

Planificación de interfaces gráficas

Sitio: [Aula Virtual IES Aller Ulloa - Informática](#)
Curso: Diseño de Interfaces Web (2021-2022)
Libro: Planificación de interfaces gráficas

Impreso por: Pablo David Rodríguez Jácome
Data: Thursday, 23 de September de 2021, 13:45

Descripción

En este capítulo identificaremos y describiremos componentes característicos que deben planificarse y diseñarse antes de construir un sitio web. sin duda, este capítulo es básico para entender los conceptos y el vocabulario técnico mostrados en el libro. en las secciones correspondientes se hará referencia a los capítulos que tratarán los contenidos más destacables.

Táboa de contidos

1. Introducción

2. Evolución de las interfaces

3. Elementos de diseño: Percepción visual

4. Fundamentos de la composición

4.1. El equilibrio visual

4.2. La tensión compositiva

5. Color, tipografía, iconos

5.1. Color

5.2. Tipografía

5.3. Iconos

6. Interfaces web

7. Componentes de una interfaz web

7.1. Cabecera

7.2. Sistemas de navegación (menús)

7.3. El cuerpo de la página

7.4. El pie de página

7.5. Los espacios en blanco

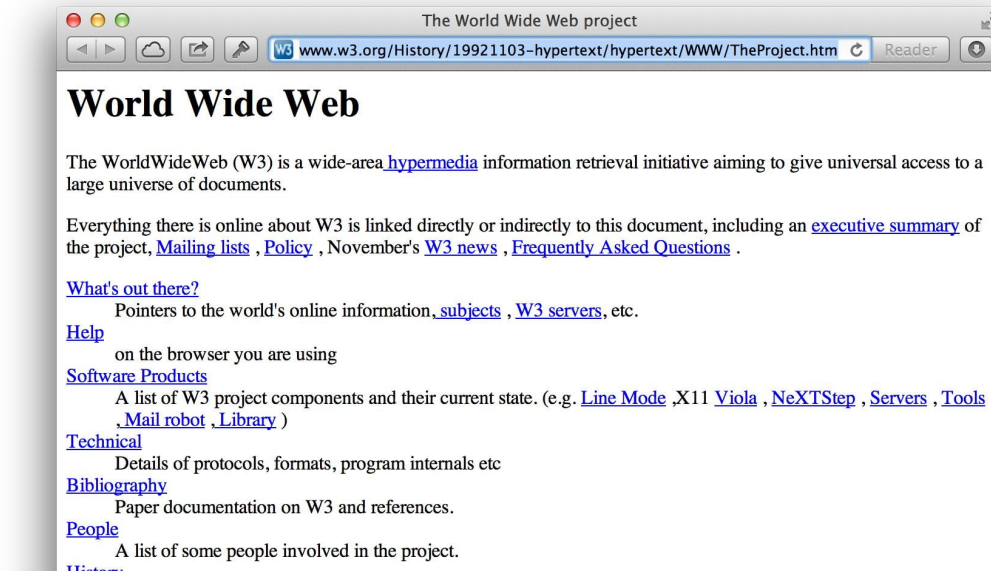
1. Introducción

Qué es una interfaz de usuario?

Se podría definir la interfaz de usuario como el medio con que el usuario puede comunicarse con una máquina, un equipo o una computadora y comprende todos los puntos de contacto entre el usuario y el equipo.

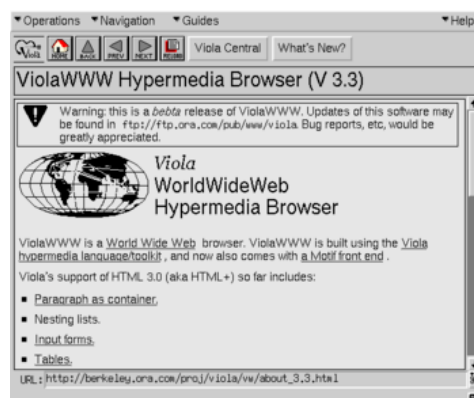
Qué es el diseño?

Se puede definir como el proceso previo de configuración mental, "pre-configuración", en la búsqueda de una solución en cualquier campo.



Link

Viola, primer navegador:



2. Evolución de las interfaces

Primera imagen publicada

No se trata de una broma. Esta fue la primera imagen publicada en Internet en 1992. Se trata de "Les horribles Cernettes" que es una banda de música formada por mujeres del CERN, lugar donde se inventó la WWW.



1995 - 1997 Sitios web basados en tablas

Diseño:

- Las imágenes de fondo eran a menudo insertadas dentro de las tablas.
- El uso de Marcos en las páginas se convirtió en una popular manera de distinguir entre el cuerpo de la página y la barra de navegación.
- Textos animados, textos con movimiento e imágenes .gif empezaban a danzar por toda la web.
- Los contadores de visitas empezaban a ser visibles en la parte inferior de las páginas.

Avances significativos:

- Macromedia FLASH en 1996
- Sitios para crear páginas web gratuitas como Angelfire, Geocities y Expages permitían a cualquiera con una conexión a internet crear su propia página web.

1995 Surgen los primeros buscadores



The image shows the Yahoo! homepage as it appeared in 1999. At the top, there are icons for Auctions, Messenger, Check Email, and the large red "YAHOO!" logo. To the right of the logo are icons for What's New, My, and Help. Below the logo is a banner for "Know when friends are online! Click to download Yahoo! Messenger". To the right of the banner is a "Yahoo! Mail" link with the text "free email for life". Below these are search bars and a "Search" button. A navigation bar lists various services: Shop, Auctions, Classifieds, Shopping, Travel, Yellow Pgs, Maps, Media, News, Sports, Stock Quotes, TV, Weather, Connect, Chat, Clubs, Games, GeoCities, Greetings, Invites, Mail, Messenger, Personals, People Search, For Kids, Personal, My Yahoo!, Addr Book, Calendar, Briefcase, Photos, Alerts, Bookmarks, Companion, Bill Pay, and more... Below the navigation bar are three main sections: "Yahoo! Shopping" (Thousands of stores. Millions of products.) with links to Departments (Apparel, Beauty, Luxury, Sports, Computers, Music, Electronics, Video/DVD), Stores (Macy's, Tavolo, Sephora, Banana Republic), and Features (Summer Fun, Special Offers, Top-selling CDs, Gift Ideas); "Arts & Humanities" (Literature, Photography...); "Business & Economy" (B2B, Finance, Shopping, Jobs...); "News & Media" (Full Coverage, Newspapers, TV...); "Recreation & Sports" (Sports, Travel, Autos, Outdoors...); "In the News" (Sierra Leone diamonds banned, JFK Jr. crash blamed on pilot error, Flight attendants denounce air rage, Wimbledon - Venus defeats Serena, advances to final); and "Marketplace" (Y! Auctions - Pokemon, Longaberger, autos, 'N Sync, Free 56K Internet Access).



The image shows a Netscape browser window displaying the AltaVista homepage. The browser's address bar shows "http://www.altavista.com/". The AltaVista homepage features a search bar with the text "Ask AltaVista® a question. Or enter a few words in any language". Below the search bar are links for "Search For:" (Web Pages, Images, Video, Audio) and a "Search" button. There is also a "Search tip: use image search" link. The page includes a date "October 23, 1999 PDT" and a "Connections" section with links to "My AltaVista", "Shopping.com", and "Zip2.com". At the bottom, there are links for "ALTAVISTA CHANNELS" (My AltaVista, Finance, Travel, Shopping, Careers, Health, News, Entertainment) and "FREE INTERNET ACCESS" (Download Now, Support, Useful Tools, Family Filter, Translation, Yellow Pages, People Finder, Maps, Usenet, Check Email).

Google!

Search the web using Google!

10 results

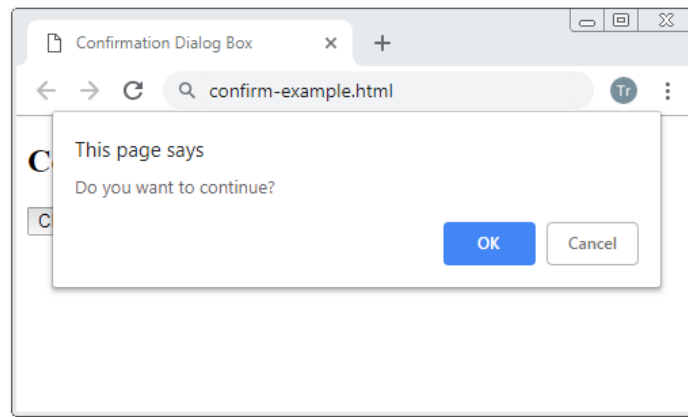
We've moved. New site at google.com
[About the Google Stanford Project](#)

Get Google! updates monthly!

 [Archive](#)

Copyright ©1997-8 Stanford University

Mediados de los 90. Inclusión de JavaScript



2000 El éxito del CSS

Diseño:

- Las hojas de estilo en cascada (CSS) permitió a los diseñadores gestionar de manera separada diseño y la estructura del sitio.
- Usando CSS los elementos de diseño de una página, como el color de fondo, tamaño de texto, etc, podían ser definidos en una hoja de estilo aparte y no directamente en el html de la página.
- Mientras que CCS se presentó a finales de la década de los 90, el 2000 fue el año en donde empezó a mostrar su verdadero potencial.

Avances significativos:

- En el año 2000, Internet Explorer 5 se convirtió en el primer navegador web en soportar CSS1 en su totalidad.

2000 - 2005 El ascenso del JavaScript

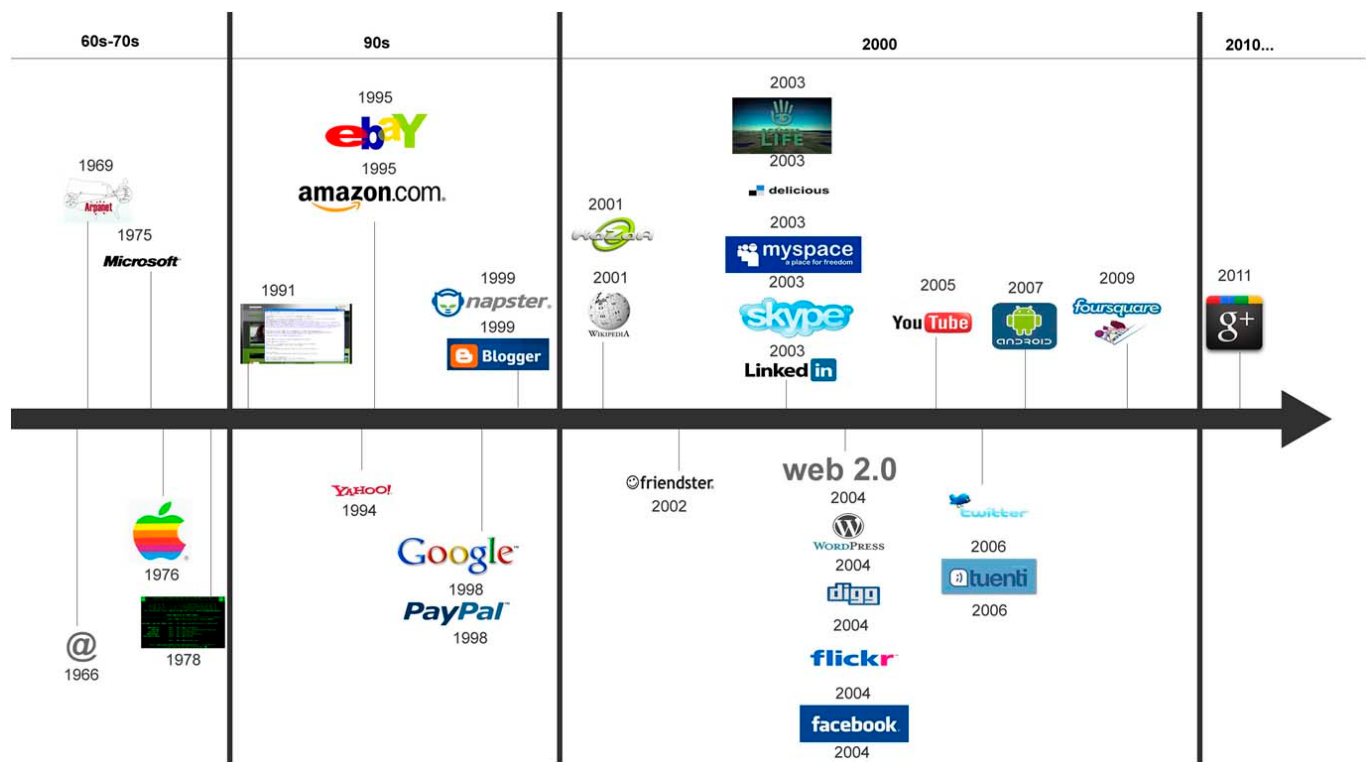
Diseño:

- JavaScript fue uno de los primeros intentos exitosos para dotar a la web de inteligencia. Con JavaScript los diseñadores podían animar menús de navegación sin usar Flash, realizar cálculos de computo, dar efectos a letras y textos, scroles de pantalla, etc.
- Las barras de navegación comenzaron a colocarse en la parte superior de la página.
- Los menús de navegación desplegables se convirtieron en una opción popular.
- El contenido creado por el usuario aparece en escena, permitiendo a los usuarios crear y personalizar perfiles en línea, revistas y colecciones de fotos.

Avances significativos:

- En el año 2000, la W3C recomendaba la segunda versión de JavaScript y cerca del 2002 ya todos los navegadores lo soportaban.

2002 - Aparecen las primeras redes sociales



2006 - 2009 Web 2.0

Diseño:

- El contenido interactivo posibilita cambiar y añadir contenido sin tener que recargar la página.
- Nuevas y poderosas aplicaciones inundaban la web, capaces de procesar contenido en video, fotos y mucho más.
- El enfoque del diseño se centra más sobre la publicación de contenidos (artículos, gráficos, etc) que en solo vender productos.
- Las redes sociales se orientaron a involucrar al usuario en la creación de contenido y compartirlo con otros.

Avances significativos:

- HTML5 empezaba a ganar popularidad como una eficaz alternativa a FLASH, gráficos avanzados, video y desarrollo de aplicaciones.

2010 - Diseño responsive (Adaptable)



3. Elementos de diseño: Percepción visual

A la hora de desarrollar un sitio web hay que tener en cuenta qué interfaz web ofrecer y qué elementos incluir en ella. cada uno de esos elementos contribuirá a la percepción que sus potenciales usuarios tendrán de la aplicación.

Una de las primeras impresiones que causará la interfaz de usuario será visual. aunque suene duro, en función de la forma, tamaño, ubicación, color, tipografía, etc., que se le asigne a cada uno de los elementos de la interfaz se influirá, de una manera u otra, en el usuario o visitante de un sitio web.

El diseñador ha de tener en cuenta constantemente a lo largo de todo su trabajo estas circunstancias y saber valorar la relación directa que puede identificarse entre sus diseños y cómo estos serán percibidos. a modo de ejemplo, ¿algún aficionado al fútbol se puede imaginar una página del real Madrid diseñada con los colores azul y grana? ¿cómo lo percibirían los aficionados del real Madrid? o, ¿un lector empedernido interesando en comprar libros en amazon imagina no encontrar fácilmente la opción de comprar un libro?

El diseñador debe buscar un equilibrio entre los elementos que constituyen la interfaz, a fin de poder así hallar un adecuado sentido gráfico de su diseño, lo que a su vez le permitirá conseguir una comunicación eficaz.

Debemos tener muy presente que, por principio, nada debe ser totalmente superfluo en un diseño, aunque tampoco es conveniente excederse en la utilización de elementos por el mero hecho de ponerlos, ya que esto puede producir un excesivo ruido o distracciones que pueden enmascarar el mensaje de la comunicación.

Por ejemplo, un sitio web con demasiados elementos animados distrae al usuario olvidándose por un momento de que hay un texto que leer.

Una vez asimilada toda la información sobre aquello que quiere comunicar, el diseñador ha de empezar a generar soluciones de diseño adecuadas al propósito.

Lo primero que determinará es el área de diseño, es decir, qué tamaño se asignará al espacio del que se dispone para la composición gráfica. Una composición gráfica puede estar formada por muchos o pocos elementos.

Puede componerse exclusivamente de la presencia de texto o solo de imágenes; puede poseer grandes espacios en blanco o constituir una combinación equilibrada de elementos gráficos. Pero, en cualquier caso, debe ser adecuada con lo que se quiere comunicar. Por ejemplo, ¿es lo mismo diseñar el programa de un concierto de música clásica que el cartel de un concierto de rock? y, ¿es lo mismo un portal de venta de ropa que un portal tipo buscador Google?

4. Fundamentos de la composición

Con lo visto anteriormente, se puede concluir que hacer una composición gráfica es ordenar todos los elementos de nuestro diseño, ya sean texto o ilustraciones, destinados a lograr los objetivos propuestos, es decir, impactar visualmente al público receptor de nuestro mensaje. aunque no hay ninguna norma específica que garantice el éxito de una composición, sí existen una serie de pautas a las que el diseñador se puede adecuar para obtener soluciones eficaces, todas ellas muy relacionadas con la percepción.

El diseñador ha de tener un profundo conocimiento de los factores que rigen el fenómeno de la percepción para poder establecer sus composiciones de un modo sólido y fundamentado. algunos de estos factores son:

- **Componentes psicosomáticos del sistema nervioso:** nos facilitan el contacto visual con nuestro mensaje gráfico haciendo uso del mecanismo de percepción llamado vista.
Con ella recogemos información visual (percibimos distintas formas, ubicaciones, longitudes de onda de un color, etc.) que luego nuestro cerebro interpreta como contornos, texturas, dimensiones, etc., dotándolas de un significado gráfico definido.
- **Componentes de tipo cultural:** influyen en la interpretación que hacemos de los estímulos desde un punto de vista cultural y educacional. Por ejemplo, el color que en occidente está relacionado con el luto es el negro mientras que en los países orientales este mismo significado se le asigna al color blanco.
- **Experiencias compartidas con el entorno:** por ejemplo, conceptos altamente arraigados como: hierba/verde, azul/cielo, hielo/frío. todas ellas van constituyendo una serie de dualidades que el hombre va aprendiendo desde su infancia y que, posteriormente, serán utilizadas por él como patrones con los que interpretar y dotar de significado la realidad.

Todos los factores anteriormente señalados proporcionan una clara orientación sobre cómo una determinada composición puede llegar a afectar a nuestra percepción y, consecuentemente, a la interpretación final que hagamos del mensaje. sin embargo, hay más factores relacionados con la disposición de los elementos para conseguir una composición adecuada.

4.1. El equilibrio visual

Antes de hablar del equilibrio visual es necesario definir dos conceptos previos de mucha importancia: el equilibrio **formal** y el **informal**.

El equilibrio formal se basa en la bisimetría. Se busca con él un centro óptico dentro del diseño y no tiene por qué coincidir con el centro geométrico de la composición. El punto de equilibrio formal suele estar ubicado un poco por encima del centro geométrico. Una composición que decida seguir este esquema compositivo reflejará estabilidad, calma y estatismo. No supone una composición muy audaz o creatividad, aunque lo que sí asegura es una distribución armónica de los elementos.

El equilibrio informal, por el contrario, está altamente cargado de fuerza gráfica y dinamismo. Prescinde por completo de la simetría y el equilibrio se consigue aquí en base a contraponer y contrastar los pesos visuales de los elementos, buscando diferentes densidades, tanto formales como de color, que consigan armonizar visualmente dentro de una asimetría intencionada.

Las formas pequeñas poseen menor peso visual que las más grandes. Si, además, la forma de la figura no es regular, su peso aumenta notablemente.

Los colores también juegan un papel importante en lo que respeta al peso visual: cuanto más luminosos sean, mayor peso compositivo tendrán.

Entre elementos con el mismo tamaño pero colores de diferente intensidad tiene más peso visual el de color intenso. Pero, entre elementos del mismo color, tiene más peso visual el de más tamaño.

El último elemento importante de equilibrio es la posición. Dependiendo de dónde se coloquen los elementos se podrá conseguir un mayor equilibrio y se apreciarán mejor por parte del usuario.

Es evidente (en occidente), por ejemplo, que los elementos situados en la parte superior de la página tienen más protagonismo que los situados en la parte inferior derecha.

En resumen, para conseguir un equilibrio adecuado hay que estar al tanto de todos los factores compositivos que intervienen, tales como el peso, el tamaño y la posición.

4.2. La tensión compositiva

Lo opuesto al equilibrio desde el punto de vista estructural es la tensión compositiva.

La tensión tiene como finalidad dirigir la mirada y conseguir fijar la atención del observador.

La tensión se puede conseguir con la combinación de líneas y formas agudas e irregulares. Hay algunas técnicas para provocar la tensión y conseguir captar la atención del usuario. Las principales técnicas son:

- **Técnica sugestiva:** consiste en dirigir intencionadamente la atención a un punto determinado utilizando elementos de apoyo. Por ejemplo, imágenes de personas que miran hacia un punto determinado (que sería el punto de interés).
- **Técnica rítmica:** basada en la tendencia innata del ojo humano a completar secuencias de elementos (ya sean números, formas, figuras geométricas o colores), agrupando aquellos que poseen formas semejantes.

Actividad:

Observe y navegue por los siguientes sitios web. ¿Qué siente al verlos? Describa, con sus propias palabras, lo que resaltaría como negativo en cada uno de ellos.

<https://www.art.yale.edu/> Escuela de arte de Yale en Connecticut.

https://www.vatican.va/holy_father/special_features/hf_jp_ii_xxv_en.htm Página publicada en el Vaticano.

5. Color, tipografía, iconos

Dentro de las composiciones para diseñar sitios web, los elementos más destacados que podemos encontrar en todas ellas son: colores, tipografía e iconos. Los tipos y cantidad de estos elementos, así como su variación, dependerá lo que pretendemos comunicar con el sitio web (y de la creatividad del diseñador).

5.1. Color

En los entornos gráficos digitales, los colores se forman a partir de tres básicos, el rojo, verde y azul, que se denominan *componentes*.

Generalmente, la intensidad de cada componente se expresa (en diseño web) como un número hexadecimal del 00 al ff (del 0 al 255 en base diez). Por ejemplo, el color rojo se representa como #ff0000, porque tiene toda la intensidad de rojo y nada de verde y azul.

Los colores básicos son:

- #ff0000 - rojo
- #00ff00 - verde
- #0000ff - azul

Otros colores son:

- #ffffff - blanco
- #000000 - negro
- #ffff00 – amarillo (mezcla de rojo y verde)

Para hacer un color más oscuro se reduce la intensidad del componente, dejando los otros dos iguales. De esta forma, el rojo (#ff0000) se hace más oscuro así: #cc0000, #990000, #660000, #330000, etc.

Actualmente, la gran mayoría de entornos que permiten el trabajo con colores ofrecen la equivalencia de los colores en este formato hexadecimal. La figura 1.1 muestra una típica paleta de colores en Windows 7, mostrando el color negro (00 rojo, 00 verde y 00 azul).

<https://color.adobe.com/es/create/color-wheel> Adobe color

Aunque parezca lo más sencillo, elegir una combinación de colores apropiada para un diseño es una de las tareas más difíciles.

Para algunos expertos en diseño, la combinación adecuada de colores requiere un gen artístico que no todo el mundo tiene.

Para otros, la combinación adecuada de colores se puede calcular con ecuaciones matemáticas que combinan colores, tonos y saturación para crear composiciones artísticas.

Sin embargo, para que un diseñador web no tenga que ir de un extremo a otro para poder crear una buena composición, existe software que ayuda en esta labor de crear combinaciones armónicas y placenteras.

Estas herramientas suelen estar muy orientadas a facilitar el trabajo del diseñador rescatando combinaciones de sitios o imágenes ya creadas:

- Crear varias combinaciones de colores a partir de un color de referencia.
- Obtener combinaciones de colores presentes en una imagen ya creada. Útil cuando se quiere sacar una combinación, por ejemplo, de una foto.
- Obtener el código de un color y el valor hexadecimal (rGb y cMyK) de cualquier color que se ve en tu pantalla. Esto es interesante cuando se desean sacar los colores de, por ejemplo, un sitio web ya creado.
- Buscar imágenes que satisfagan un patrón de colores concreto. Útil cuando se quiere encontrar imágenes que combinen con los colores de la web.

Herramientas para colores:

<https://colorpix.waxoo.com/>

ColorPix: es un pequeño software que descargas en tu ordenador y te permite conocer los códigos, las coordenadas y el número de píxeles de cada color presente en tu pantalla. ColorPix traduce automáticamente cada color en los códigos rGb, hex, hsb y cMyK.

Permite, incluso, que hagas zoom a un área de la pantalla. Funciona con Windows y es gratuito.

<https://whatsitscolor.com/>

Whats Its Color: es un servicio web gratuito útil para encontrar los colores complementarios para una imagen. Basta con subir una foto al sitio (upload) o encontrar una en la web. Para esa imagen aparecerá una combinación compuesta de los colores primarios de la imagen. Sobre esos colores la aplicación propondrá los diez mejores colores únicos, entre los complementarios y los dominantes de la imagen.

5.2. Tipografía

Sin duda, los textos son la base de la gran mayoría de los sitios web. transmitir información mediante letras es lo más común y, por tanto, requiere una especial atención.

Cuando se habla en diseño web de fuente se hace referencia a un conjunto de caracteres con un estilo o modelo gráfico particular. De alguna manera, una fuente es sinónimo de tipo de letra. a la hora de manejar fuentes en un sitio web hay que tener en cuenta una serie de limitaciones y características que complican el diseño. entre esas limitaciones, la más destacada es que las fuentes disponibles en cada sistema operativo son diferentes.

Aunque las versiones actuales de los navegadores instalan un conjunto de fuentes similar en Windows, Linux, MacOS, etc., hay que tener en cuenta que existen otros navegadores y otros sistemas operativos, por lo que es importante asegurarnos de que los contenidos textuales tendrán el mismo aspecto con independencia del navegador que interprete el sitio web.

Más allá de esto, las otras limitaciones están relacionadas con la adecuación, con lo que se quiere comunicar su legibilidad y, como ocurre con los colores, si son o no combinadas con buen gusto.

Las fuentes más comunes suelen ser las llamadas Sans Serif, destacando entre ellas Verdana, Arial y Helvetica, aunque hay una fuente concreta con ese nombre, Sans Serif, que hace referencia a un tipo genérico. estas fuentes son adecuadas para mostrar texto en pantallas.

Si se desea que los textos se puedan imprimir, es conveniente sustituir las fuentes anteriores por alguna tipo Serif (con remates en sus extremos), ya que son más legibles en documentos impresos y menos monótonas.

Entre estas fuentes tipo Serif destacan las conocidas Times New Roman, Courier y Courier New, aunque también hay una fuente concreta llamada Serif que hace referencia a un tipo genérico.

Como se verá más adelante, usando css es posible indicar que para un mismo texto se usen fuentes diferentes, una para ver en pantalla y otra para que se muestre impresa.

Para concluir, un sitio web no es aconsejable que use más de tres fuentes. es una recomendación bastante extendida en los sitios web actuales. algunos ejemplos de fuentes se muestran en la siguiente figura:

SUNSHINE

SUCCULENT

LOVE YOU

BEBAS

JOURNEY

WINDSOR GREAT PARK

Thankful

KING BASIL

Hello

YOUNG COCONUT

SMILE

ARGYLE SOCKS

HOME

PINSETTER

Merry

MADE GOODTIME SCRIPT

Create

NAUTILUS POMPILUS

joyful

GRAND HOTEL

FAVORITE FONTS
FOR CRICUT PROJECTS

WWW.POLKADOTCHAIR.COM

5.3. Iconos

La palabra **icono** se utiliza para designar a las imágenes gráficas generalmente pequeñas y que suelen ser metáforas de las acciones que se pueden hacer.

Por lo general, se trata de mantener una relación entre el icono y lo que representa, es decir, que lo que se identifica con dicho icono está ligado de alguna manera al icono que lo está representando. Respecto a esto, existen algunos estándares de facto, como por ejemplo, el icono de un disquete sustituye a la orden "guardar"; el de una lupa, a la orden "buscar" y el de una carpeta representa a los archivos.

Con estos dibujos evitamos leer textos y obtenemos de una manera más rápida las opciones que nos presentan. Una buena elección de estos iconos es muy importante, puesto que si un usuario no es capaz de determinar su significado no hemos conseguido nuestro propósito de ahorrarle tiempo en la visualización de la página. Un icono debe contener la menor cantidad de detalle posible, únicamente dejar los imprescindibles para la comprensión de su significado.

Otro punto importante en la elección de un icono es la estandarización, o mejor dicho, a lo que están acostumbrados los usuarios. Es muy arriesgado innovar con estos temas puesto que los usuarios son muy reticentes a los cambios y tendría que ser muy bueno el icono para que no despiste al usuario.

La web de amazon, un ejemplo de portal que no usa muchos iconos pero sí usa un icono asociado a la cesta de la compra para conseguir más impacto visual, ayudando al usuario a localizar bien cómo acceder a comprar.

<https://www.amazon.es/>

Aunque pueda parecer lo contrario, los iconos tienen sus limitaciones en la web. Estas limitaciones están relacionadas con la falsa creencia de que un icono es interpretado más rápido por un usuario que un texto.

A veces, eso no es así y los iconos, lejos de facilitar, complican más la web, al no estar el usuario familiarizado con lo que quiere representar el icono. Esto es debido a que los iconos son siempre subjetivos, están sujetos a la interpretación individual y subjetiva de cada persona a partir de su experiencia. nunca son totalmente claros e inequívocos y existe riesgo de malentenderlos.

Por esta razón no se recomienda usar iconos para operaciones críticas y se recomienda mejor un texto con una fuente adecuada y legible, o una combinación de ambos, como la imagen anterior de amazon.

Según varios estudios, debido a los riesgos de interpretación de los iconos, su adecuado diseño no puede depender únicamente de la inspiración o preferencias de diseñadores o los responsables del sitio. Es necesaria la creación de varios diseños o prototipos para cada icono y la realización de test con usuarios reales en un proceso iterativo de diseño-test-rediseño.

Actividad:

Desde el punto de vista de los colores, fuentes e iconos, compare estos dos sitios web. Escriba al menos tres aspectos positivos y tres negativos de cada uno.

<https://www.lingscars.com/>

<https://www.avis.es/>

6. Interfaces web

Una **interfaz Web** es un sistema gráfico que permite acceder a los usuarios a los contenidos de la web mediante el uso de elementos gráficos, los cuales son conocidos por la mayor parte de los usuarios que acceden a la página.

El **objetivo** principal en el diseño de una interfaz Web es que sus potenciales usuarios puedan acceder a todos su contenidos de la forma más rápida y sencilla posible.

Son muchos los elementos de los que puede estar compuesta una interfaz Web.

El número de elementos empleados dependerá del objetivo del sitio.

Los más destacados son:

- Elementos de identificación
 - Son aquellos que identifican plenamente al sitio web.
 - El usuario, a la vista de estos elementos, debe saber a quien pertenece el sitio web.
 - Título, imágenes o logos, nombre del sitio
- Elementos de navegación
 - Están presentes en cada una de la pantallas de un sitio web.
 - Permiten al usuario moverse por las diferentes secciones del sitio y retornar de nuevo a la página principal o inicial.
 - Deben ser intuitivos para permitir saber qué hay que hacer en cada contenido concreto.
 - Enlaces web.
- Elementos de contenido.
 - Son las zonas en las que se muestra la información relevante de cada una de las páginas web que componen el sitio.
 - El contenido puede ser de todo tipo: texto, imágenes, formularios, etc
 - Deberá tener un título del contenido y la zona de contenido propiamente dicha.
- Elementos de iteración.
 - Son las zonas del sitio web que las que se ofrece la posibilidad de realización de acciones a los usuarios del sitio.
 - Formularios, zona de buscar...

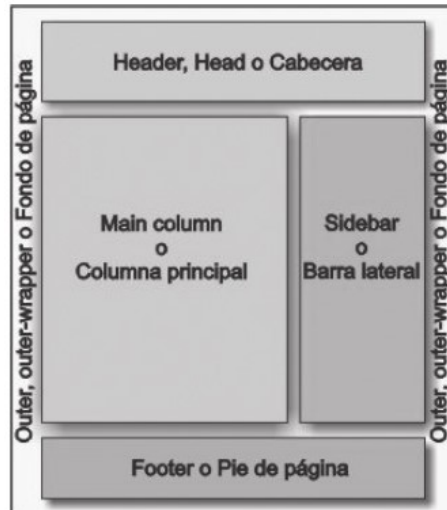
7. Componentes de una interfaz web

Un punto muy importante a la hora de introducir lo que es el diseño de interfaces web es definir cuáles son actualmente sus componentes, es decir, qué partes forman un sitio web.

Desde las primeras páginas web hasta la actualidad, los diseños han evolucionado hacia la homogeneidad, ofreciendo unas interfaces bien definidas, con un conjunto de componentes gráficos y funcionales similares que hacen posible que, sea cual sea el usuario que accede a un sitio web cualquiera, la comunicación entre ellos sea posible y efectiva. En esta evolución, como si de una selección natural se tratase, se han asentado elementos que han demostrado su utilidad y su comprensión por los usuarios. Algunos ejemplos son: sistemas de navegación, los pies de página o los formularios de entrada de datos, etc., que normalmente encontraremos en todas las páginas web y cuyo diseño y funcionalidad son similares en todas ellas.

La figura muestra la estructura general de un sitio web (o página web) marcando los nombres de sus elementos principales.

Conocer estas partes es importante por sí mismo, pero también es fundamental porque forma parte del vocabulario al que se hace referencia en las guías de estilo, introducidas también en este capítulo a continuación, se describen esos elementos.



7.1. Cabecera

Se entiende por cabecera una zona de la interfaz web situada en la parte superior de la misma (de ahí su nombre), de anchura generalmente igual a la de la página y altura variable, en la que se ubica generalmente el logotipo del sitio web o de la empresa propietaria, acompañado generalmente de un texto identificador de la misma y de otros elementos de diseño, como fotografías (simples o formando un montaje), formularios de login (entrada de claves de acceso al sistema), banners publicitarios, etc.

Un ejemplo de cabecera es la de la uvigo <https://www.uvigo.gal/es>

El objetivo principal de la cabecera está muy relacionado con el de las cabeceras en las portadas de la prensa escrita, por ejemplo, diarios:

- Identificar el sitio web con la empresa a la que representa mediante el logotipo y el nombre del mismo, de la empresa propietaria o de la marca que representa.
- Identificar y homogeneizar todas las páginas pertenecientes al sitio web, ya que la cabecera suele ser común en todas ellas, creando con ello un elemento de referencia común.
- Crear una separación visual entre el borde superior de la interfaz y el contenido central de la misma, haciendo más cómoda su visualización y lectura.

El motivo por el que la cabecera se encuentra situada en la zona superior de la interfaz y el logotipo en su parte izquierda obedece a consideraciones de jerarquía visual. en la cultura occidental estamos acostumbrados a leer de arriba hacia abajo y de izquierda a derecha, por lo que la parte superior izquierda de una página es la primera a la que dirige el usuario la vista, con lo que situando en ella el logotipo nos aseguramos que sea el primer elemento gráfico que el espectador observe.

La cabecera no es obligada en un sitio web, pero es habitual usarla. La forma más común de la cabecera es rectangular, pero conforme avanzan el diseño gráfico, se pueden encontrar de muchas formas y colores, asociándose generalmente al impacto que se quiere causar en el usuario. en cualquier caso, el diseño (colores, tipografía, etc.) de la cabecera nunca debe ocultar el logo y el texto que se muestra en ella.

La cabecera no tiene siempre que ocupar todo el ancho de la página, puede ocurrir que tan solo ocupe una parte del mismo, generalmente la izquierda, en la que se suele situar en una banda vertical común con un menú de navegación.

Por otro lado, también es posible encontrar páginas sin cabecera, generalmente en páginas de inicio que sirven como presentación del sitio y que presentan un diseño especial, diferente al del resto de páginas que lo forman. También ocurre en páginas de diseño vanguardista, que intentan huir de los patrones clásicos, muchas de ellas desarrolladas en tecnología Flash (obsoleto).

En estos casos el logotipo puede estar situado en cualquier zona de la interfaz, generalmente en la parte inferior izquierda de la misma.

Ejemplos de páginas webs creadas en flash:

<https://www.gotmilk.com/>

<http://unouplus.com/>

<https://www.antonpawlik.com/>

<http://mauricioillustration.com/>

7.2. Sistemas de navegación (menús)

Los sistemas de navegación son los elementos de una interfaz que permiten la navegación por las diferentes secciones y páginas que componen el sitio web.

Generalmente se presentan como menús formados por diferentes opciones, con las que el usuario puede interactuar al seleccionarlas, pasando a una nueva página o documento.

Un ejemplo de menú es mostrado en la siguiente imagen:



Los menús pueden tener textos, gráficos o ambos (el de la imagen es solo texto), todo ello combinado también con efectos dinámicos para acentuar el carácter interactivo de las mismas. Un tipo de efecto es el rollover, en el que todos los componentes, una opción o algunos de ellos cambian de aspecto al situar el usuario el puntero sobre ella con capas, css y Javascript (Dhtml) es posible crear también menús dinámicos en los que aparecen y desaparecen porciones del mismo según las acciones que haga el usuario sobre sus opciones principales.

De este tipo son los conocidos menús de árbol, similares al que ofrece el explorador de Windows para navegar entre los discos duros y sus carpetas, y los menús de cortinillas, en los que aparecen y desaparecen capas con grupos de opciones.

Otro tipo de menú muy aceptado es el de pestañas, que simula el aspecto de un clásico archivador de carpetas, apareciendo en primer plano la pestaña activa, en un color diferente y unido visualmente a la base común o al cuerpo de la página.

Un formato de menú muy extendido es el “estás aquí”. este tipo de enlace presenta en forma textual una serie de enlaces que describen la ruta que ha seguido el usuario para llegar a la página actual a partir de la home o página de inicio, permitiendo regresar a cualquiera de ellas rápidamente. Estos menús poseen la ventaja adicional de ubicar al visitante en el total del sitio, con lo que éste sabe en cada momento dónde se encuentra y cómo ha llegado allí.

Los menús son un elemento principal en todo sitio web porque permite que el usuario sepa en todo momento cómo moverse por el sitio y saber también dónde está. Por lo tanto, la ubicación de los menús es un aspecto muy importante en el diseño. Ésta debe permitir un cómodo acceso a las opciones que lo forman, pero sin llegar a estorbar al resto de elementos.

Los menús tipo lista y los de árbol se sitúan generalmente en la zona lateral izquierda de la página, mientras que el tipo pestaña o “estás aquí” es más habitual verlos en la parte superior, debajo de la cabecera. Esta distribución se ha convertido en un estándar de facto entre los diseñadores, pero el origen de esta costumbre está más ligado a cuestiones técnicas (muy asociada a la resolución y a html) que a motivos de usabilidad, funcionalidad o estética.

Si la altura de la página es tal que el usuario tiene que utilizar la barra de desplazamiento vertical tanto que pierde de vista el menú, es conveniente situar una versión reducida del menú principal en el pie de página, para que pueda acceder directamente desde esa posición a las partes del sitio.

Si el menú ofrece un número excesivo de opciones (cinco o más), es aconsejable utilizar menús dobles o menús en forma de árbol

que jerarquice las opciones. Esto permitirá que el usuario encuentre la opción deseada con mayor facilidad.

En caso de ser necesario, el segundo menú (menú secundario) deberá diseñarse de forma que se identifique claramente como tal, siendo habitual mantener el menú principal como elemento general de navegación del sitio web completo y utilizar el menú secundario para permitir la navegación entre las diferentes páginas de una sección o nivel concreto.

Ejemplo de un sistema doble muy común es el formado por un menú principal lateral y uno secundario ubicado en la zona superior del cuerpo principal de la página, que puede ser de tipo “estás aquí”. Otra modalidad común es la formada por un menú principal horizontal bajo la cabecera y uno secundario en el lateral, aunque es posible cualquier combinación lógica y funcional.

Actividad: ¿Sabes de alguna página web que su navegación sea caótica o alguna otra que sea muy buena?

7.3. El cuerpo de la página

El cuerpo es la parte de la página web donde se presenta al usuario toda la información referente a los contenidos de la página. Lo que aparece en el cuerpo suele ser el objetivo del sitio, lo que el usuario quiere ver. Por lo tanto, el espacio destinado a ella debe ser el mayor de todos, ocupando generalmente entre el 50% y el 85% del total. Su ubicación es siempre central, bajo la cabecera (si la hay) y al lado del menú lateral de navegación (si lo hay).

Los contenidos específicos del cuerpo de la página variarán según sea una página textual, un formulario, una ficha, una tabla o una página mixta, pero aparte de estas particularidades, existirán algunos elementos característicos de esta zona, que deberán estar presentes generalmente en todos los casos.

Es habitual que el cuerpo central lleve un título que identifique claramente la página a la que ha accedido el usuario. Este título se situará en la parte superior de esta zona y puede ser reforzado mediante un menú de navegación tipo "estás aquí". el tamaño de las letras del título de página debe ser superior al del resto de los contenidos (como ocurre en los periódicos), con la finalidad de resaltar.

Sin embargo, ésta no es la única manera de resaltar el título con respecto al resto del contenido. otra alternativa es cambiar el color del título con respecto al contenido. si el contraste en significativo entre ambos colores, se consigue también resaltarlo.

Es importante que todos los elementos gráficos que situemos dentro del cuerpo de página presenten un aspecto similar al del resto de elementos de la interfaz, respetando el estilo de todo el sitio.

7.4. El pie de página

El pie de página es la parte de una interfaz web situada en la parte inferior de la misma, bajo el cuerpo de página.

En principio no parece tener una misión muy importante, sin embargo tiene mucha utilidad por la información que muestra y por ayudar a una percepción más estructurada del sitio.

Un uso muy común del pie de página es para mostrar enlaces a servicios muy particulares del sitio web, como contratación de publicidad, formulario de contacto, ofertas de empleo, condiciones de uso, políticas de seguridad, etc.

Otro uso común es para mostrar información sobre la empresa propietaria del sitio web o de su responsable directo.

Como se comentó al hablar de los menús, si la página necesita de mucho movimiento vertical para poder visualizarse entera (usando barra de desplazamiento) el pie de página suele contener un menú auxiliar que permita al usuario continuar navegando por el sitio web sin tener que volver a buscar el menú principal.

Los contenidos del pie de página pueden aparecer alineados de cualquiera de las formas aceptadas (a la izquierda, centrados, a la derecha o justificados), aunque lo normal es que aparezcan centrados en pantalla. Si aparecen alineados de otra manera, siempre deberá estar en consonancia con el resto de elementos de la página.

7.5. Los espacios en blanco

Aunque parezca mentira, un elemento de especial importancia en un diseño web son los espacios en blanco. Los espacios en blanco se definen como todas esas zonas de la interfaz en las que no hay ningún otro elemento gráfico.

Entre sus objetivos está el compensar el peso visual del resto de elementos, crean márgenes o separaciones entre ellos, encuadrándolos de forma adecuada, y marcan los límites que estructuran la composición, haciendo la interfaz más equilibrada, limpia y bella.

Para muchos expertos en diseño web, la forma correcta es diseñar considerando desde el principio a los espacios en blanco como un elemento gráfico más, concibiendo su presencia y su ubicación desde el principio.

Los espacios en blanco establecen el lugar, la rejilla base de la composición, que delimita las zonas en las que vamos a situar el resto de elementos, los márgenes y separaciones que van a existir entre ellas. a continuación se muestran algunas consideraciones concretas sobre los espacios en blanco.

Si existe un menú lateral de navegación es conveniente dejar siempre un espacio blanco o libre entre éste y el cuerpo de la página. habrá que dejar, al menos, el mismo espacio entre la cabecera y el cuerpo de página. Si no existe cabecera, la separación será entre el cuerpo y el borde superior de la ventana útil del navegador. Si hemos diseñado una página con dos menús laterales, uno a cada lado, la separación entre estos y el cuerpo de la página será la misma en ambos casos, así como la separación entre los dos menús y los bordes de la ventana. De la misma manera, deberá existir un espacio en blanco de margen entre el dintel o el menú superior y el cuerpo de la página, así como entre éste y el pie de página, que deben tender a ser del mismo alto, buscando la simetría en la composición.

Todas estas separaciones son necesarias para conseguir un diseño poco sobrecargado en el que se delimitan bien las partes de la página.

Actividad:

Visitar las siguientes páginas web e identificar los elementos descritos anteriormente.

- [Universidad de Ohio](#)
- [Consejería de educación de C-LM](#)
- [Zara](#)