



# KELLY CENTER WEBPAGE

## UNIFIED CODEBOOK

**IS-CUCO Project, Sponsored by National Science Foundation  
Dr. Oscar A. Mondragon, Dr. Josiah M. Heyman, Melissa Ramirez and  
Fatima Orpineda Prieto  
The University of Texas at El Paso**

## 1. Visual Design & Communication Clarity

### Theme 1.1: Use of Symbols and Visual Aids

- **Code: Visual Engagement**

“People are more visual... they look at colors.”

“Having these drawings and everything is friendlier... easy to take a look at.”

“Las imágenes motivan más a las personas también para unirse al voluntariado”

“Esa imagen cautiva más el interés en explorar más la página”

“Visualmente da más información”

“Usar más imágenes de cada labor para las personas que no pueden leer muy bien”

- **Code: Ambiguity with Icons**

“Drawing... is not fully representing, as I perceive advocacy.”

“The symbols can make the information easier, but I think the words are necessary as they are more specific.”

### Tema 1.2: Realismo y Autenticidad de Imágenes

- **Code: Auténtica Representación**

“Faltaría una foto donde SÍ están entregando los alimentos.”

“No se ve nadie ahí dando un galón de leche o un tomate...”

“Esa ropa no es artesanal, es como para los turistas”

“Visualmente refleja más involucramiento, la forma en que se hacen las entregas, la participación, la cultura y la información de ubicación y horarios”

## 2. Cultural Representation & Identity

### Theme 2.1: Cultural Symbols and Recognition

- **Code: Food Icons as Cultural Markers**

“Molcajete”, “Avocado”, “Chiles”, “Onion”

“La piñata”, “la guitarra”, “el jarrito”, “la pirinola”, “el sombrero”, “la imagen del sol”

“El sol azteca”, “Los tamales”

- **Code: Regional Diversity Sensitivity**

“I don’t know how people from Puerto Rico will identify...”

## **Theme 2.2: Language and Accessibility**

- **Code: Bilingual Improves Access**

“Presenting in English and Spanish increases my understanding.”

“Podría estar inglés y español en la misma página... con el mapa en medio.”

“Sería mejor que toda la página estuviera en ambos idiomas.”

- **Code: Common Translation Issues**

“Spanish version is harder to find correctly... usually inaccurate.”

“Sometimes the Spanish translation is harder to understand than the English.”

“When I have access to both languages, I read English. Sometimes the issue is the incorrect translations.”

“dice ‘para aliviar el hambre’. Y lo tomamos como mexicanos es como raro, en lado latino, decir aliviar el hambre como casi casi decir una persona muerta de hambre”

- **Code: Dual Language Prevents Exclusion**

“If it were solely in Spanish, some people would get mad...”

“Yo pienso que también ahí debería de estar en esa misma página el inglés también. Porque mucha gente no entiende el español, y otras pueden leer en los 2 idiomas”

- **Código: Claridad del Texto**

“Se ve más explicado y más resaltado.”

“Viene la información clara y esencial con todos los datos.”

- **Código: Acceso a la Información**

“La modificada está en español...”

“Aquí la mayoría hablamos español...”

“Yo trato, pero no leo muy bien inglés.”

“Accesible en lenguaje”

### 3. Technological Accessibility and Limitations

#### Theme 3.1: Comfort with Technology

- **Code: Limited Digital Literacy**

“Some of us don’t even know how to turn the computer on.”

“We have to think of the many people that are not computer literate.”

“I’m a grad student... I don’t know how to do open Internet.”

- **Code: QR Code Usability Divide**

“Half are comfortable, and half aren’t.”

“Estaría más accesible un QR code, para escanear he ir más fácil a la página”

- **Code: Preference for Physical Materials**

“We need a pamphlet... put the computer aside.”

### 4. Audience Connection and Emotional Resonance

#### Theme 4.1: Cultural Pride

- **Code: Cultural Language Cues**

“Unidos made me think about my culture.”

“Yes, especially the images of the chiles or vegetables, as well as the mural ‘UNIDOS’ and the colors.

## Theme 4.2: Adequate Community Representation

- **Code: Family & Community Imagery**

“Family helping families transmits the message.”

“The only thing I see Hispanic related is the skin color of the kids in the picture.”

- **Code: Intergenerational Representation**

“She can be my mother and my son!”

- **Code: Inclusive Visuals of Population Groups**

“I see different races... that creates a sense of unity.”

“Que somos hispanos (porque se ven hispanos en las imágenes).”

“Porque viendo las imágenes también puedes ver que para participar puede ser cualquier persona.”

- **Código: Inclusión Visual de la Comunidad**

“Porque viendo las imágenes también puedes ver que para participar puede ser cualquier persona.”

“Creo que esa imagen modificada cautiva más el interés en explorar más la página, y sobre todo para las personas mayores que quieren algo más visual.”

“Las imágenes motivan más a las personas también para unirse al voluntariado.”

“Que somos hispanos (porque se ven hispanos en las imágenes).”

- **Código: Sentido de Pertenencia**

“Yo creo que también el uso de imagen de cómo podemos unirnos como comunidad para poder participar y ayudar a más personas.”

“Porque viene la información en español y todos lo podemos leer.”

“Que también nos ayuda a llevar información a la gente cuando tienen necesidades.”

## 5. Webpage Usability & Instructional Clarity

### Theme 5.1: Information Density

- **Code: Amount of Text**  
“The (bilingual version) text is a little bit extensive.”
- **Code: Over-simplification Concerns**  
“You eliminate a lot of information... I don’t know if you went too far.”
- **Code: Clearer with Numbers or Words?**  
“Better to write the number... or maybe in parenthesis?”

### **Theme 5.2: Design Preferences for Readability**

- **Code: Text/Background Contrast**  
“Hard to read white letters on red background.”
- **Code: Geographical Anchors for Understanding Location**  
“Geographic locations like the church help us remember.”
- **Code: Color Suggestions**  
“Maybe change it to pink or lighter red.”

## **6. Motivation and Action Intent**

### **Theme 6.1: Modified Page Preference**

- **Code: Preference for Modified Page**  
“Yeah, I believe the modified is a lot better.”  
  
“Yes, The is Redesign is successful”  
  
“Yeah, I believe the modified is a lot better. It's visually it's more - You're able to read it at personally, yeah.”  
  
“Well Yes, I believe that it is well modified”  
  
“Yes, The modified webpage makes me feel that it is a family friendly place.”

### **Theme 6.2: Increased Likelihood of Engagement**

- **Code: Design Motivates Use**  
“100% better... more appealing... motivates me.”
- **Code: Engagement Driver**  
“Modified page is more attractive... draws me in.”

## 7. Age Groups & Generational Dynamics

### Theme 7.1: Generational Technology Gap

- **Code: Older Adults Have Less Tech Access**  
“Some of us don’t even know how to turn the computer on.”  
“You go to a home with older people... you don’t see a computer.”
- **Code: Young People Seen as Disconnected**  
“The youth... don’t want to participate.”  
“The young person is not interested... doesn’t have time.”  
“Volunteers were over 40... It’s rare to see young people asking for help or food.”  
“We need to engage more young people... if we do not include them, they will not come.”
- **Code: Intergenerational Help**  
“If we go to someone younger, they can scan it.”  
“My son could help me download it.”
- **Código: Diferencias Generacionales en el Uso**  
“Como para una visual joven de niños atrae, pero para visual de adultos... me llama más la atención la primera imagen.”  
“Sobre todo para las personas mayores que quieren algo más visual en lugar de leer más.”
- **Código: Conexión Emocional Intergeneracional**  
“Yo sé que todas las personas que somos voluntarias, somos voluntarias sin esperar nada a cambio. Pero... ¿de qué manera Kelly cuida a sus voluntarios?”  
“A nosotros mismos poder como dice la pregunta aquí, ‘tú le dirías a tu familiar, a tu amigo, a tu vecino, oye vente vámonos de voluntario’.”

“Y el uso de imagen de cómo podemos unirnos como comunidad para poder participar y ayudar a más personas. Alrededor y animar a la familia a que también se una.”