear-ne una web.

### 1.2 Motivacions

Les nostres motivacions a l'hora de fer aquest treball van néixer a partir de la passió que tots tres compartim per la lectura i l'escriptura, ja que volíem donar homenatge a l'acte de la creació literària entre el jovent, si bé creiem que és una activitat que s'està perdent cada vegada més. Així mateix, des d'un bon inici vam tenir clar que volíem que la nostra web fos molt més que un simple projecte, és a dir, volíem que anés més enllà i que aquesta resultés útil per a altres persones.

Per acabar, podem afirmar que teníem la voluntat de crear una pàgina web amb contingut original i creatiu.

## 2. Presentació del projecte

### 2.1 Anàlisi de referents

#### 2.1.1 Selecció dels referents

En el nostre cas vam optar per analitzar tres portals webs diferents, els quals hem considerat referents a causa del fet que comparteixen la temàtica que la nostra mateixa idea. Amb unes altres paraules, totes tres webs tracten de concursos literaris.

Per aquest motiu, i perquè volíem aprofitar per observar diverses perspectives dins del sector, vam considerar aquestes webs com quelcom més que una font d'inspiració, sinó com una eina que ens ajudés a estructurar la nostra pàgina web.

La primera web que vam seleccionar, i per tant el primer referent va ser la web d'Injuve<sup>1</sup>, un portal d'informació que recull convocatòries de concursos, beques i premis, entre altra informació d'interès per un públic jove. Això últim ens va cridar molt l'atenció si bé nosaltres havíem pensat a crear una web per un públic molt similar.

En segon lloc, vam decantar-nos per analitzar una web que es diu Escritores.org<sup>2</sup>, ja que es tracta d'una plataforma molt popular que pretén difondre informació sobre concursos literaris, recursos per a escriptors i, fins i tot, informació sobre literatura. En aquest darrer cas el públic d'aquesta darrera pàgina és molt més ampli, tot i que això no ens va impedir valorar-la sencera, tot i que teníem curiositat per veure quina puntuació tindria en els diferents elements de contingut, navegació i específics i si el seu popular ús estava justificat o no.

Per la tercera i última web, vam optar per valorar la web d'informació especialitzada Mundo Arti<sup>3</sup>, la qual vam considerar que era molt bona idea perquè, al contrari que les anteriors, aquesta està enfocada a la creació artística en general. És cert que en el cas només ens centràrem en l'escriptura, però el fet que aquesta també oferís informació per altres disciplines com la fotografia, la pintura o la il·lustració ens va agradar. Això sí, cal tenir en compte que d'aquesta només vam puntuar els serveis dedicats a l'escriptura.

---

<sup>1</sup> Podeu trobar la web en l'enllaç a continuació: <https://www.injuve.es/>

<sup>2</sup> Podeu trobar la web en qüestió en el següent enllaç: <https://www.escritores.org/>

<sup>3</sup> Podeu trobar l'apartat dedicat a l'escriptura en el *link*: <https://www.mundoarti.com/concursos/>

### 2.1.2 La selecció dels elements específics

Per tal de seleccionar els elements específics que volíem puntuar a la nostra taula d'anàlisi de referents (disponible a l'apartat 2.1.3), vam tenir en compte el contingut teòric explicat a l'aula sobre l'accessibilitat, el disseny centrat en l'usuari, la usabilitat i les estratègies i tècniques SEO, a fi que aquests reflectissin aquells elements que nosaltres considerem de vital importància a l'hora de crear una web.

Els elements que vam acabar triant són els següents cinc:

ELEMENT	PER QUÈ L'HEM DECIDIT INCORPORAR?
Compleix la regla dels tres clics	Perquè se li va donar molta importància durant les primeres sessions de l'assignatura i considerem que és de vital importància per tal que una web tingui una bona arquitectura i eficiència.
Si la web conté vídeos multimèdia, estan aquests adaptats per diferents tipus d'usuaris (amb subtítols, una descripció, etc.)	Gràcies a aquest element en específic podem valorar l'accessibilitat de les diferents webs, ja que creiem que és molt important que tots i cadascun dels usuaris puguin consumir el contingut per igual, sense importar si tenen alguna discapacitat sensorial ( sigui auditiva o sensorial) o no.
És fàcil de comprendre l'estructura de la web	Creiem que és fonamental que una web estigui ben estructurada perquè això permet a l'usuari comprendre la web amb més facilitat. A més a més, creiem que forma part de la primera impressió que un usuari té sobre una web en qüestió, ja que, si està ben organitzada, inspira més confiança i és més possible que l'usuari s'hi quedi.
Queden clares les Crides a l'Acció (CTA)	Nosaltres valorem que és molt important que les Crides de l'Atenció siguin clares i ajudin l'usuari a moure's per la web. Així mateix, si estan ben definides serveixen perquè l'usuari realitzi una acció en específic com ara comprar, subscriure's, contactar, registrar-se...
El contingut fa servir paraules clau relacionades amb el contingut de la mateixa web.	Ja que considerem que aquestes paraules clau permeten als usuaris accedir a la web a través del cercador, el qual fa que aquesta sigui visible.

Taula 1: Elements específics que hem decidit incorporar a la nostra taula d'anàlisi de referents

### 2.1.3 La taula d'anàlisi als referents

	Valoració	Web1	Web2	Web3
<b>Contingut</b>				
Identificació del tema, públic i objectius	0-3	2,5	2,5	3
Indicacions sobre autoria o responsabilitat dels continguts	0-3	3	2	2
Quantitat i qualitat dels contingut	0-3	2,5	3	3
Actualització del contingut	0-3	3	3	3
Recursos interactius	0-3	2	2	2,5
<b>Max. TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>13</b>	<b>12,5</b>	<b>13,5</b>
<b>Navegació</b>				
Navegació constant	0-1	1	1	1
Orientació on has estat	0-1	1	1	0,5
Classificació (jerarquització) dels continguts	0-1	1	1	1
Navegació semàntica	0-3	2	3	3
Cerca	0-3	2,5	3	3
Pàgina de resultats	0-3	2	2,5	2,5
<b>Max. TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>9,5</b>	<b>11,5</b>	<b>11</b>
<b>Específics</b>				
Compleix la regla dels tres clics	0-1	0,5	1	1
Si la web conté vídeos multimèdia, estan aquests adaptats per diferents tipus d'usuaris (amb subtítols, una descripció, etc.)	0-1	0	0	0
Es fàcil de comprendre l'estructura de la web	0-1	0,5	1	0,5
Queden clares les Crides a l'Acció (CTA)	0-1	0,5	1	1
El contingut fa servir paraules clau relacionades amb el contingut de la pròpia web.	0-1	1	1	1
<b>Max. TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>2,5</b>	<b>4</b>	<b>3,5</b>
<b>TOTAL (sobre 32)</b>		<b>25</b>	<b>28</b>	<b>28</b>

Taula 2: Taula d'anàlisi de referents

Primerament, la web Injuve pel que fa al contingut, s'indiquen els objectius, el tema i el públic, tot i que podria ser més precisa, ja que no s'especifica el rang d'edat concret. L'autoria és clara i fiable i la informació que ofereix és encertada, actualitzada i de qualitat. No obstant això, té moltes subpàgines, el que pot dificultar la localització de la informació. La navegació és constant i està ben estructurada amb informació jerarquitzada per seccions clares i orientada en tot moment. Així i tot, la cerca, la navegació semàntica i els resultats tot i ser correctes, podrien millorar. Pel que fa als aspectes específics, compleix amb les paraules clau, però no destaca especialment en accessibilitat multimèdia ni en CTAs, cosa que fa que la web sigui funcional però bàsica.

La web escritores.org és la més gran en el seu àmbit per continguts i segurament la més utilitzada per la comunitat d'escriptors. Si bé no és la que té un apartat gràfic més curat, el compensa per la quantitat i facilitat d'accés de recursos. Des d'un primer moment sabem al fet que va dedicada la pàgina i encara que no tingui un públic objectiu (perquè abasta molts gèneres, edats, països, etc.) és clar en tot moment que tracta recursos del món literari. La navegació constant i les jerarquies ajuden a no perdre's entre els milers de propostes. El cercador permet recuperar per paraula clau i té les suficients CTA per a resultar atractiva i generar curiositat. No és, això sí, massa accessible, la seva sobrietat en colors que no destaquen molt entre si i la poca grandària de lletra podrien dificultar a persones amb problemes de visió.

Finalment, la web de Mundi Arti, presenta un contingut molt detallat, actualitzat i de qualitat, i exposa amb claredat els seus objectius, la temàtica i el públic al qual es dirigeix. Pel que fa a la navegació, és molt intuïtiva, oferint una jerarquització dels continguts molt ben estructurada i entenedora, una navegació constant i una cerca molt completa. Pel que fa als aspectes específics, compleix amb la regla dels tres clics, els CTA estan ben definits i fa un ús correcte de les paraules clau, tot i que podria millorar en accessibilitat.

## 2.2 Definició dels objectius del *site*

Els objectius del nostre *site* són de vital importància perquè gràcies a aquests hem pogut analitzar que volem aconseguir. Simultàniament, definir els objectius amb antelació ens ha permès distribuir-nos millor les tasques i organitzar el temps del treball de manera eficient.

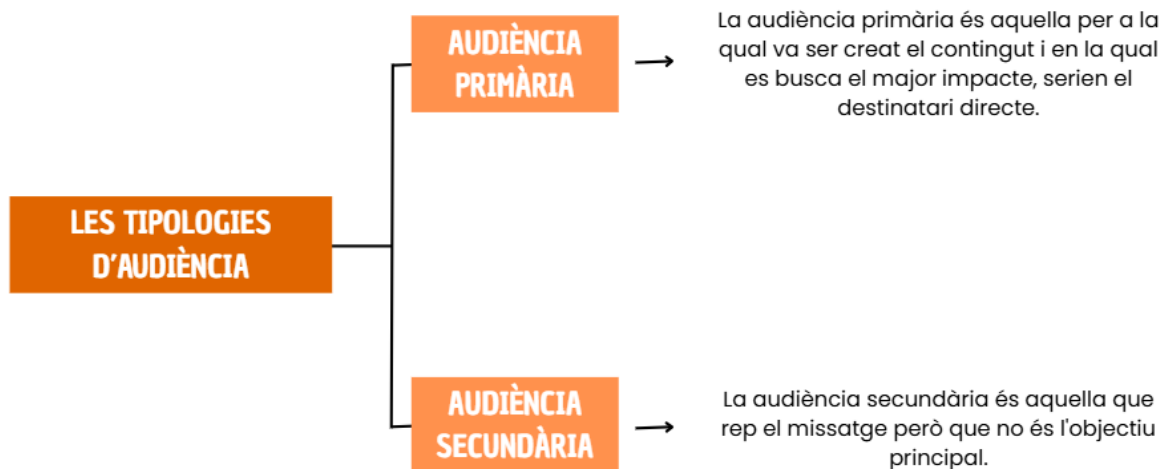
Els nostres objectius són:

- 1) Proporcionar un espai de trobada i divulgació cultural.
- 2) Proporcionar informació contrastada, actualitzada i rellevant sobre el panorama literari actual.
- 3) Crear un tercer espai on compartir dubtes, opinions i creacions.
- 4) Crear una web que estigui dissenyada especialment per l'usuari i les necessitats que pugui tenir.
- 5) Oferir una navegació clara, la qual permeti als usuaris trobar la informació que busquen ràpidament i amb facilitat.
- 6) Assegurar que la web sigui accessible i compatible per tots els tipus d'usuaris i dispositius.

## 2.3 Definició de l'audiència

L'audiència és el grup de persones a les quals va dirigit un missatge, que el reben, interpreten i actuen en conseqüència. En aquest cas l'audiència són els usuaris de la nostra web.

### 2.3.1 Les tipologies d'audiència



*Il·lustració 1: Mapa conceptual de les diferents tipologies d'audiència*

### 2.3.2 La nostra audiència

- **Audiència primària:** L'audiència primària de la nostra web està formada principalment per joves d'entre 16 i 30 anys que tenen interessos per la lectura, l'escriptura i especialment per la creació literària. Dins d'aquest grup pot haver-hi estudiants de secundària, universitaris, gent que escriu de forma autodidàctica en el seu temps lliure, i també perfils amb afició per la literatura com ara participants en concursos o tallers literaris o escriptors emergents.
- **Audiència secundària:** La nostra audiència secundària inclou docents interessats a promoure la creativitat i la creació literària, així com institucions i organitzacions que vulguin donar a conèixer els seus serveis i iniciatives com ara concursos, beques o tallers que estan relacionades amb la literatura. En el seu cas, la web els serviria d'ajuda per a trobar materials didàctics o idees per a crear activitats de foment de l'escriptura i lectura.

### 2.3.3 El nostre buyer person

Un *buyer person* és el perfil fictici d'un consumidor potencial del nostre producte, és a dir, una manera de “posar cara” a la nostra audiència, amb un conjunt de dades d'interès que ens ajuden a establir estratègies de màrqueting i de producte.

**BIBLIOGRAFIA**

L'Alba té 26 anys i viu la seva professió de mestra amb vocació, però sent que el dia a dia a l'escola absorbeix tota la seva energia creativa. Per a ella, escriure poesia és la seva vàlvula d'escapament i la manera de processar el que viu a l'aula.

S'ha graduat fa pocs anys i, tot i que té feina, té l'ambició de créixer intel·lectualment. No vol que la seva faceta d'escriptora quedi en un calaix; busca validació externa i oportunitats per publicar o seguir formant-se sense que això suposi un cost econòmic elevat.

**HABILITATS**

- Comunicativa
- Treballa molt bé en grup
- Sempre disposada a aprendre coses noves
- Empàtica
- Gestió del temps

**INTERESSOS**

- Llegir
- Escriure poesia
- Fer ciclisme els caps de setmana
- Li agrada viatjar amb el seu grup d'amigues
- Li agrada aprendre nous idiomes

**DADES PERSONALS**

**EDAT:** 26 anys

**SEXE:** Femení

**PAIS:** Espanya

**EDUCACIÓ:** Graduada en Magisteri

**OCUPACIÓ:** Mestra d'educació primària

**ESTAT CIVIL:** Soltera

**PERSONALITAT**

**CREATIVA** [Slider: 80%]

**EXTROVERTIDA** [Slider: 60%]

**SENTIMENTAL** [Slider: 40%]

**ORGANITZADA** [Slider: 20%]

Il·lustració 2: Exemple fet amb Canva del nostre buyer person

En aquest apartat ha estat en el primer en el qual hem implantat el repte de llegibilitat i accessibilitat, respecte a la buyer persona, s'han tingut en compte les necessitats dels usuaris, especialment joves interessats en la creació literària. Això fa que la web estigui adaptada a un tipus de públic en concret, facilitant que el contingut, l'estructura i el llenguatge siguin comprensibles i d'utilitat per aquest.

## 2.4 Repte assignat i implantació

En aquest apartat es presenta del repte assignat i s'explica detalladament la seva implantació en el desenvolupament del nostre web.

Al nostre grup li va tocar el tercer repte, el qual consistia a fer que el contingut fos fàcil de llegir i s'entengui amb facilitat. Tot i que la premissa fos aparentment senzilla, ben aviat vam adonar-nos que implementar-lo era molt més complicat del que pensàvem: en ser un element tan essencial, el repte de veritat era fer que aquest fos clar i funcional si no que també presentés un caràcter propi i innovador dins del disseny del web.

És per això mateix que vam demanar una tutoria, la qual ens va ser molt útil, ja que a partir d'aquesta vam plantejar-nos diverses maneres de com podríem aplicar-lo. Gràcies a aquesta, vam determinar que la prioritat era aconseguir crear una jerarquia que sigui visual, donant així evidència del repte, títols, text i blocs clars i intentar crear un CSS orientat a la lectura. A més de realitzar un web que compti amb una decoració, estils i efectes visuals que cridin l'atenció i siguin fàcils de relacionar.

Els apartats als quals s'ha emfatitzat més en la implantació del repte han estat els següents:

- 2.3.3) El nostre *buyer person*
- 3.2) Estructura i organització de la informació
- 3.2.1) Arquitectura de la informació
- 4.3) Guia d'estil
- 4.4) Consideracions sobre accessibilitat i perspectiva de gènere

### 2.4.1 Rúbrica d'anàlisi de l'accessibilitat i la llegibilitat de la nostra web

Adicionalment, per tal de mesurar el grau d'èxit en la implementació del repte, ens hem dissenyat una rúbrica d'avaluació específica. Aquesta rúbrica ens ajudarà a analitzar de manera objectiva, fins a quin punt la web compleix els estàndards de llegibilitat i credibilitat i, en conseqüència, tenir una petita guia que ens indiqui en quins punts cal reforçar.

Per crear-la hem comptat amb el suport d'una intel·ligència artificial: Gemini si bé volíem intentar crear un marc d'avaluació imparcial i rigorós. Tot i fer d'aquesta tecnologia, ens hem encarregat personalment de supervisar en tot moment el contingut, assegurant-nos que cada element fos clar i realista en la mesura del nostre nivell creant webs.

Així és com ens ha quedat:

ASPECTE	INSUFICIENT (1-4)	SATISFACTORI (5-6)	NOTABLE (7-8)	EXCEL·LENT (9-10)
Identitat visual (psicologia)	No es percep relació entre els colors, la tipografia i l'objectiu del lloc web.	S'utilitzen els colors, però l'aplicació és inconsistent.	Ús correcte de la paleta segons la memòria per transmetre calma i energia.	L'harmonia visual reforça totalment la marca i guia l'usuari de forma intuïtiva.
Arquitectura de la informació	El lloc és confús; és difícil trobar les convocatòries o els recursos.	Estructura bàsica funcional, però amb alguns clics innecessaris.	Navegació clara seguint l'esquema de la memòria escrita.	Estructura impecable; l'usuari troba el que busca de forma ràpida i lògica.
Fonament de la participació	No hi ha crides a l'acció ni incentius perquè el jove hi participi.	Existeixen botons de registre o contacte, però són poc atractius.	Els "Call to Action" estan ben ubicats i el llenguatge és proper a l'audiència.	Estratègia d'interacció total: l'usuari se sent motivat a inscriure's i participar.
Accessibilitat i llegibilitat	Tipografies difícils de llegir o contrast de color deficient.	La jerarquia tipogràfica és bàsica i es pot llegir amb esforç.	Bon ús de les fonts triades mantenint la llegibilitat en mòbils.	Lectura fluida en tots els dispositius; accessibilitat visual garantida.
Compliment del repte	No es resolen els problemes plantejats en l'anàlisi de referents.	Es cobreixen alguns punts, però el valor diferencial no està clar.	El lloc web compleix els objectius de ser un aparador per a joves escriptors.	Supera les expectatives: aporta solucions innovadores a les mancances dels referents.

Taula 3: Rúbrica d'anàlisi de l'accessibilitat i la llegibilitat de la nostra web

### 3. Planificació del lloc web

#### 3.1 Contingut i serveis

La nostra pàgina web contindrà informació pràctica per a escriptors joves amb unes altres paraules, una sèrie de recursos que puguin utilitzar per a expandir els seus interessos literaris.

Els serveis més destacats són:

- **Un radar d'oportunitats literàries:** Li donarem forma de catàleg i se li podran aplicar filtres per tal que recopili concursos, beques i altres estímuls per a la creació literària juvenil que l'usuari li interessi. Busquem que sigui un recurs molt intuïtiu i visual per a no saturar a l'usuari amb massa informació, però que, a l'hora, li vingui de gust continuar explorant.
- **Pàgina d'actualitat:** Serà un apartat exclusivament dedicat a totes aquelles notícies literàries; siguin festivals, col·loquis, dates de recitals... Contindrà imatges i textos que reforcin l'experiència i facin sentir la web com una entitat viva, que s'actualitza regularment.
- **Informació sobre grups d'escriptors:** Amb la finalitat de socialitzar i compartir inquietuds dins d'un mateix interès, això es desenvoluparia gràcies a dades sobre comunitats literàries amb un formulari d'inscripció i un apartat de comentaris.

#### 3.2 Estructura i organització de la informació

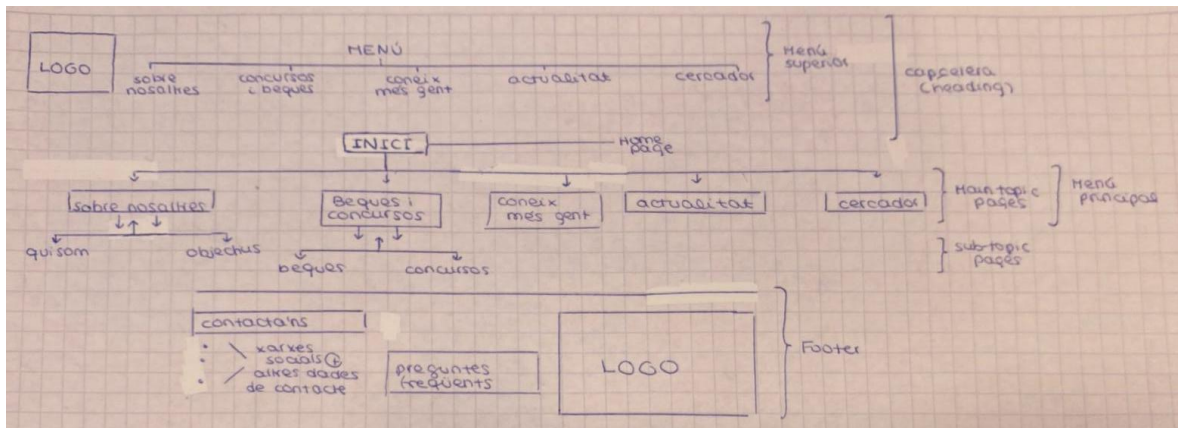
Pel que fa a l'estructura i l'organització de la informació de la nostra web, vam decidir dividir-la en els mateixos apartats treballats a classe, perquè pensàvem que així resultaria més fàcil de comprendre tant pels usuaris com per a nosaltres, atès a la nostra manca d'experiència en la creació de portals web.

Concretament, vam distribuir el contingut en una pàgina d'inici i cinc pàgines de segon nivell, dintre de les quals hi hauria contingut.

Adicionalment, per garantir que la web fos més visual i atractiva vam incorporar imatges, enllaços i taules, les quals es van complementar amb la creació d'un parell de formularis; un per contactar amb nosaltres i l'altre per ajudar l'usuari a conèixer més gent amb interessos similars.

El repte d'accessibilitat i llegibilitat, en aquest cas, s'ha aplicat mitjançant una estructura clara i entenedora per a la nostra web, amb la qual es permetrà que els diversos usuaris puguin trobar la informació que vulguin de manera ràpida i intuïtiva. A més també s'ha contribuït a una millor accessibilitat i una millor lectura amb la incorporació de diversos elements com enllaços, taules, imatges...

### 3.2.1 Arquitectura de la informació

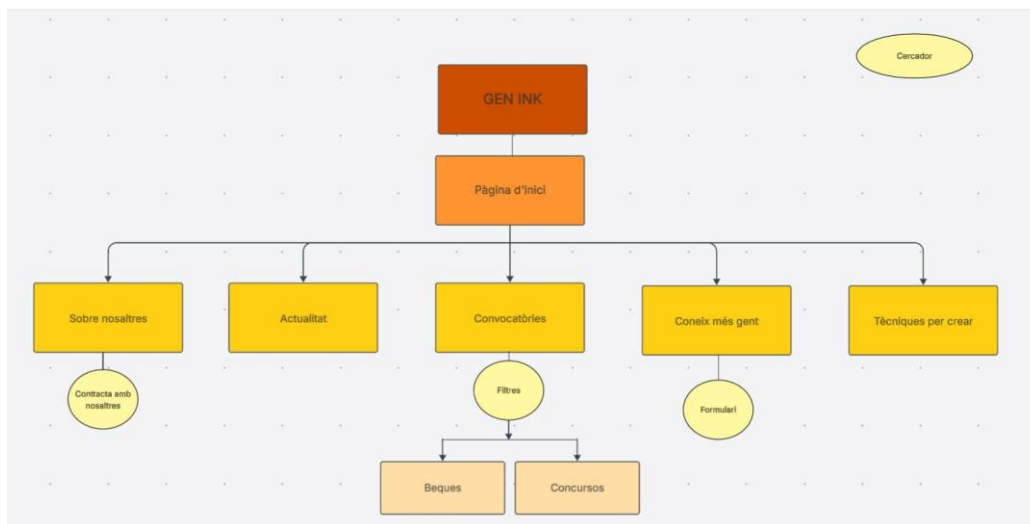


*Il·lustració 3: Primer esborrany del mapa de l'arquitectura de la informació*

Un cop vam tenir el primer esborrany del mapa de l'arquitectura de la informació fet, vam anar-lo a consultar amb la professora si bé volíem en què podíem millorar per tal que, un cop ho implementéssim a la nostra web fos el més senzill possible. Ella ens va explicar que en un mapa de l'arquitectura de la informació només ens hem de centrar en el que nosaltres havíem situat en el menú superior, ja que són aquestes les que defineixen les pàgines de segon nivell.

També ens va recomanar fer un parell de canvis en l'estructura d'aquest, els quals vam decidir aplicar perquè ens va semblar que aquests beneficiarien la comprensió dels diferents apartats i millorarien la navegació de la web.

A la captura següent es pot observar la versió definitiva del mapa.



*Il·lustració 4. Captura de pantalla del mapa de l'arquitectura de la informació definitiu*

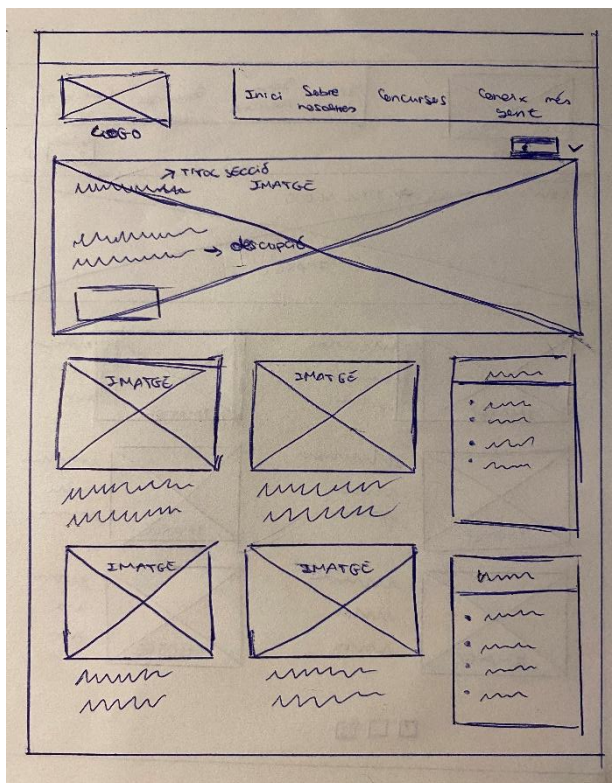
Com es veu en el diagrama, el primer quadrat que encapçala el diagrama és el nom de la nostra web; Gen Ink. A partir d'aquest neix la nostra pàgina d'inici, la qual és molt important si bé en aquesta es podrà interactuar amb el menú superior, el qual conduirà les diverses pàgines que s'illustra en color groc. Mirant el mapa també

podem veure com hi ha quatre ovals de color groc clar; aquests ens mostren en quins punts pretenem que hi hagi elements interactius com ara el cercador o el formulari. Per acabar, a la part inferior podem veure les pàgines de segon nivell en la que es dividirà una de les nostres pàgines principals.

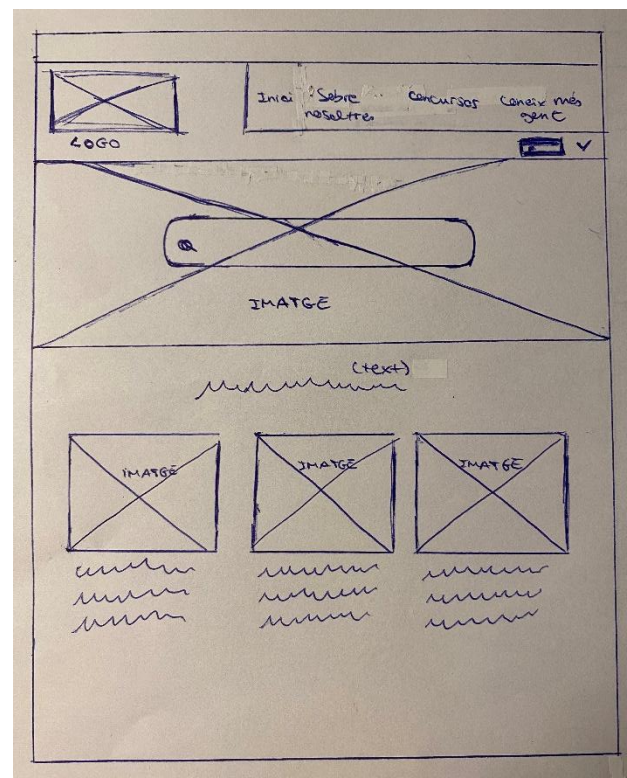
Aquest subapartat està molt vinculat amb el punt 3.2 que és el referent a l'estructura i l'organització de la informació, i com en el cas d'aquest, s'ha prioritzat una jerarquitzaió clara dels continguts amb la divisió del nostre mapa d'arquitectura de la informació en una pàgina principal que dona accés a diverses pàgines de segon nivell, ja que hem considerat que era una estructura que no donés lloc a confusió.

A més, volíem que quedés clar cada apartat i que els noms d'aquests fossin representatius del contingut que contenen, evitant malentesos i permetent que els usuaris identifiquin ràpidament el lloc al qual es volen dirigir.

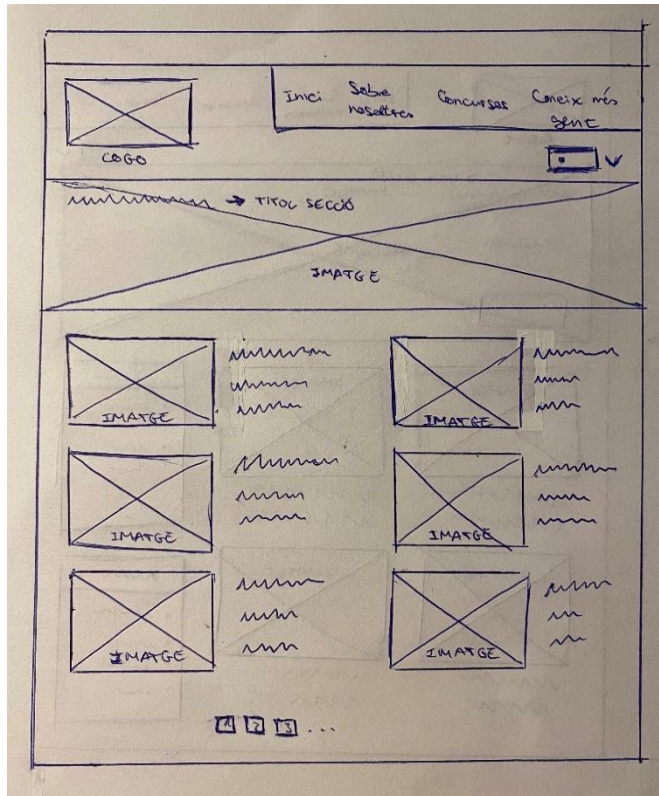
### 3.3 Prototipat



*Il·lustració 5: Captura de pantalla del prototip de la primera pàgina de la nostra pàgina web*



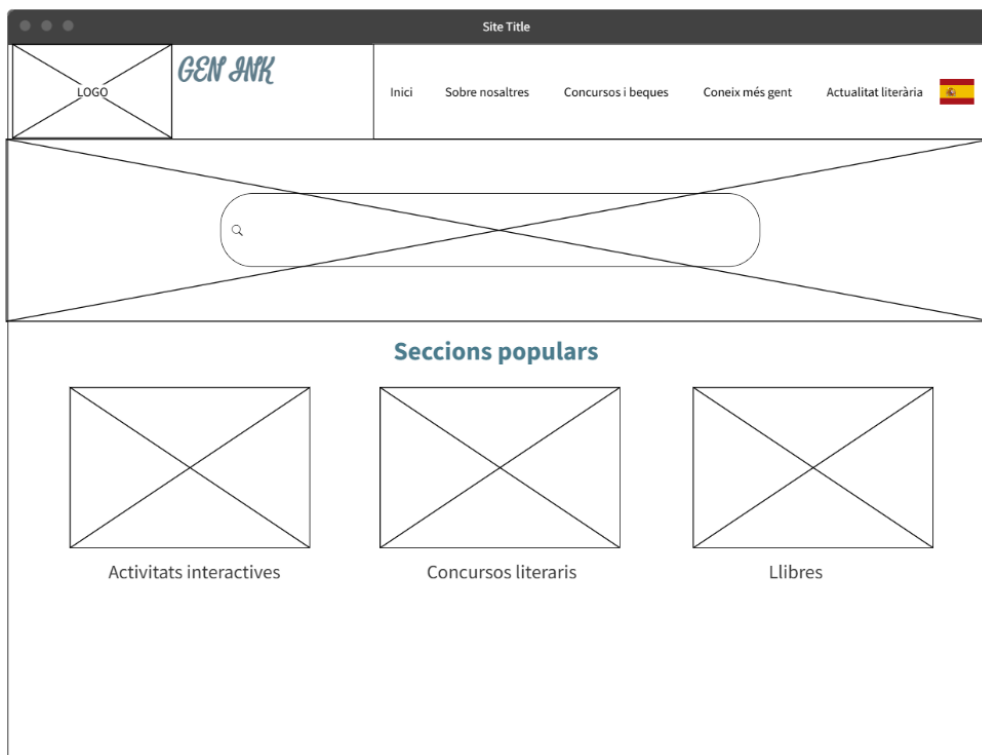
*Il·lustració 6: Captura de pantalla del prototip de la segona pàgina de la nostra pàgina web*



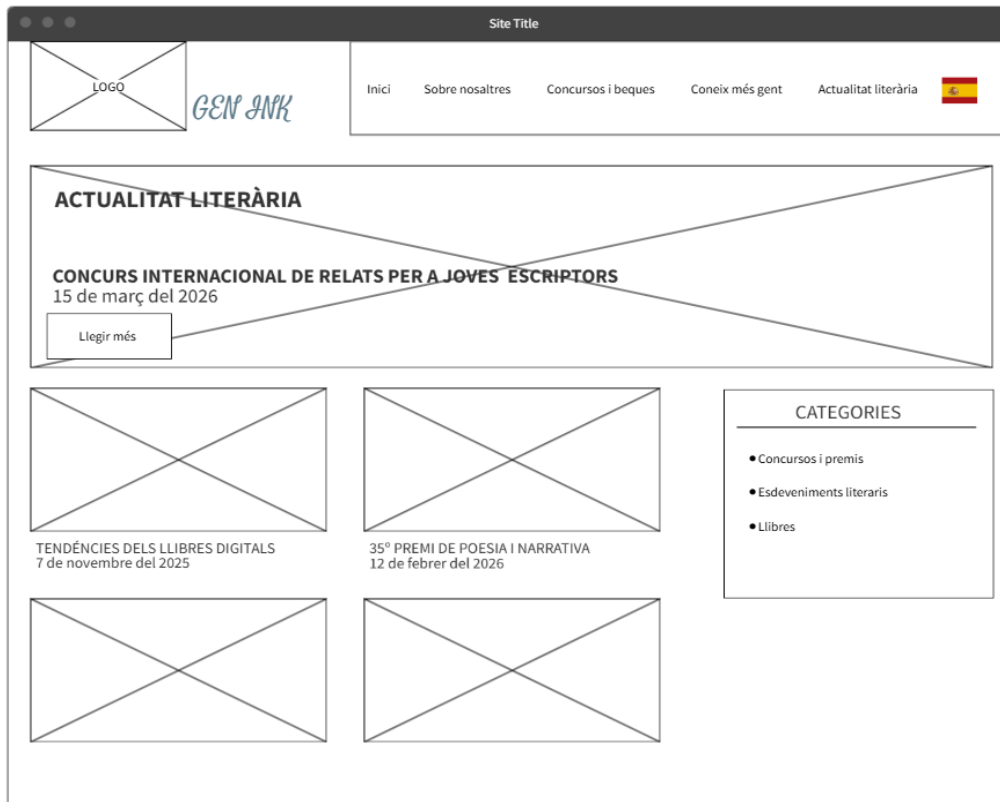
*Il·lustració 7: Captura*

*de pantalla del prototip*

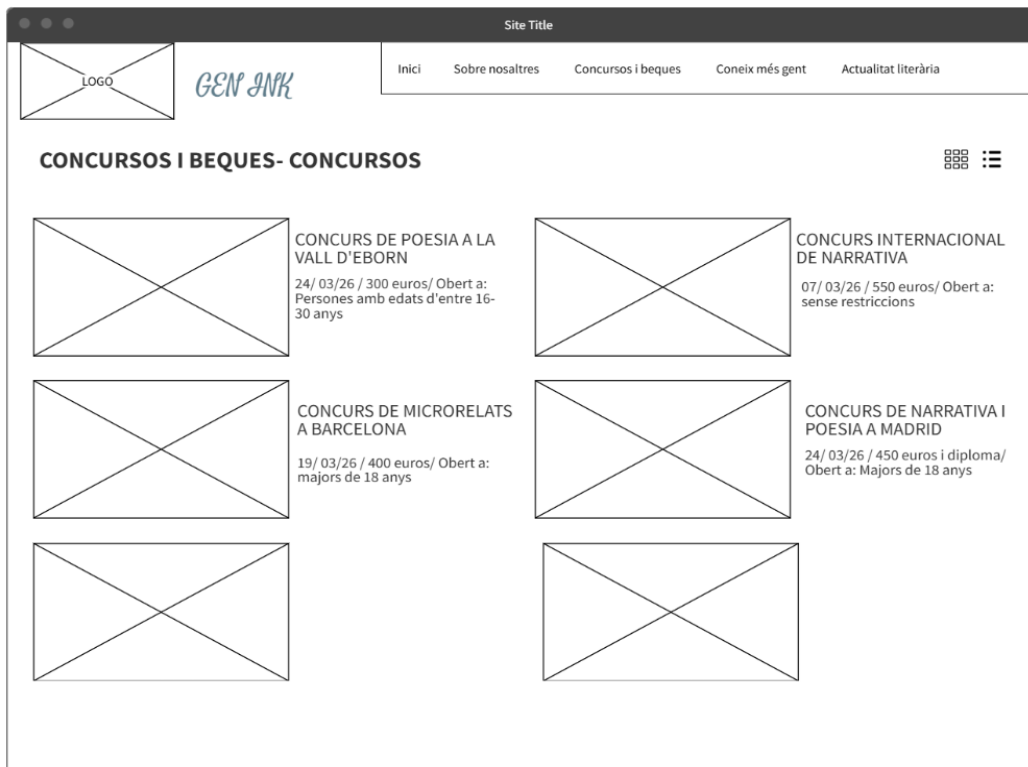
*de la tercera pàgina de la nostra pàgina web*



*Il·lustració 8 : Prototipat de la primera pàgina de la nostra pàgina web realitzat amb MockFlow*



*Il·lustració 9 : Prototipat de la segona pàgina de la nostra pàgina web realitzat amb MockFlow*



*Il·lustració 10 : Prototipat de la tercera pàgina de la nostra pàgina web realitzat amb MockFlow*

## 4. Disseny

### 4.1 Definició del disseny

El disseny del nostre lloc web ha sorgit prenent de referència les webs que vam analitzar com a referents a l'apartat 2.1. Això és perquè aquests referents a més de compartir temàtica amb el nostre, segueixen un disseny clar i accessible que nosaltres també volíem proporcionar.

Amb aquesta premissa, el disseny s'ha creat a partir d'un concepte que nosaltres hem considerat clau: la creació d'un 'tercer espai'<sup>4</sup>.

Entenem aquest 'tercer espai' com un entorn de socialització i creativitat que se situa a mig camí entre la llar (primer espai) i la feina (segon espai). En el nostre cas, aquesta idea es tradueix a construir un refugi digital on l'usuari, a través d'una interfície intuïtiva, pugui arribar a sentir-se lliure per explorar i deixar fluir la seva imaginació sense haver-se de preocupar per les pressions del seu dia a dia.

### 4.2 Disseny gràfic

Aquest apartat defineix els principals elements gràfics que configuren la web. L'apartat gràfic s'ha confeccionat tenint en compte els següents punts:

- **Composició i estil:** S'ha optat per crear un disseny de caràcter minimalista, on el color blanc ens serveix com a base de cohesió entre els diversos elements. Amb aquesta decisió intentem reduir la saturació emocional de l'usuari i, al mateix temps, facilitar la llegibilitat del contingut (vegeu apartat 4.3.1 per a més detall).  
Per reforçar-ho, vam voler introduir un contrast cromàtic basat en tons blaus i taronges si bé creiem que aquesta combinació no només aporta una estètica cuidada i professional, sinó que s'ha seleccionat amb l'objectiu de garantir un contrast, facilitant que els elements claus destaquin visualment i millorant l'experiència de l'usuari amb capacitats visuals diverses.
- **Recursos visuals:** Pel que fa a les imatges seleccionades, es pot observar com aquestes mantenen una coherència estilística. Un dels nostres objectius ha sigut buscar imatges que s'ajustessin al màxim als requisits establerts entre els quals trobàvem el format, la reducció del soroll visual i l'ús de les llicències de Creative Commons, amb la finalitat de respectar els drets de propietat intel·lectual.

---

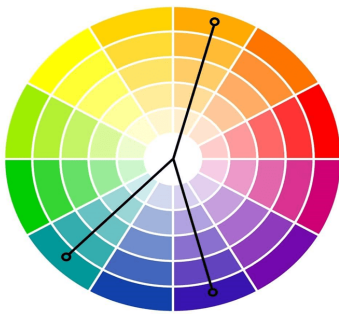
<sup>4</sup> Concepte introduït per Ray Oldenburg per referir-se als llocs on les persones passen el temps entre la llar (primer espai) i el lloc de treball (segon espai).

- **Elements interactius:** Quan parlem d'elements interactius, fem referència a tots aquells botons i iconografia present en el nostre portal. Des d'un bon inici vam tenir clar que la seva funció fos autoexplicativa i altament intuïtiva, per tal que, més enllà del coneixement previ de l'usuari, es pogués accedir a tots els continguts sense dificultats (vegeu apartat 4.3.4).

## 4.3 Guia d'estil

### 4.3.1 Colors

La paleta cromàtica del nostre projecte s'ha seleccionat amb l'objectiu de garantir l'accessibilitat i un alt contrast visual. Això en part és degut al repte que se'ns va assignar (podeu trobar més informació a l'apartat 2.4) i al fet que ens interessava crear, a partir de la gamma cromàtica seleccionada, confeccionar una identitat visual pròpia.



Il·lustració 11: Roda cromàtica

És per això que vam optar per una combinació de tons blaus i taronges, els quals a part de ser complementaris a la roda cromàtica, ens ajudarien a destacar elements clau del web.

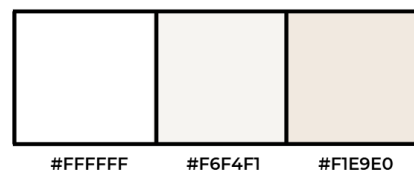
Adicionalment, el fet que siguin dos colors oposats per naturalesa significa que ens proporcionen un alt contrast visual, cosa que genera una jerarquia clara sense necessitat de recarregar el disseny, ja que també hem valorat que aquests estiguessin sempre sobre un fons blanc.

### Els blancs

Tal com veiem a la il·lustració 12, hem optat per un total de tres tonalitats de blanc, les quals són diferents entre elles expressament, si bé hem considerat que aquestes aportarien profunditat al disseny.

El primer blanc (#FFFFFF) correspon al color que farem servir per al fons general, ja que l'ús del color blanc com a base ens proporciona un espai negatiu que garanteix harmonia entre els altres colors i evita la fatiga visual. El segon (#F6F4F1) el farem servir per delimitar seccions i blocs de contingut concrets, fet que ens ajudarà a distribuir la informació de manera subtil però molt pràctica. Finalment, el tercer to (#F1E9E0) té un matís més càlid per tal de destacar com a contrast un cop s'aplica amb els altres colors.

### Els blaus

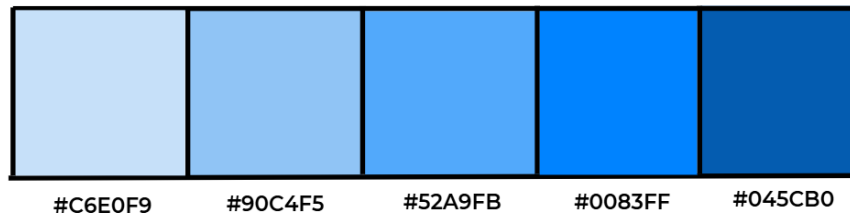


#FFFFFF #F6F4F1 #F1E9E0

Il·lustració 12: 1a paleta de colors

D'acord amb la paleta que es mostra a la il·lustració 13, per aquest color ens ha interessat seleccionar cinc tonalitats diferents, des d'un parell de pastels a altres de més intensos. Però, per què hem triat el color blau? Hem seleccionat aquest color com l'eix central de la nostra identitat a causa de la seva simbologia, ja que el blau és un color que generalment s'associa a la calma, la professionalitat i la confiança, valors que considerem significatius en relació amb l'essència de la web.

Els primers dos blaus (#C6E0F9 i #90C4F5) són els més suaus i pastels. Són els que farem servir en cas que necessitem un fons de color, com ara el del *footer* perquè considerem que aporten lluminositat sense carregar el disseny. A continuació trobem el tercer (#52A9FB) i el quart (#0083FF), els quals són més pujats i utilitzarem per a aquells elements decoratius que vulguem ressaltar en un segon pla. I el cinquè to, #045CB0, ja és el que ens servirà per donar vida a aquells elements corporatius més significatius com ara el logotip, el color de la tipografia o similars.

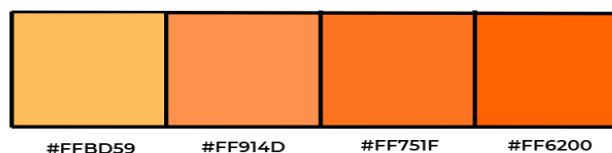


Il·lustració 13: 2a paleta de colors

### Els taronges

Per tal de complementar els tons de blaus vam valorar que el millor color seria el taronja, si bé són colors complementaris. Altrament, el color taronja és el color que, popularment, simbolitza la creativitat, la calidesa i, fins i tot, la joventut. Paraules que, sense cap mena de dubte, creiem que podrien definir la nostra web i la seva raó de ser. En el nostre cas, hem tingut en compte quatre tonalitats de taronja diferents, les quals s'il·lustren a la 14a il·lustració (disponible a la pàgina a continuació).

La primera tonalitat (#FFBD59) és la més suau per tal de ressaltar contingut concret de la nostra web, el qual creiem que facilitarà la comprensió del que s'expliqui. Pel que fa al segon (#FF914D) aquest servirà per ressaltar totes aquelles crides d'atenció de la nostra web, cosa que considerem fonamental. El tercer (#FF751F) i el quart (#FF6200) són els que estaran més presents i serviran per afegir el contrast als tons més pujats de blau.



### El negre

Per finalitzar amb aquest apartat cal aclarir que també utilitzarem el color negre per la major part del contingut textual. La raó és que és el color que ofereix la millor llegibilitat possible i queda perfecte en contrastar-lo sobre fons clars.

#### 4.3.2 Logotip

El logotip és, segons el Gemini, l'element gràfic que representa una marca, una empresa o una institució. És per això que nosaltres hem optat crear-lo des de zero amb l'ajuda de Design.com<sup>5</sup>.

Design.com és una plataforma en línia especialitzada en la creació de logotips mitjançant un programa d'intel·ligència artificial.

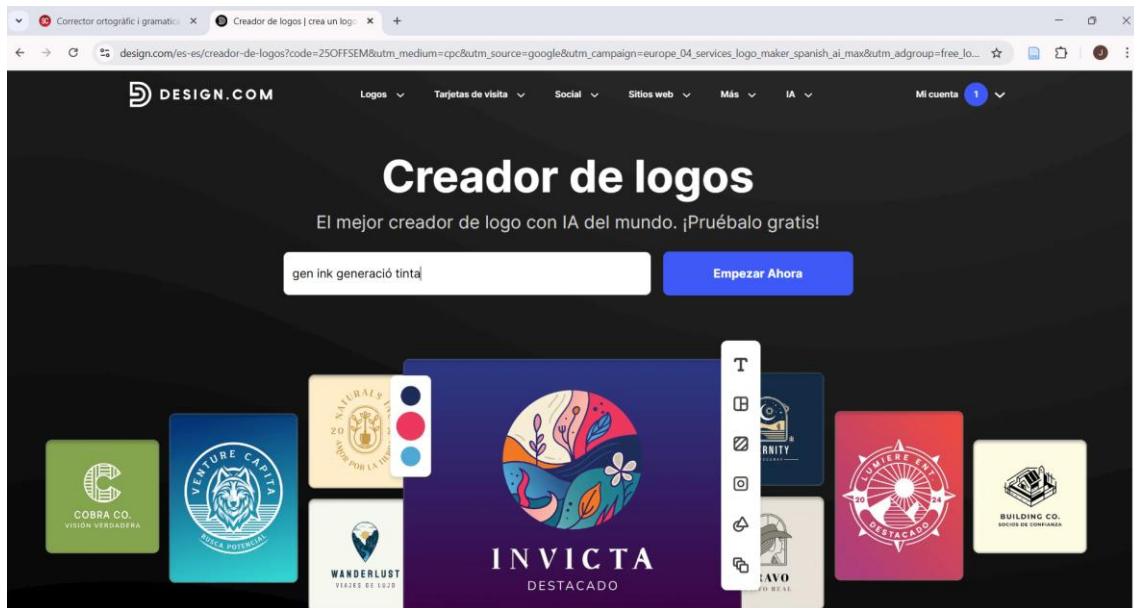
#### **Procés de creació**

Primerament, hem introduït algunes paraules clau com ara “generació” i “tinta” (ink, en anglès) en el cercador, ja que a partir d'aquestes se'ns generarien els primers dissenys.

Concretament, vam utilitzar aquestes paraules perquè el nostre portal s'anomena “Generació Tinta”, fent una al·lusió directa a la unió de la tradició romàntica de l'escriptura —i el procés creatiu que aquesta comporta— i la modernitat de les noves generacions (principalment les generacions Y i Z), les quals darrerament s'han considerat els veritables nadius digitals a causa de la destresa per manejar entorns virtuals.

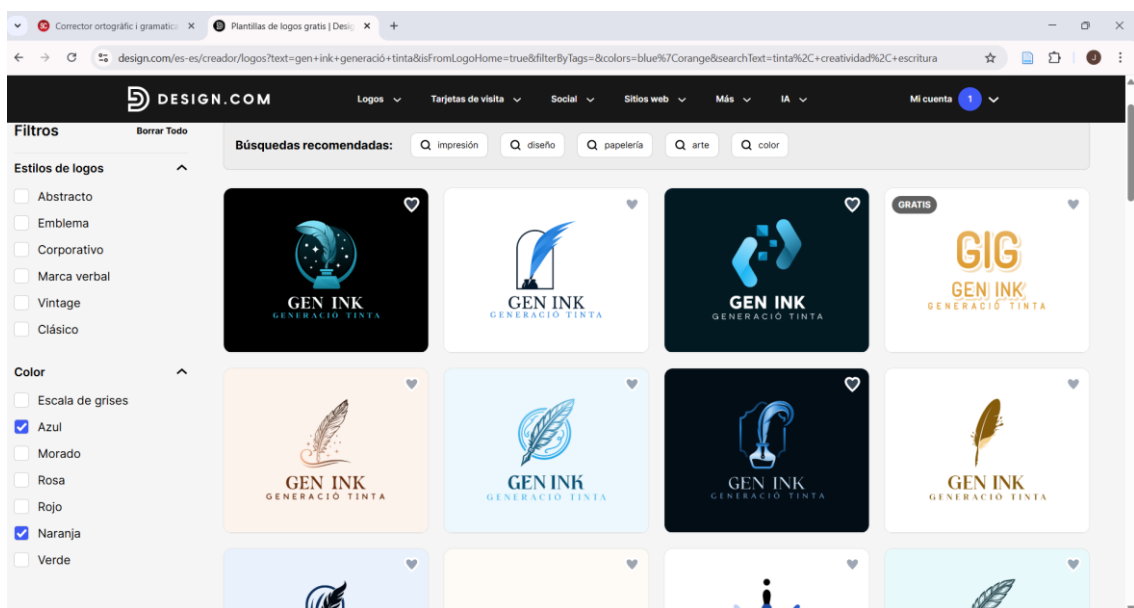
---

<sup>5</sup> Pots trobar l'enllaç de la web a continuació: <https://www.design.com/s/logo?var=ai-logo-generator>



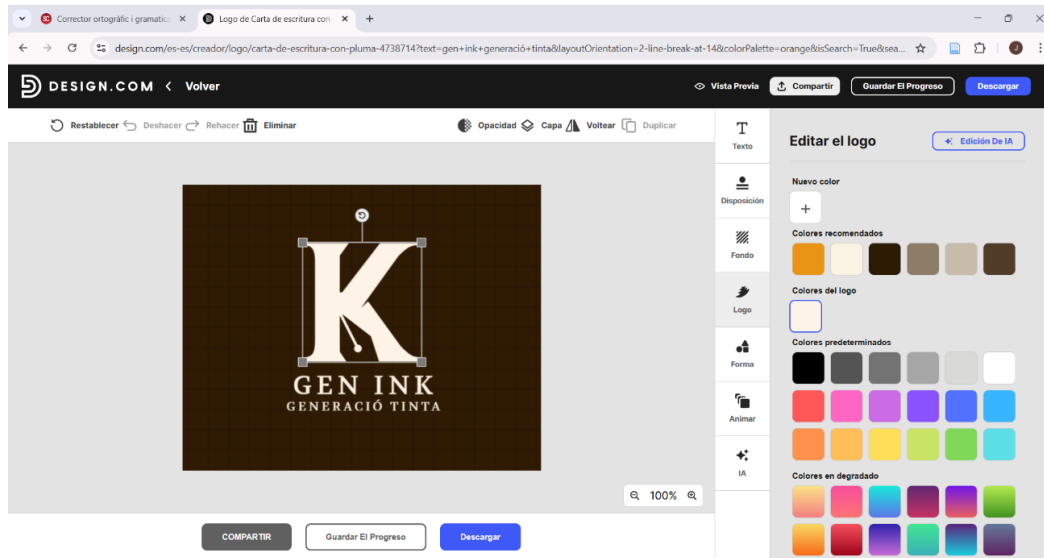
Il·lustració 15: Captura de pantalla del procés de cerca a partir de paraules representatives

A continuació, a la següent captura de pantalla, es mostren diversos resultats que ens ha retornat la mateixa plataforma. Un cop realitzada la cerca, es poden aplicar filtres relacionats amb l'estil del logotip i els colors; nosaltres en el nostre cas, hem aplicat el filtre de color, específicament el blau i el taronja, perquè volíem que els colors del logotip fossin els mateixos que els aplicats en la nostra web (mencionats a l'apartat 4.3.1).



Il·lustració 16: Captura de pantalla dels resultats generats per la web un cop aplicats els filtres de color

Seguidament, vam estar una estona considerant quin era el logotip que més ens agradava i quan ja el vam tenir triat vam aprofitar per personalitzar-lo una mica més. Per fer-ho, vam decantar-nos per canviar el color del fons i el de la tipografia; volíem que aquest darrer coincidís amb el to de blau que prèviament havíem assignat als elements corporatius, el #045CB0.



*Il·lustració 17: Captura de pantalla del procés de personalització del logotip*

## Resultats



*Il·lustració 18: Versió final del logotip (versió completa)*

El resultat triat és un disseny elegant, ja que aquest busca un cert grau de sobrietat; no vol resultar infantil. Això s'ha fet expressament perquè considerem que el públic jove rebutjaria un logotip que sembles massa escolar.

També podem destacar el punt d'originalitat que proporciona la fusió de la lletra "K" i la ploma estilogràfica, la qual abraça la tradició literària que la web busca retornar als joves d'avui dia.



*Il·lustració 19: Versió final del logotip (logotip responsiu)*

A més a més, hem considerat pertinent tenir dues versions: la versió principal; la qual és la versió completa de l'element gràfic (el símbol) i el nom (text) i l'*isotip* (o logotip responsiu) el qual equival al símbol per tal d'emprar-les en diferents ubicacions de la mateixa web.

### 4.3.3 Fonts

L'elecció de la tipologia és un pilar significatiu per garantir l'estètica i la llegibilitat del nostre portal. Aquest segon aspecte l'hem considerat una prioritat perquè és un dels objectius que ens hem proposat assolir mitjançant el repte (podeu llegir més informació a l'apartat 2.4).

Així doncs, per a Gen Ink, hem procurat buscar una font que sigui fàcil d'entendre per a persones amb diferents capacitats visuals, ja que d'aquesta manera la web proporcionarà més accessibilitat i possibilitarà la inclusió a més gent, la qual en podrà fer ús.



*Il·lustració 20: Prova de possibles fonts*

Per fer-ho, el primer que hem fet ha sigut crear un document on hem apuntat la mateixa frase en diverses fonts que nosaltres consideràvem clares i entenedores.

Un cop l'hem tingut creada (il·lustració), la qual hem fet amb l'ajuda de Canva, hem anat eliminant les diverses tipologies fins a arribar a tenir-ne només una que ens agradés a tots tres. L'escollida ha sigut la font "Poppins", la qual es caracteritza per la seva geometria rodona fet que, inevitablement, ens ha recordat més al traç humà que les altres.

### 4.3.4 Icones

Les icones seran triades segons la regla d'usabilitat de "relació amb el sistema i el món real", d'aquesta manera, una icona representarà un concepte fàcilment associable a la seva funció (una lupa seria un cercador, per exemple).

Les icones seran minimalistes, amb l'estil de color de la pàgina web, de cos sòlid, buscant que siguin fàcilment recognoscibles com el que són, la idea (igual que amb el logotip) és que no resultin ni infantils, ni massa abstractes.

ICONA	RELACIÓ SIMBOL
Lupa	Popularment associada a la cerca de més informació, servirà a l'usuari com a eina per trobar de manera més ràpida allò que s'està buscant.
Relotge amb calendari	Relació amb la creació de documents, l'utilitzarem per fer referència a les diferents propostes de concursos, beques... incloent-hi el termini d'inscripció.
Ploma tipogràfica	Referència al procés de creació literària
Casa	Significa la pàgina d'inici, des d'on es mostren totes les altres pàgines.

*Taula 4: Relació icona – simbologia a la vida real*



*Il·lustració 21: Icones de la nostra web*

En aquest apartat ha estat en uns dels que més s'ha tingut en compte el repte assignat, ja que a la guia d'estil hi ha aspectes com ara la paleta de colors, la tipologia de la lletra, entre d'altres en els que l'accessibilitat i llegibilitat poden ser majors o menors depenent de les que triem per a la realització de la nostra web. És per aquest motiu que s'han pres decisions específiques per garantir una accessibilitat i llegibilitat visuals per tota mena de públic.

Concretament, s'ha seleccionat una paleta de colors de tonalitats blaus, taronges i blancs amb un alt contrast per facilitar la lectura i la identificació dels diferents elements especialment per a persones amb disfuncionalitats. També s'ha emprat el color negre en els textos principals perquè és un color que assegura màxima llegibilitat. Finalment, ens hem decantat per la tipografia "Poppins" perquè té formes geomètriques clares i simètriques i a més compleix adequadament amb les pautes d'accessibilitat d'WCAG.

#### 4.4 Consideracions sobre accessibilitat i perspectiva de gènere

En tractar-se d'una web de gran importància per al desenvolupament cultural dels joves, és important que compleixi amb uns certs criteris d'accessibilitat per a poder fer front a la diversitat funcional amb la igualtat més gran d'oportunitats possible.

La web podrà ser consultada atenent les particularitats de problemes de visió (baixa o nul·la visió, daltonisme) i també per a persones amb discapacitat intel·lectual mitjançant la modalitat coneguda com a “lectura fàcil” que consisteix en la possibilitat d'adequar el contingut si així es requereix amb conceptes i llenguatge més senzills. Per fer-ho aconseguir-ho tindrem en compte l'estàndard internacional que defineix com s'ha de dissenyar un web perquè sigui accessible per a tothom.

Seguint les WCAG 2.1:

- **Perceptible:** Els colors, la grandària de la font i l'estil seran pensats per a destacar i ser entesos amb facilitat, per això triem contrastos de color (blau, taronja, blanc i negre) i busquem no aglutinar en poc espai molta informació ni haver de reduir la seva grandària.
- **Operable:** En la web es tindran en compte algunes de les pautes establertes pel principi d'operativitat, entre les quals es troben el teclat accessible, la navegació i els atacs epilèptics, entre d'altres. Primerament, en la creació de la pàgina web ens hem assegurat que totes les funcionalitats siguin utilitzades sense la necessitat de dispositius com ara el ratolí. En segon lloc, s'evitarà la incorporació d'elements visuals que puguin perjudicar els usuaris que pateixin dificultats visuals com ara animacions excessives o imatges amb text incrustat. Finalment, pel que fa a la navegació, la web presentarà una estructura clara, amb sistemes d'orientació que permetran indicar l'usuari on es troba en tot moment i CTAs ben definits.
- **Comprensible:** El contingut de la web estarà elaborat de manera que s'utilitzi un llenguatge coherent, clar i fàcil d'entendre per a tots els usuaris. És per això que es farà servir un vocabulari estàndard, proper (de tu a tu) i evitant tecnicismes innecessaris. Així mateix, la informació s'estructurarà jeràrquicament, fent una correcta utilització dels títols, subtítols, a més de distribuir-lo amb seccions clares, fet que contribuirà a fer que la web sigui lògica i intuïtiva. Aquesta organització ens garantirà que la web estigui totalment centrada en les necessitats de l'usuari i que la seva experiència sigui la més entenedora, satisfactòria i accessible possible.
- **Robust:** El contingut que hi haurà a la web serà compatible amb diferents tecnologies i dispositius. El desenvolupament de la nostra pàgina web es durà a terme utilitzant els llenguatges HTML i CSS, seguint les pautes de creació de pàgines web que se'ns han indicat a l'assignatura. Amb la utilització d'aquests llenguatges l'objectiu serà el de facilitar la interpretació

fiable de la nostra pàgina als navegadors, dispositius i lectors de pantalla. A més es procurarà de mantenir un codi font net i validable.

Més enllà de l'accessibilitat tècnica, per nosaltres és important adequar la nostra web perquè aquesta es construeixi al voltant de la igualtat entre homes, dones i dissidències de gènere. Partim del punt que un "tercer espai" cultural només pot ser real si aconseguim crear un entorn segur i lliure de violències (masclistes, racistes o de classe).

Per reflectir aquest compromís aplicarem les següents estratègies:

- **Llenguatge inclusiu i no sexista:** Procurarem evitar l'ús de termes que històricament han infrautilitzat o exclòs les dones. Com per exemple no utilitzar termes com a "poetessa" —sovint usat de forma despectiva— pel mot genèric "poetes" per referir-nos a les dones, dignificant la seva figura professional.
- **Trencament de l'imaginari col·lectiu:** En la selecció d'imatges i recursos evitarem perpetuar rols de gènere estereotipats i no vincularem cap gènere literari a un gènere humà en concret, el qual ajudarà a combatre els prejudicis que puguin limitar la llibertat creativa de la joventut.
- **Justícia històrica i representativa:** Per a trencar el sostre de vidre, la nostra secció de notícies inclourà tant notícies d'homes com de dones. Aquest acte, aparentment simple, busca reivindicar la història i donar veu a les escriptores del passat, el present i del futur per tal que les noves generacions a les quals ens adrecem puguin tenir referents femenins.

Aquesta secció reforça les decisions que s'han pres a l'apartat 4.3, on s'apliquen criteris d'accessibilitat seguint les pautes WCAG. S'ha treballat amb l'objectiu de realitzar una web perceptible mitjançant una bona mida de lletra i l'ús de contrastos de color. A més, també ha estat pensat per tal que pugui ser utilitzat de manera senzilla, amb una navegació clara i sense necessitat de fer ús de ratolí, evitant possibles dificultats per a usuaris amb limitacions de mobilitat o similar.

Altrament, el contingut s'ha redactat amb un llenguatge senzill i entenedor, evitant tecnicismes contribuint en una millor comprensió. Finalment, s'ha tingut en compte que la web funcioni correctament en diversos dispositius i navegadors, assegurant una bona experiència per tots els usuaris.

## 5. Desenvolupament del lloc web

### 5.1 Distribució

Nosaltres per a realitzar el lloc web vam desdir que cadascuna s'havia d'encarregar de la realització de 4 pàgines del web, ja que en el nostre cas som dues persones i la nostra arquitectura compta amb un total de 8 pàgines. Aquesta repartició s'ha fet de manera que totes dues integrants participessin en el desenvolupament de l'HTML i el CSS de manera equitativa. La repartició que vam decidir fer va consistir en el fet que la primera persona se centrés en la pàgina d'inici, convocatòries, beques i sobre nosaltres, i la segona en tècniques per crear, actualitat, concursos i coneix més gent. Les pàgines no s'han repartit aleatòriament, sinó que s'han distribuït seguint criteris tant del volum del contingut com de la complexitat estructural.

D'una banda, la pàgina d'inici té una part de disseny amb una dificultat força elevada, raó per la qual s'han assignat les pàgines de convocatòries, beques i sobre nosaltres a aquest integrant, perquè tenen una estructura més esquemàtica i visual.

D'altra banda, la segona integrant, s'ha centrat en les altres quatre pàgines restants, perquè les pàgines de tècniques per crear i actualitat tenen molt de contingut i redactat. D'aquesta manera, es compensa la dificultat que suposa la pàgina d'inici amb el treball de redacció i jerarquització de continguts que demanen aquestes pàgines.

Tanmateix, a mesura que cadascuna anava desenvolupant les seves pàgines corresponents, la distribució inicial que s'havia fet es va modificar lleugerament. Finalment, un membre es va encarregar de l'elaboració de 5 pàgines (la de concursos va passar a ser de la seva responsabilitat) i l'altra només es va encarregar de tres, ja que es va encarregar d'unificar tots els estils en un mateix fitxer CSS.

### 5.2 Head i header

La primera pàgina que vam crear va ser la 'pàgina d'inici'. La 'pàgina d'inici' és la pàgina principal del nostre lloc web, si ve a partir d'aquesta pots navegar per la resta de la web de manera senzilla i efectiva.

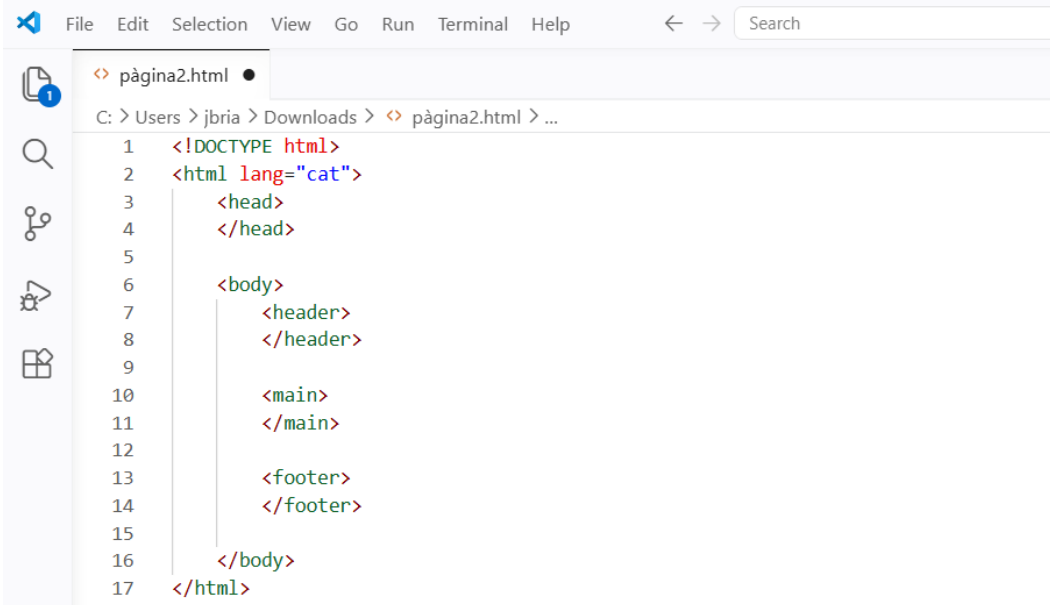
Pel que fa al procés de creació d'aquesta, podem destacar que aquest s'ha dividit en dues parts fonamentals: l'estructuració del contingut mitjançant l'HTML i el disseny visual, a partir del CSS.

Per crear aquests dos fitxers vam optar per fer servir l'editor de text Visual Studio Code perquè vam valorar que aquest és molt potent i té el terminal integrat; cosa que ens permet gestionar el control de les versions sense haver de sortir de la web.

Un cop vam tenir aquesta base definida, vam passar a crear el codi que configuraria la nostra web. Concretament, el fitxer HTML.

Tal com hem dit abans, a partir del fitxer HTML podrem estructurar el contingut a partir de diferents etiquetes semàntiques que defineixen cada pàgina.

Primerament, vam crear l'estructura bàsica de la pàgina. Aquesta la vam dividir en dos grans blocs: el *head* (la secció on s'inclou la informació tècnica i la configuració invisible per a l'usuari) i el *body* (la part on s'ubica tot el contingut visible de la web com textos, imatges i enllaços). Així quedava l'esquelet:



```
File Edit Selection View Go Run Terminal Help
pàgina2.html
C: > Users > jbria > Downloads > <> pàgina2.html > ...
1 <!DOCTYPE html>
2 <html lang="cat">
3   <head>
4   </head>
5
6   <body>
7     <header>
8     </header>
9
10    <main>
11    </main>
12
13    <footer>
14    </footer>
15
16  </body>
17 </html>
```

*Il·lustració 22: Captura de pantalla de l'esquelet de l'HTML que vam crear per la pàgina d'inici*

En segon lloc, vam passar a omplir aquesta estructura amb el contingut que volíem posar a la web. Per fer-ho, vam seguir l'ordre suggerit pel mateix document i vam emplenar el contingut del *head*. Per tal de no deixar-nos res important, vam ajudar-nos de les presentacions del campus virtual i dels comentaris; notes que s'escriuen dins del codi, però que no s'executen ni es veuen des del navegador. Podeu veure'n un exemple en groc a la captura de la pàgina següent.

```

File Edit Selection View Go Run Terminal Help
C: > Users > jbria > Downloads > > pàgina2.html > html
1 <!DOCTYPE html>
2 <html lang="cat">
3 <head>
4 <!DOCTYPE html>
5 <html lang="cat">
6 <meta charset= "UTF-8"> <!--Perquè la web reconegui correctament els accents i els caràcters especials-->
7 <meta name="description" content="Pàgina web del nostre projecte en grup">
8 <meta name="keywords" content= "creació, joves, escriptura, concursos, tècniques">
9 <meta name="author" content=" Jana Briansó i Nerea Montell"> <!--Autores-->
10 <title> Gen Ink </title> <!--Text que apareix a la pestanya del navegador -->
11 <link rel="stylesheet" href="projecte-grup.css"> <!--Vinculació de l'HTML i el CSS-->
12 </head>

```

*Il·lustració 23: Captura de pantalla on es veu un exemple de comentari*

Quan vam tenir el *head*, vam passar a omplir el *header*, el qual és el bloc superior de tota pàgina, on se sol incloure els elements de la presentació i la navegació. Nosaltres li vam posar el nom de la nostra web, el logotip i un menú superior a través del qual poguessis anar a les altres pestanyes. Per això últim ens vam ajudar de l'etiqueta `<nav>`, ja que aquesta permet agrupar diferents enllaços.

```

File Edit Selection View Go Run Terminal Help
C: > Users > jbria > Downloads > > pàgina2.html > html > body > main
1 <!DOCTYPE html>
2 <html lang="cat">
3 <head>
4 <!DOCTYPE html>
5 <html lang="cat">
6 <meta charset= "UTF-8"> <!--Perquè la web reconegui correctament els accents i els caràcters especials-->
7 <meta name="description" content="Pàgina web del nostre projecte en grup">
8 <meta name="keywords" content= "creació, joves, escriptura, concursos, tècniques">
9 <meta name="author" content=" Jana Briansó i Nerea Montell"> <!--Autores-->
10 <title> Gen Ink </title> <!--Text que apareix a la pestanya del navegador -->
11 <link rel="stylesheet" href="projecte-grup.css"> <!--Vinculació de l'HTML i el CSS-->
12 </head>
13
14 <body>
15 <header>
16  <!--Logotip-->
17 <h1> GEN INK </h1> <!--Títol de la nostra web-->
18 <nav> <!--Menú superior-->
19 <ul>
20 <li><a href="#Sobre nosaltres">Sobre nosaltres</a></li>
21 <li><a href="#Actualitat">Actualitat</a></li>
22 <li><a href="#Convocatòries">Convocatòries</a></li>
23 <li><a href="#Coneix més gent">Coneix més gent</a></li>
24 <li><a href="#Tècniques per crear">Tècniques per crear </a></li>
25 </ul>
26 </nav>
27 </header>
28

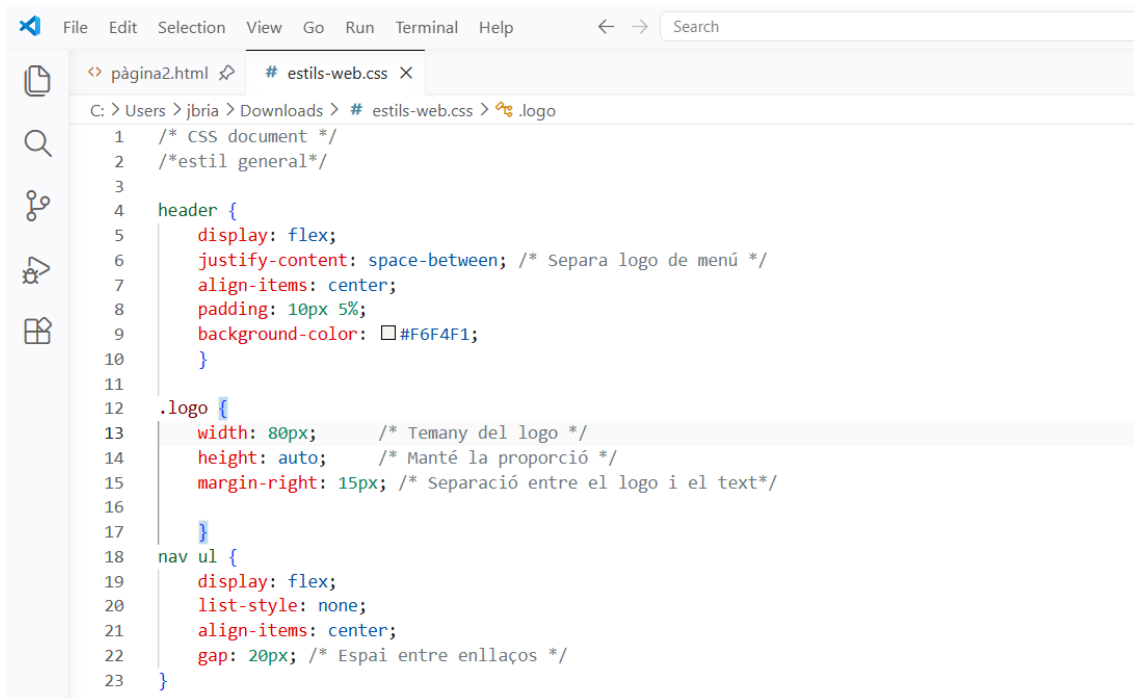
```

*Il·lustració 24: Captura de pantalla de com anava quedant l'HTML*

La pàgina, però, no estava ni de bon tros acabada perquè no teníem el CSS, l'aparença del fitxer quan l'obrim al navegador era la d'un text pla sense cap mena

d'ordre. És per aquest motiu que el següent que vam fer va ser crear el full d'estils per poder definir la presentació i el format de la nostra web.

Seguint el mateix ordre que abans, el primer que vam editar va ser la capçalera per tal d'ajustar el logotip a la mida pertinent i configurar el menú principal.



```
File Edit Selection View Go Run Terminal Help
pàgina2.html # estils-web.css X
C: > Users > jbria > Downloads > # estils-web.css > .logo
1 /* CSS document */
2 /*estil general*/
3
4 header {
5     display: flex;
6     justify-content: space-between; /* Separa logo de menú */
7     align-items: center;
8     padding: 10px 5%;
9     background-color: #F6F4F1;
10 }
11
12 .logo {
13     width: 80px; /* Temany del logo */
14     height: auto; /* Manté la proporció */
15     margin-right: 15px; /* Separació entre el logo i el text*/
16 }
17
18 nav ul {
19     display: flex;
20     list-style: none;
21     align-items: center;
22     gap: 20px; /* Espai entre enllaços */
23 }
```

*Il·lustració 25: Captura de pantalla del procés de creació del CSS*

Ajudant-nos de les presentacions i de les activitats prèviament fetes a l'aula vam aconseguir anant donant forma a la web tal com teníem pensat: posant caixes, un vídeo i un menú de navegació funcional... Això últim ho vam aconseguir tot vinculant les diverses pàgines al *header*, pel que vam haver de canviar lleugerament el codi que havíem escrit abans tot i que, tot sigui dit, no ens va portar cap problema i ho vam poder aplicar fàcilment.

### 5.3 Vídeo

Pel que fa al contingut principal, vam decidir ser fidels al nostre disseny i incorporar, en primer lloc, una imatge o un vídeo. En aquest cas ens vam decantar per un vídeo el qual vam trobar a un banc d'imatges.

### 5.4 Footer

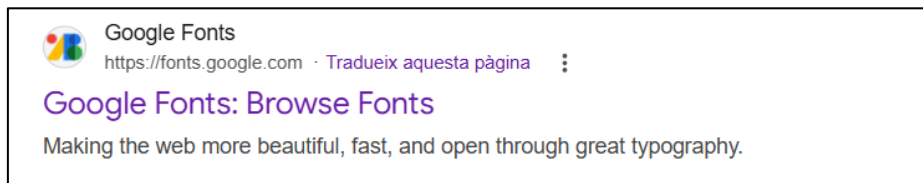
A continuació, vam tancar l'estructura de l'HTML amb el *footer*. Com que en totes les pàgines havia de ser igual, vam optar per un *footer* senzill, el qual podríem modificar segons ens vingués bé un cop tinguéssim les altres pàgines programades.

```
<footer>
<p> &copy; 2025 Gen Ink - Edició Web UB</p>
</footer>
```

*Il·lustració 26: Footer que vam programar inicialment*

## 5.5 Font

En elaborar l'estructura amb el head, el header i el footer, vam voler aplicar la tipografia que havíem seleccionat a la guia d'estil, tanmateix, vam veure que el navegador no la reconeixia per defecte i vam haver-la d'importar des de Google Fonts.




*Il·lustració 27: Captura de pantalla de la web de Google Fonts*

Google Fonts és una biblioteca gratuïta de tipografies en línia que permet utilitzar una gran varietat de fonts sense necessitat de descàrrega. L'únic que vam haver de fer va ser copiar un enllaç al *head* del nostre fitxer HTML i, automàticament, vam tenir la font disponible a través de la propietat font-family al CSS.

El codi que vam haver d'enganxar va ser aquest:

Incrusta el codi a la secció <head> del teu fitxer HTML

```
<link rel="preconnect" href="https://fonts.googleapis.com">
<link rel="preconnect" href="https://fonts.gstatic.com" crossorigin>
<link href="https://fonts.googleapis.com/css2?family=Poppins:ital,wght@0,100;0,200;0,300;0,400;0,500;0,600;0,700;0,800;0,900;1,100;1,200;1,300;1,400;1,500;1,600;1,700;1,800;1,900&display=swap" rel="stylesheet">
```

 Copia el codi

*Il·lustració 28: Captura de pantalla del codi que vam copiar de Google Fonts a l'HTML*

## 6. Valoració final

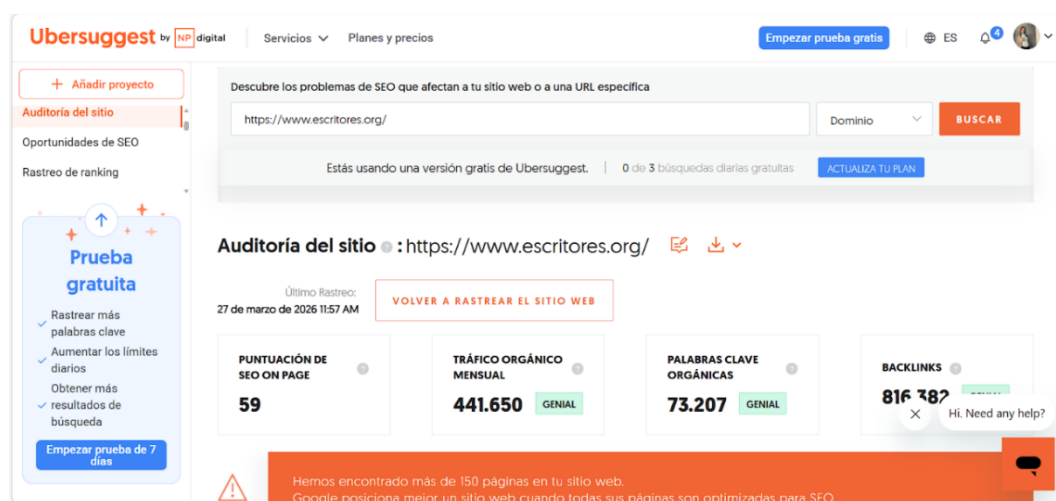
### 6.1 Analitzem el SEO

El SEO o Search Engine Optimization és un conjunt d'estratègies i tècniques que tenen com a objectiu millorar la visibilitat i posicionament web d'un lloc web en els resultats de cerca orgànics dels motors de cerca. L'eina SEO emprada ha estat Ubersuggest.

El que s'ha fet en aquest apartat ha estat analitzar les webs que tenim com a referents per la nostra web: Escritores.org, Mundo Arti i Injuve, amb la finalitat d'obtenir una visió general del seu posicionament i analitzar els diversos factors que contribueixen en la seva presència als motors de cerca, concretament, l'anàlisi de SEO, l'auditoria tècnica i les paraules clau que posicionen millor aquestes webs. Els aspectes analitzats en l'anàlisi de SEO són la puntuació, les paraules clau orgàniques, el trànsit orgànic mensual i els backlinks. En l'auditoria tècnica s'han tingut en compte els errors que presenten les diferents webs i la velocitat de càrrega de cada una i per concloure, s'han identificat les paraules clau.

#### 6.1.1 Els nostres referents

Primerament, s'ha començat analitzant la pàgina web d'[Escritores.org](https://www.escriitores.org/). La seva auditoria tècnica es força elevada, a causa dels 817.277 enllaços externs o backlinks que porten a ella el què es tradueix en un tràfic orgànic mensual de 441.650 visites i un posicionament web basat en 73.207 paraules clau. No obstant el gran volum d'audiència, la seva puntuació de SEO on page és de 59. La puntuació fa referència a les accions internes del web com l'ús de paraules clau, l'experiència de l'usuari o el temps de càrrega.



Il·lustració 29: Captura de pantalla de l'anàlisi general de la pàgina web Escritores.org a Ubersuggest

En relació amb l'auditoria tècnica, s'han detectat un total de 496 problemes SEO que poden afectar el seu posicionament. Un error SEO es defineix com una deficiència que impedeix que un motor de cerca interpreti correctament una web, dificultant l'accés al contingut, la seva comprensió o rellevància, eliminant o reduint la possibilitat que aparegui en els resultats de cerca. Entre els problemes principals destaquen la presència de 16 pàgines amb un nombre reduït de paraules, 38 pàgines amb metadescripcions duplicades i 100 pàgines amb etiquetes *title* repetides.



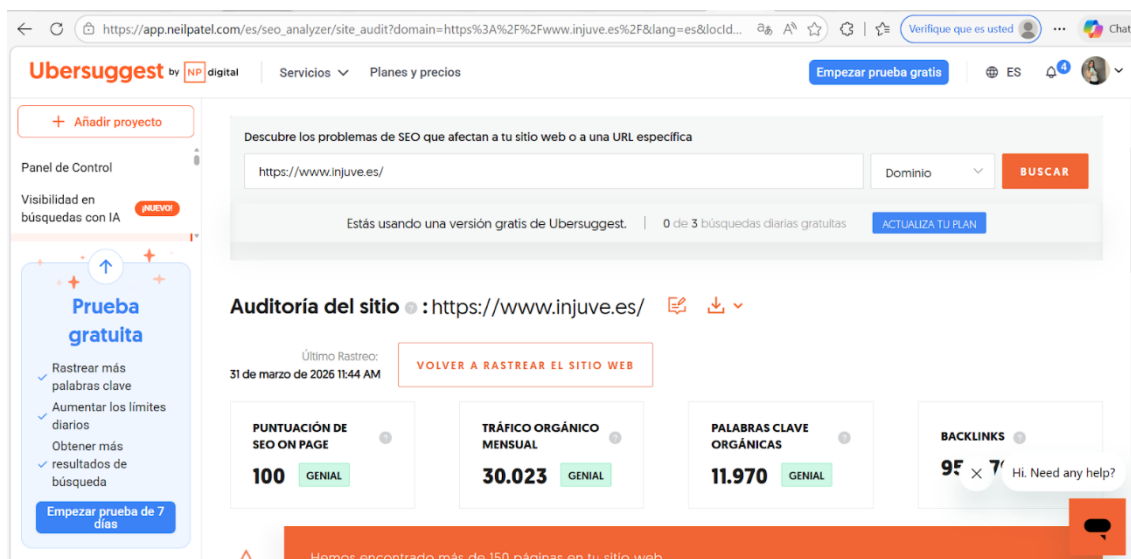
Il·lustració 30: Captura de pantalla de l'anàlisi dels errors SEO de la pàgina web Escritores.org.

Malgrat els errors d'organització que presenta, la seva velocitat de càrrega és satisfactòria: té un temps de càrrega d' 1.36 (per sota del límit recomanat de 2,5 segons), una interactivitat de 40.00 ms i una estabilitat visual de 0,02, sent aquesta la freqüència amb què el disseny de la pàgina canvia durant la càrrega.



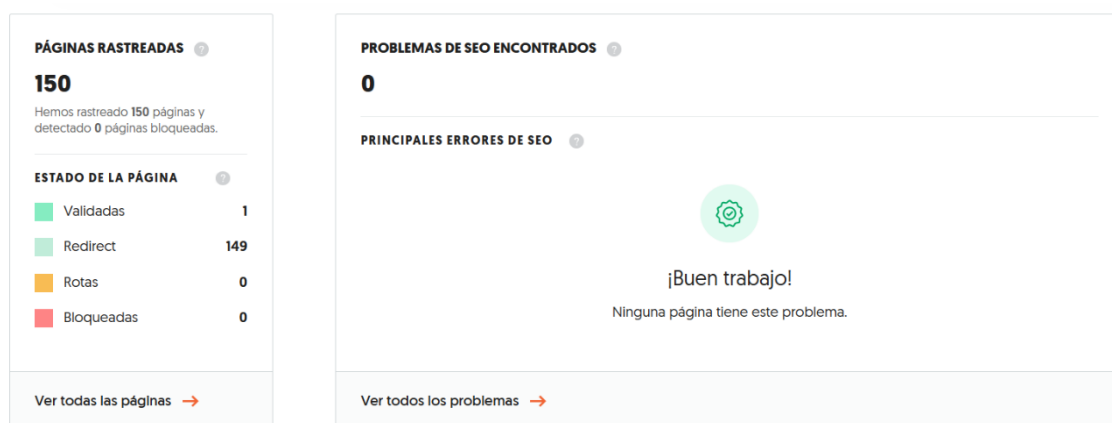
Il·lustració 31: Captura de pantalla de la velocitat de la pàgina web Escritores.org.

D'altra banda, la web [d'Injuve](#) té una puntuació de SEO on page de 100, la qual cosa indica que té una excel·lent optimització interna. Aquesta web compta amb un total d'11.970 paraules clau orgàniques, una autoritat de domini robusta gràcies als 953.179 backlinks i un tràfic mensual inferior al de Escritores.org amb 30.023 visites.



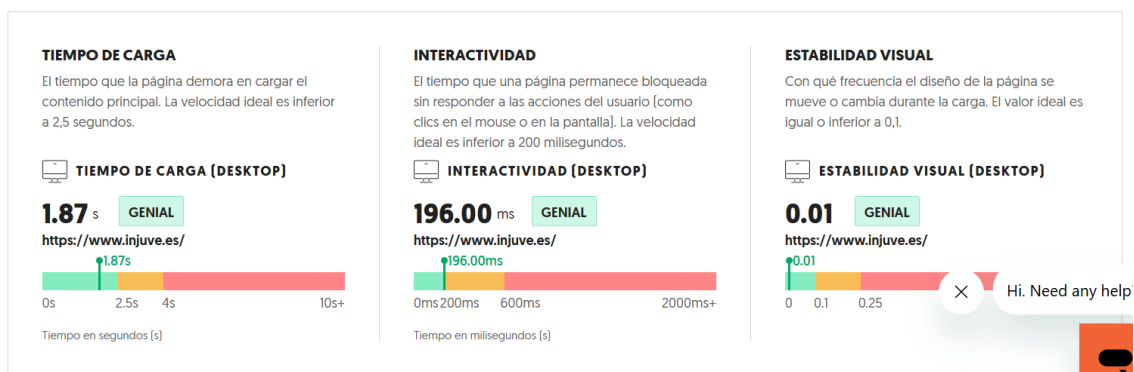
Il·lustració 32: Captura de pantalla de l'anàlisi general de la pàgina web Injuve a Ubersuggest

A diferència de l'altra pàgina web analitzada, aquesta no presenta cap error de SEO, el que facilita en gran manera el rastreig i indexació per part dels motors de cerca.



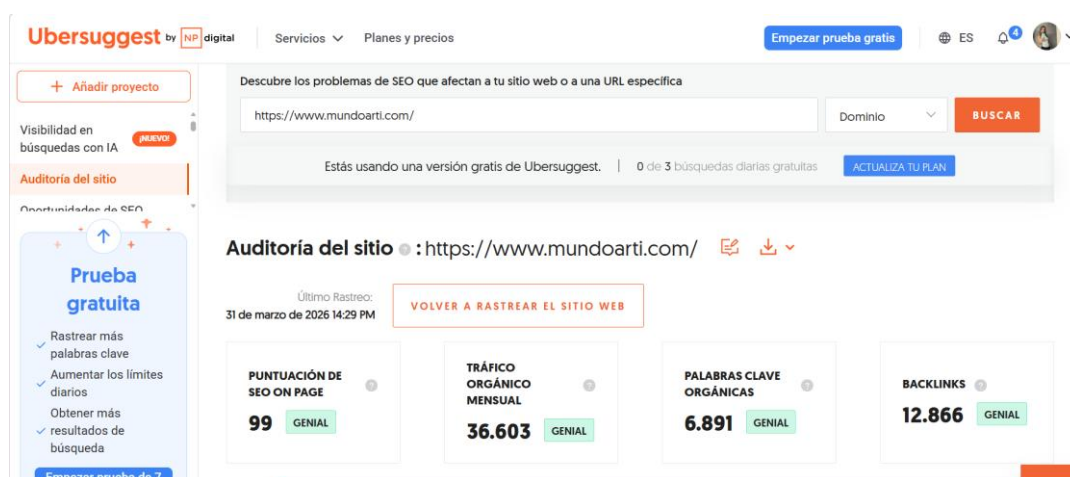
Il·lustració 33: Captura de pantalla dels errors SEO de la pàgina web Injuve.

Pel que fa a la velocitat, registra un temps de càrrega d'1,87 segons, una interactivitat de 1,96 ms, que és el temps que una pàgina roman bloquejada sense respondre l'usuari, i una estabilitat visual d'0,01. Aquestes xifres donen a entendre que l'estructura tècnica, el contingut i la configuració d'aquest lloc web compleixen amb adequació les directrius dels motors de cerca facilitant d'aquesta manera el seu rastreig, posicionament i indexació.



Il·lustració 34: Captura de pantalla de la velocitat de la pàgina web Injuve.

Finalment, s'ha analitzat la pàgina web [Mundo Arti](#) que presenta una puntuació de SEO on page de 99, situant-se en un nivell de perfecció interna molt similar al de Injuve. Tot i que té un volum de backlinks significativament inferior a les altres dues webs, amb un de 12.866, disposa d'un trànsit mensual de 36.603 visites gràcies al posicionament de 6891 paraules clau.



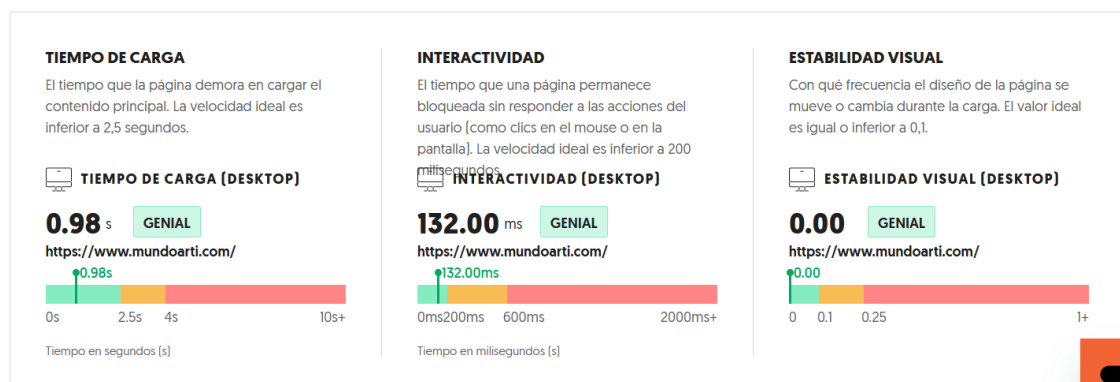
Il·lustració 35: Captura de pantalla de l'anàlisi general de la pàgina web Mundo Art a Ubersuggest.

Respecte a l'auditoria tècnica, només s'han detectat dos errors lleus localitzats en dues pàgines concretes: una amb contingut insuficient i l'altre amb absència de metadescripció.



Il·lustració 36: Captura de pantalla dels errors SEO de la pàgina web Mundo Arti.

En relació amb la velocitat de càrrega, que és la més ràpida de les tres amb només de 0.98 segons. Així mateix, manté una interactivitat de 132 mil·lisegons i una estabilitat visual perfecta de 0,00.



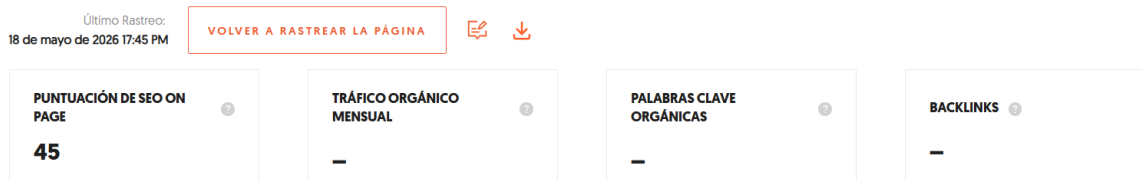
Il·lustració 37: Captura de pantalla de la velocitat de la pàgina web Mundo Arti.

En relació amb la velocitat de càrrega, que és la més ràpida de les tres amb només de 0.98 segons. Així mateix, manté una interactivitat de 132 mil·lisegons i una estabilitat visual perfecta de 0,00.

### 6.1.2 La nostra web

Al analitzar la nostra web ens hem trobat que aquesta té una puntuació de SEO on page de 45 sobre 100, lo qual ens indica que encara tenim un gran marge de millora. Pel que fa al volum de backlinks, les paraules claus o el trànsit mensual orgànic hem pogut observar com aquests són nul·ls, cosa que ja ens esperàvem tenint en compte que amb prou feines fa una setmana que hem publicat la web.

Auditoría del sitio : <https://www.janabri0408.onl/index.html>



Il·lustració 38: Captura de pantalla de l'anàlisi general de la pàgina web Gen Ink a Ubersuggest.

En contrapartida, podem veure com tan sols hem obtingut 4 problemes de SEO, el qual deixa en evidència que l'estructura base de la web està ben construïda i que tan sols cal acabar de polir alguns detalls perquè la web quedi completament optimitzada i pugui començar a escalar posicions als cercadors.

[Auditoría del sitio - General](#) / Problemas de SEO

Problemas de SEO : <https://www.janabri0408.onl/index.html>

TODOS LOS PROBLEMAS | ERRORES CRÍTICOS | ADVERTENCIAS | RECOMENDACIONES

PROBLEMAS DE SEO ENCONTRADOS	DIFICULTAD	IMPACTO DE SEO
Sin sitemap <a href="#">¿Qué es esto y cómo solucionarlo?</a> <a href="#">Ver detalles</a> →	Moderado	Alto
Pocas palabras <a href="#">¿Qué es esto y cómo solucionarlo?</a> <a href="#">Ver detalles</a> →	Moderado	Alto
Sin meta descripción <a href="#">¿Qué es esto y cómo solucionarlo?</a> <a href="#">Ver detalles</a> →	Moderado	Moderado
Tag title muy corta <a href="#">¿Qué es esto y cómo solucionarlo?</a> <a href="#">Ver detalles</a> →	Fácil	Moderado

Il·lustració 39: Captura de pantalla dels problemes principals de SEO de la nostra web

D'haver tingut més temps i no haver anat justes, creiem que hauria estat una molt bona pràctica aplicar les recomanacions i perfeccionar el nostre projecte web al voltant de les solucions plantejades, ja que d'aquesta manera hauríem pogut veure, de primera mà, com els diferents factors influeixen en el SEO i, alhora, millorar el nostre lloc web.

## 6.2 Organització i distribució de tasques

Inicialment, es va plantejar una repartició de les tasques equitativa de manera que els tres membres del grup realitzéssim la mateixa proporció de feina. No obstant això, a mesura que avançava el projecte ens vam anar trobant amb dificultats i imprevistos que no havíem contemplat en un inici, fet que va portar a una repartició diferent de la que havíem planificat.

A la primera entrega del treball, un dels membres va assumir més tasques que els altres dos membres del grup. Tot i això, després de reorganitzar-nos, vam aconseguir recuperar una dinàmica coordinada i equitativa.

Més endavant, un dels membres del grup va haver d'abandonar el treball, el que ens va portar a una reorganització de les tasques i més dedicació, especialment en el desenvolupament de la pàgina web, ja que cadascuna de nosaltres va haver d'encarregar-se de tres pàgines en comptes de dues.

Malgrat totes les dificultats que ens van anar sorgint, vam aconseguir adaptar-nos i vam continuar treballant de forma constant per tal de completar el projecte dins del termini establert.

Respecte a la distribució de les tasques, la part de la introducció i presentació del projecte en ser la més general i introductòria, va ser elaborada conjuntament pels tres integrants del grup. Seguidament, l'apartat de planificació del lloc web també es va distribuir equitativament, ja que cadascun se'n va encarregar d'un dels punts que el conformen. Amb relació al disseny del lloc web, va estar majoritàriament desenvolupat per un dels integrants del grup, especialment el disseny general, el disseny gràfic i la guia d'estil. En canvi, la resta d'apartats van estar elaborats pels dos membres que continuaven en el projecte. Finalment, tal com s'ha mencionat anteriorment, cadascuna s'ha encarregat de l'HTML i CSS de les seves respectives pàgines (explicat amb més detall al punt 5.1<sup>6</sup>) però vam treballar conjuntament a l'hora d'unificar tots els estils en un mateix CSS.

### 6.3 Principals reptes

Durant la realització d'aquest treball ens hem trobat amb diversos reptes. Sense cap mena de dubte, el repte més complicat ha estat la coordinació entre els membres del grup en la realització del treball. En els primers mesos del projecte, dos integrants no van poder participar-hi de manera constant en el treball per motius de salut, i més tard, pel mateix motiu, l'altre membre no va poder estar molt present. Això va portar a molts problemes d'organització i en conseqüència vam patir una pressió i un estrès afegits per la preocupació de no entregar el treball complet a dins del termini que es demanava.

Un altre repte amb el qual ens hem trobat ha estat el de la programació de la pàgina web. Tot i tenir a la nostra disposició presentacions i materials al campus sobre l'elaboració de codi HTML i CSS, el desenvolupament de la nostra web ens ha resultat força complicat i complex. Principalment, perquè en els prototips del nostre lloc web teníem idees que anaven més enllà dels continguts que s'havien explicat a classe, el que ens va portar a investigar, experimentar i buscar alternatives per tal que el resultat s'assemblés al que teníem al cap.

---

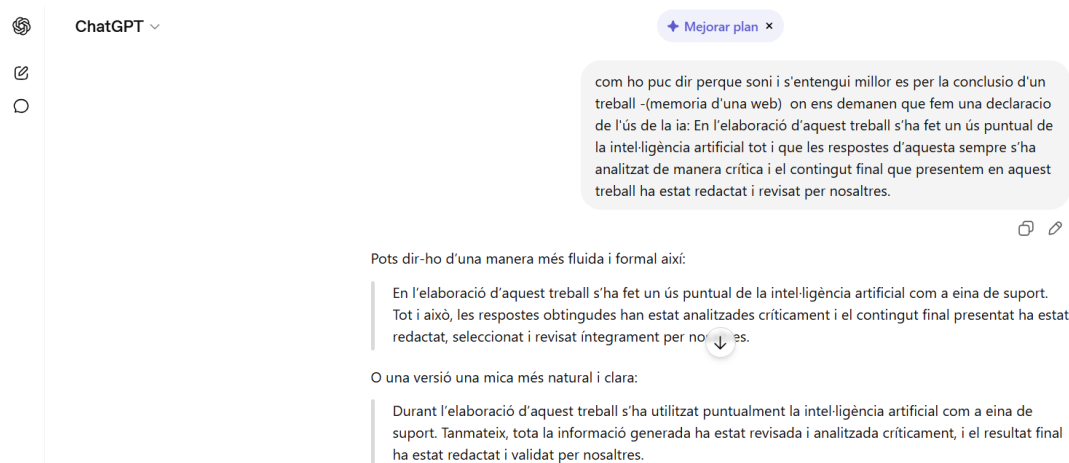
<sup>6</sup> Desenvolupament del lloc web, distribució.

A més, una altra complicació que vam tindre va estar la d'ajuntar tots els estils en un únic CSS. Ens va suposar molt de treball organitzar i integrar tot el codi de manera coherent, ja que és una web que consta de diverses pàgines amb una gran varietat d'elements en cadascuna.

## 6.4 Declaració sobre l'ús de la intel·ligència artificial

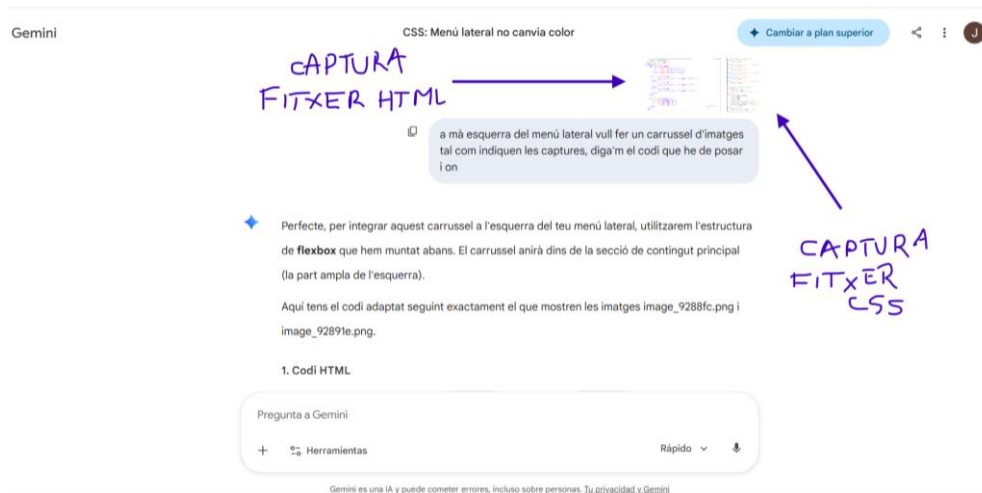
Durant l'elaboració d'aquest treball s'ha fet un ús limitat de la intel·ligència artificial com a eina de suport. Tot i això, tota informació obtinguda ha estat contrastada i analitzada de manera crítica, i el contingut final que es presenta en aquest treball ha estat redactat i revisat per nosaltres.

Concretament, s'ha fet ús de ChatGPT per tal de resoldre dubtes específics, revisar alguns fragments i, ocasionalment, cercar alternatives de redacció més clares. Podeu veure'n un exemple d'aquest darrer aquí:



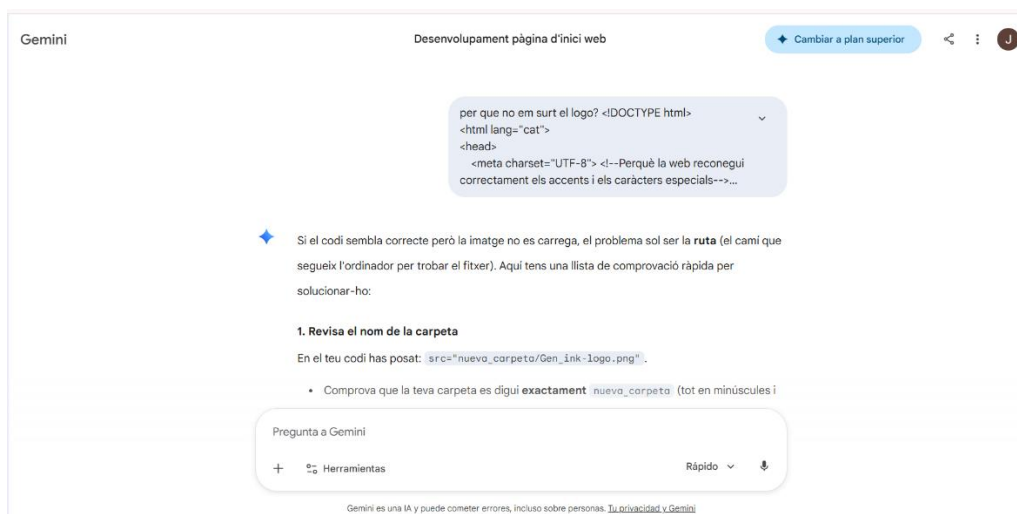
*Imatge 40: Captura de pantalla del ChatGPT i la conversa que hem mantingut per tal de crear exemples de redacció més clares per la nostra memòria*

Pel que fa al desenvolupament dels codis d'HTML i CSS, s'ha consultat Gemini, amb l'objectiu d'obtenir explicacions més detallades dels codis i ajudar-nos en determinats elements no treballats explícitament a classe. Les versions que s'han fet servir han estat, de ChatGPT el GPT-5.5 i de Gemini és el Gemin 3 Flash.



Imatge 41: Captura de pantalla del Gemini on es veu la conversa que hem mantingut amb aquest com exemple d'aquells detalls concrets de codi que desconeixem

En la imatge 41, a més, podem veure que tot i que vam fer servir la IA per ajudar-nos al final no vam acabar utilitzant l'opció del carrusel si bé aquesta era més complicada del que pensàvem i vam valorar que posar una alternativa més simple (una imatge) ens facilitaria poder acabar la resta de pestanyes a temps.



Imatge 42: Captura de pantalla del Gemini on li demanem la revisió del nostre codi

A la imatge 42, però, s'illustra com fèiem servir el Gemini per a revisar el codi, ja que algunes vegades hi havia errors en el codi que cap de les dues era capaç de veure en aquell moment i volíem avançar i si teníem quelcom malament no podíem.

## 6.5 Avaluació del repte

El repte que se'ns havia estat assignat al nostre grup era el tercer, que consistia a fer que el contingut es pogués llegir i entendre amb facilitat.

Per avaluar el repte hem tingut en compte la rúbrica d'anàlisi de l'accessibilitat i la llegibilitat que vam elaborar en l'apartat 2.4.1, i la puntuació total que hem acabat donant ha estat un 7.5.

Pel que fa a la identitat visual, la web fa un ús coherent de la paleta cromàtica utilitzant colors blaus, taronges i blancs garantir una millor accessibilitat i transmetent calma i dinamisme visual. A més, s'ha seleccionat la tipologia "Poppins" per tal de facilitar la llegibilitat.

En relació amb l'apartat d'arquitectura de la informació, considerem que la nostra web presenta una navegació força entenedora i segueix de forma bastant fidel el que s'havia indicat a la memòria. També hem procurat en tot moment que el contingut fos distribuït de forma jeràrquica mitjançant títols, caixes i altres seccions, el qual considerem un gran encert, ja que pot ser de gran utilitzat a l'usuari a l'hora de localitzar amb més rapidesa la informació.

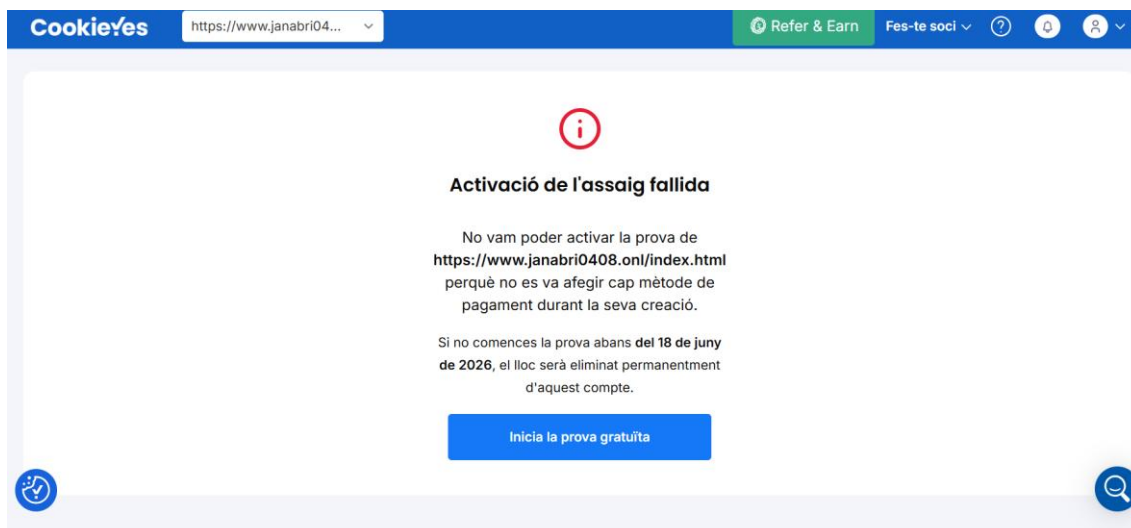
El tercer apartat, anomenat Fonament de la participació, té una puntuació més baixa, perquè tot i haver inclòs alguna crida a l'acció, podríem haver incorporat alguna més per tenir més interacció amb l'usuari.

Respecte a l'accessibilitat i la llegibilitat, s'ha procurat utilitzar un llenguatge proper al públic i una interacció que els motives per a participar i unir-se a la comunitat proposada per la nostra web perquè, tal com s'ha explicat anteriorment a partir dels nostres objectius, busquem que la nostra web pugui arribar un tercer espai on sentir-se còmode.

Finalment, en el compliment del repte considerem que la web compleix amb els objectius que havien estat plantejats en un inici, especialment els de proporcionar un espai de divulgació cultural, la navegació clara i l'accessibilitat de la web.

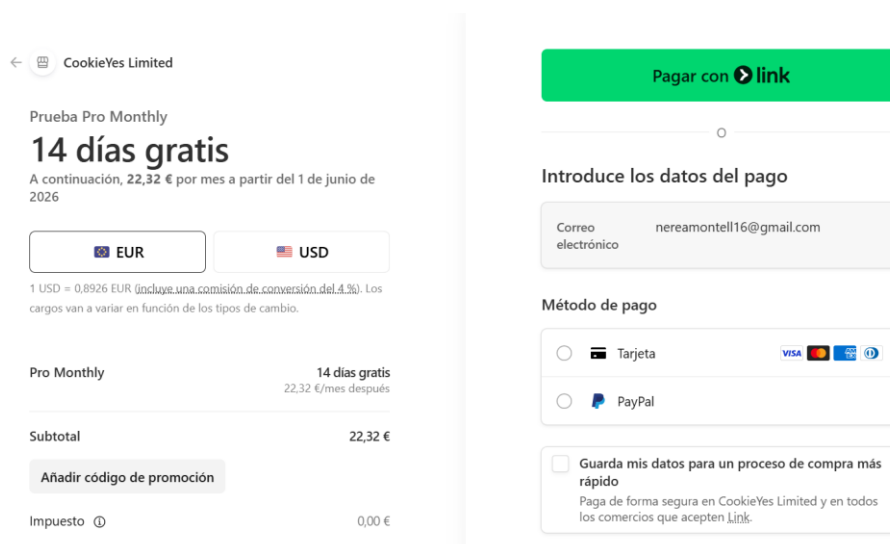
## 6.6 Google Analytics integrat al nostre portal web

Un cop vam entrar a Google Analytics i vam realitzar tota la configuració, vam accedir al gestor de galetes gratuït CookieYes on vam introduir el nostre correu electrònic, la contrasenya i l'URL de la nostra pàgina web, i ens va aparèixer el missatge de la pàgina següent.



Imatge 43: Captura de pantalla del gestor de cookies gratuït CookieYes en haver introduït les nostres dades.

En veure aquest missatge, vam buscar altres alternatives per fer el que se'ns demanava a l'activitat, però no vam trobar la manera de fer-ho. És per això, que vam optar per clicar al botó d'“iniciar la prova gratuïta” .



Imatge 44: Captura de pantalla de la prova gratuïta del gestor de cookies gratuït CookieYes.

El següent que ens va sortir va estar una pantalla a la qual ens demanava començar una prova gratuïta de catorze dies i seguidament introduir les nostres dades de pagament.

Com que no teníem la certesa que no se'ns aplicaria cap càrrec un cop transcorregut aquest període, i en tractar-se tan sols d'un projecte acadèmic, vam decidir no continuar amb el procés per motius de seguretat.

## 7. Bibliografia i eines

### 7.1 Bibliografia

«Convocatorias». s.d. Consulta 27 de març de 2026.  
<https://www.mundoarti.com/concursos/>. «¿Qué significa el color azul en Psicología?» 2018. setembre 3.  
<https://psicologiaymente.com/psicologia/que-significa-el-azul>.

### 7.2 Eines

Canva (Canva). s.d. «Inicio». Consulta 17 de maig de 2026.  
<https://www.canva.com/>.

ChatGPT (ChatGPT). s.d. «ChatGPT». Consulta 17 de maig de 2026.  
<https://chatgpt.com/es-ES/>.

«Corrector ortogràfic i gramatical català | Corrector valencià». s.d. *Softcatalà*.  
Consulta 17 de maig de 2026. <https://www.softcatala.org/corrector/>.

Gemini (Gemini). s.d. «Google Gemini». Consulta 17 de maig de 2026.  
<https://gemini.google.com>.

Produte. s.d. «MockFlow - Wireframe Tools, Prototyping Tools, UI Mockups, UX Suite, Remote Designing». Consulta 27 de març de 2026.  
<https://mockflow.com/>.

«Ubersuggest». s.d. Consulta 27 de març de 2026.  
<https://app.neilpatel.com/en/dashboard>.

«WAVE Web Accessibility Evaluation Tools». s.d. Consulta 27 de març de 2026.  
<https://wave.webaim.org/>.