

Actividad 1.1

1. Busca los valores que codifican los siguientes colores y exprésalos en el sistema decimal y en hexadecimal:

Colores	Decimales	Hexadecimal
Magenta	255, 0, 255	#FF00FF
Purple	128, 0, 128	#800080
White	255, 255, 255	#FFFFFF
Black	0, 0, 0	#000000
Gold	255, 215, 0	#FFD700
Chili Pepper	227, 34, 39	#E32227
Pink	255, 192, 203	#FFC0CB
Cyan	0, 255, 255	#00FFFF

2. Imagina que estás trabajando para cada uno de los siguientes clientes, y te piden que les proporciones un pequeño resumen de algunos elementos de diseño y de la gama de colores que vas a usar en sus webs. Indica qué elementos y principios de diseño aplicarías en cada web, así como la gama de colores que escogerías. No olvides apuntar qué función tendría cada una de las webs.

Ayuntamiento de Almería

El Ayuntamiento de Almería nos ha pedido que le hagamos un pequeño resumen sobre un posible rediseño de su página web, ya que como se trata de un recurso muy importante para la imagen de su ciudad, quieren depurar posibles errores de diseño. Tomaremos en cuanto una serie de parámetros a valorar, serán desarrollados de forma breve pero efectiva.

Primero que todo, nada más entrar en la página, notamos que existe un carrusel de imágenes. Me gustaría mantenerlo, pero corrigiendo un pequeño error, que se trata de un icono de cargando que nunca termina de cargarse del todo. Prosiguiendo con la página de inicio, el apartado de lo más buscado lo pasaría a la propia zona de navegación o directamente haría un escueto panel lateral, con el objetivo de quitar un poco la carga de contenido de esa parte.

Si “scrolleamos” nos daremos cuenta de que hay mucho contenido, se siente todo como muy agolpado, y lo último que queremos es agobiar al futuro “internauta” entre tanto icono, líneas, etc. Había pensado en añadir varios de los elementos que nos encontramos (enlaces de descargas,

sección “opina”) en la zona de navegación, para que todo esté a golpe de un click y no tenga que ir scrolleando.

El apartado “Actualidad Municipal” lo traería mucho más hacia arriba, puesto que al tratarse de una página de carácter mucho más informativo, el ciudadano de a pie quiere enterarse de las últimas novedades.

El footer realmente lo dejaría intacto puesto que cumple correctamente su función, aunque no me gusta la sección situada un poco más arriba del footer, la información del ayuntamiento la pondría directamente en una sección mucho más superior, y aunque el Mapa Web sea muy útil para guiar a los “perdidos”, considero que se puede implementar en otro lugar, ya sea en la zona de navegación o en una página con un esquema más fácil de entender. También añadiría inmediatamente arriba del footer los diferentes proyectos (andaluces, europeos) en los que se encuentra involucrado el ayuntamiento actualmente.

La iconografía de algunas páginas tiene un tamaño más grande de lo que me esperaba, pero al ser una página donde posiblemente accedan personas mayores, entiendo que es una decisión pensada con anterioridad, así que la mantendré.

Hablando de tamaños, cambiaría el tamaño de fuente en los párrafos, y añadiría serifa para facilitar la lectura.

Hemos mencionado varias veces la zona de navegación, y es que es fundamental para que la página sea accesible por todos. Intentaría que la zona de navegación siguiera al scroll, para no tener que subir toda la página de nuevo, facilitando la navegabilidad de la página.

Podría seguir enumerando los posibles retoques que haría, pero ahora toca hablar de una serie de elementos de vital importancia para que nuestra web sea lo más funcional y exitosa posible:

- **El público objetivo:** la página web está pensada para ser un punto de información para los ciudadanos de Almería, más concretamente para personas mayores de edad interesadas en la información relevante a su ciudad.
- **Psicología del color:** usa la siguiente paleta de colores: Blanco (#FFFFFF), gris claro (#F2F2F2), Rojo (#D52B1E) y gris oscuro (#333333). Esta elección a título personal transmite una mezcla de emociones, puesto que el blanco transmite pureza, la paleta de grises transmite paz/tranquilidad, pero luego tenemos un rojo que transmite cierta pasión, agresividad que no terminan de encajar con lo que debería transmitir un ayuntamiento. Entendemos que la bandera de Almería tenga los colores blanco y rojo, y el diseñador haya optado por esos colores, pero propongo usar el color rojo en sus variantes más claras, ya que el tipo de web, como mencionaremos más adelante, está más enfocado a transmitir lo que necesitamos en este tipo de práctica.
- **Tipo de Web:** estamos principalmente ante una web informativa, donde el ciudadano de a pie puede informarse fácilmente de los eventos más recientes e información relevante como por ejemplo el pago de tasas.
- **Contenido predominante dentro de la web:** noticias y apartados relevantes sobre la propia ciudad de Almería.

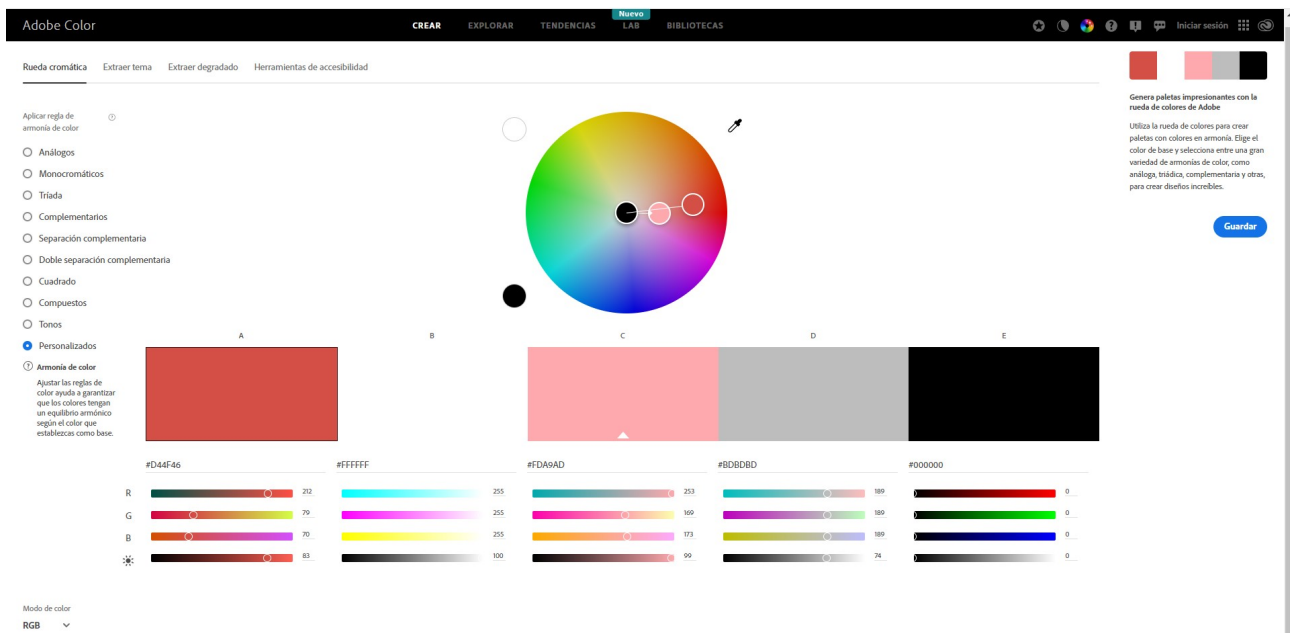
Propuesta de paleta de color

Había pensado en mantener la paleta de blancos y grises de la página web original e implementar el rojo claro para realizar los correspondientes “resaltados”. Tengo ciertos sentimientos encontrados

con el rojo, puesto a pesar de ser un color representativo de Almería, tiene un carácter que transmite un poco de agresividad. Paso la siguiente paleta de color y explico un poco más el porque de esta elección:

- Rojo claro (#D44F46)
- Rojo muy Claro (#FDA9AD)
- Blanco (#FFFFFF)
- Gris (#BDBDBD)
- Negro (#000000)

Pensé también en incluir el color azul, puesto que se trata de una página web de carácter informativo, pero no terminaba de cuadrarme del todo. También pensé en usar el color verde, al ser complementario (además dándole el simbolismo de que Almería está concienciada con el medio ambiente), pero me puse a investigar y encontré que páginas muy reconocidas como “CNN”, “The New York Times” y “Time” contaban con una paleta de color parecida a la mía, por lo que en mi cabeza resonó con más fuerza el uso de los colores, pero sabiendo usarlos de forma adecuada para generar una imagen del Ayuntamiento limpia, acentuando varios elementos con el rojo característico de la ciudad.



Oficina de turismo de Cádiz

El ayuntamiento de Cádiz quiere reforzar aun más su gran importancia en España a nivel de turismo, por lo que nos han llamado para que realicemos una serie de cambios para depurar errores de diseño. Para empezar, el propio sitio no es un sitio web independiente, si no que se trata de una sección dentro de la web del ayuntamiento. Tenemos mucho trabajo entre manos, puesto que tendremos que rehacer el sitio de cero. Pensar en Cádiz es sinónimo de playas, carnaval, “pescaito frito”, tradiciones milenarias, etc, y eso estará presente en todo nuestro diseño.

Empezando por el header, pondremos el logotipo de “Turismo de Cádiz”, indicando con esto que, aunque se trate de una delegación del ayuntamiento, tiene su propio espacio con sus propios contenidos.

En la zona de navegación crearemos varias secciones muy llamativas, para que el turista pueda guiarse rápidamente por la web según sus intereses. Algunas de estas secciones serían: “Breve historia de Cádiz”, “rutas turística de interés”, “Carnaval”, “Playas”, “Eventos”, “rutas gastronómicas”, “museos”, “artesanía y comercio”. Además se podrían integrar secciones como “Oficinas de turismo” y “Mapa de la ciudad”, además de “contactos” para que el turista tenga en un sitio unificado el contacto de múltiples sitios. La zona de navegación se mantendrá visible mientras scrolleamos. Además, sería óptimo añadir un buscador para poder encontrar desde un evento hasta un sitio de interés.

Bajo la zona de navegación, pondremos un banner con el correspondiente carrusel de imágenes, donde se mostrarán imágenes de los eventos más recientes acontecidos y por acontecer de la ciudad.

La zona de contenido será diversa, puesto que en la página principal encontraremos varias fotografías de la ciudad, donde se alternará mediante escalado, un texto narrando la importancia de la ciudad y su gran historia, costumbres y tradiciones. En las páginas específicas de cada sección el contenido estará colocado en una disposición que sea fácil de seguir por el turista, generando líneas para separar la información de forma suave, generando contrastes suaves.

A nivel de iconografía, podremos usar elementos de representación como columnas romanas, para indicar que zonas son de la antigua “gades”, un icono con forma de tenedor para indicar lugares altamente recomendados y, como no, el icono de una ola para indicar las playas disponibles ese día.

Los párrafos, secciones y títulos tendrán una tipografía parecida, manteniendo una unidad estilística. El tipo de fuente irá alternando entre serifa/sans serif, según si se trata de un párrafo largo o un título llamativo. Buscamos, además, una fuente de un grosor fino.

En el footer pondría los correspondientes avisos legales y las redes sociales. Tendría un tamaño lo suficientemente compensado para que no sobresalga mucho pero que tampoco sea algo imperceptible.

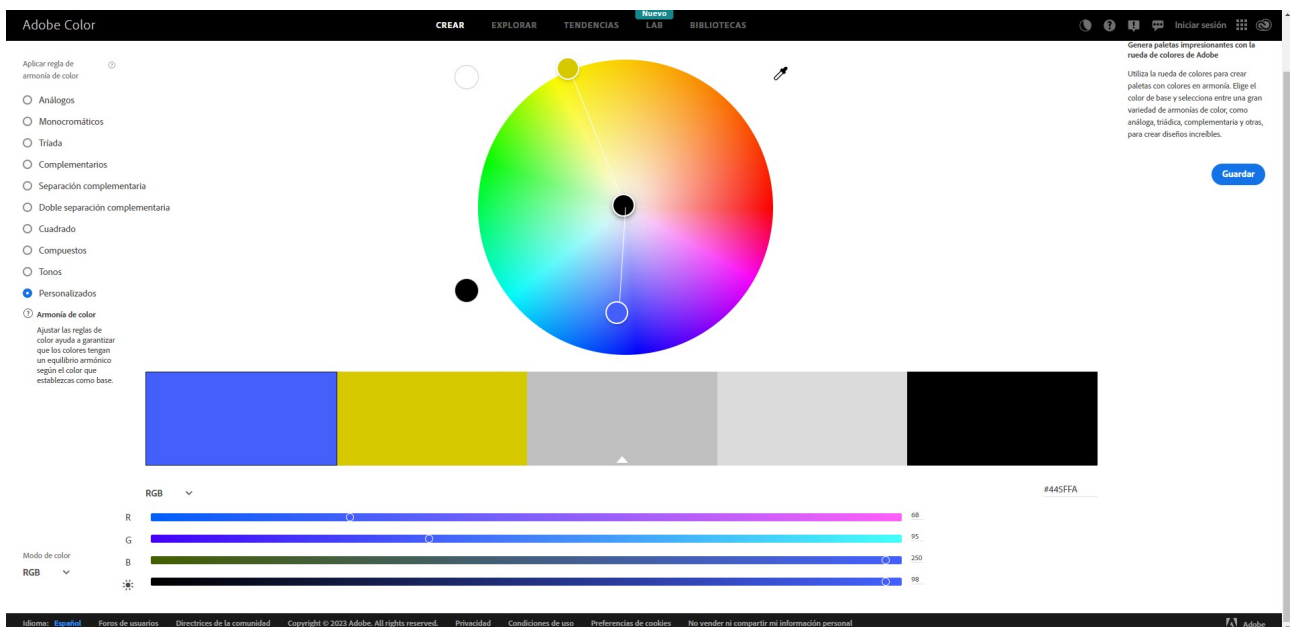
Ahora nos queda hablar de una serie de elementos de suma importancia

- **El público objetivo:** turistas que quieran disfrutar de la ciudad, sea verano o cualquier día del año, y estén deseosos de tener una experiencia inolvidable mientras visitan la ciudad.
- **Psicología del color:** al ser Cádiz una ciudad bañada por el mar, es casi un pecado no usar el color azul, ya que además de ser representativo con Cádiz, transmite estabilidad, confianza y seguridad. Otro color muy representativo de Cádiz es el amarillo, que nos transmite felicidad. Este color nos recuerda a la arena de la playa, y al característico color amarillo que a veces suele mostrarse en los atardeceres. El color plateado y el gris claro, además de hacer referencia al sobrenombre de la ciudad (La tacita de plata), nos ayudará a equilibrar los otros colores escogidos. No puede faltar el negro para la tipografía y para resaltar elementos concretos.
- **Tipo de Web:** estamos principalmente ante una web informativa, pero con un carácter más turístico e incluso cultural.
- **Contenido predominante dentro de la web:** eventos musicales, eventos culturales, gastronomía, etc.

Propuesta de paleta de colores

En el caso de esta propuesta, ya tenía claro desde un principio que colores iba a usar, debido a que son colores que siempre me retrotraen de la ciudad. Había pensado también en usar colores la textura de la arena, pero no sabía donde encajarlo, así que lo he descartado. Otra cosa que me pareció llamativa, que descubrí cuando realice la paleta de colores, es que de forma indirecta he escogido los colores del equipo de fútbol “Cádiz CF”. Los colores escogidos, y su correspondiente código hexadecimal son los siguientes:

- Azul Marino claro (#445FFA).
- Amarillo dorado (#D6C900).
- Plateado (#C0C0C0).
- Gris claro (#DBDBDB).
- Negro (#000000)



Toys”R”Us

Debido al auge de grandes plataformas de compra/venta de productos como Amazon o Aliexpress, la empresa norteamericana nos propone realizar un análisis de su página para depurar errores. Lo primero que podemos notar es que es una página web con colores llamativos, donde se busca llamar la atención del cliente que quiera comprar productos de entretenimiento para sus hijos y familiares. Aunque considero que el diseño de la página está bastante bien, considero que si se trata de una tienda de juguetes, ¿no debería ser visitada también por niños?. Tenemos que pensar que los niños de hoy en día tienen un mayor acercamiento a la tecnología, por lo que no es descabellado pensar que un niño acceda a la página, ya sea por un anuncio emergente en plataformas como YouTube, o por inquietud propia. Teniendo estas consideraciones, debemos optar por realizar una serie de cambios para que sea agradable para los más peques y para los compradores.

El header lo dejaré prácticamente igual, modificando la escala del logo y el buscador. Si que es cierto que quitaré “Toys”R”Us Club” de ahí y lo introduciré en la zona de navegación.

En la zona de navegación tendremos que realizar un estudio de que secciones son más llamativas para los niños, por lo que deberemos hablar con el cliente para ver que productos se venden más para ordenar las secciones según popularidad.

La zona de contenido de la página de inicio mostrará el contenido más popular con colores llamativos, con botones lo suficientemente grandes para ser seleccionados desde un teléfono móvil.

Otra cosa a tener en cuenta es el uso de colores más pastel para secciones como juguetes de construcción, puzzles, etc., y colores mucho más agresivos para juguetes de acción como Nerf.

Se usará una tipografía con serifa, buscando la mezcla entre profesionalidad y a la vez el libertinaje que nos transmite las tipografías decorativas.

Se usará una iconografía llamativa, ya sea usando símbolos como balones para indicar que se trata de una sección deportiva, etc.

En el footer añadiremos la correspondiente información de contacto, redes sociales, avisos legales, etc.

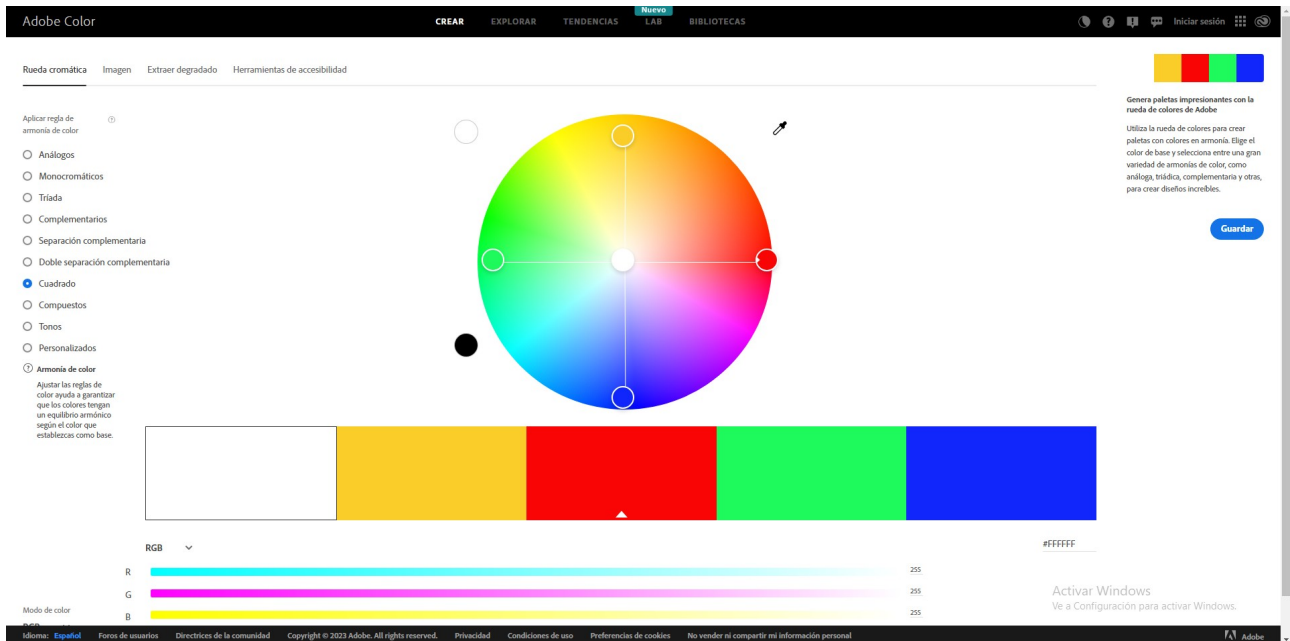
Otros elementos de análisis a tener en cuenta serían:

- **El público objetivo:** personas que quieran realizar la compra de artículos de entretenimiento para sus hijos y familiares, teniendo en cuenta que será una página también visitada por niños.
- **Psicología del color:** el blanco transmite pureza e inocencia. El amarillo usado nos transmite esa felicidad y creatividad propia de los niños. El rojo transmite energía y acción, ideal para llamar la atención de esos productos más “agresivos”. El verde nos proporcionará ese toque armónico, ya que representa la naturaleza. Por último, usamos el azul, puesto que transmite serenidad y calma.
- **Tipo de Web:** web de compra de artículos de entretenimiento.
- **Contenido predominante dentro de la web:** juguetes, deportes, artículos al aire libre.

Propuesta de paleta de colores

He escogido estos colores debido a qué, como comento en el apartado anterior, son colores muy vibrantes. Cada color tiene un significado muy representativo de las características de la infancia (la energía, la creatividad, la pureza, etc.). Esta combinación, de hecho, nos puede recordar al típico parque de bolas donde disfrutábamos sumergirnos cuando eramos pequeños. Es decir, son colores que nos retrotraen a la infancia, por lo que son indispensables para generar un sitio web llamativo para los niños, y en cierta manera, también para los adultos. Más en profundidad, los colores escogidos y su correspondiente código hexadecimal son los siguientes:

- Blanco (#FFFFFF).
- Amarillo (#FACD28)
- Rojo (#FA0505)
- Verde (#0CFA51)
- Azul (#061AFA)



Real Madrid

Florentino Pérez se pone contacto con nosotros, debido a nuestro éxito a la hora de llevar a cabo los correspondientes diseños webs que se nos han encargado anteriormente. Nos comenta que quiere revisar el diseño de la página, para depurar posibles errores de diseño.

En el header colocaremos el logo del equipo en la parte superior izquierda, y en el otro extremo podríamos introducir el login o un enlace al carrito de la compra.

La zona de navegación debe corregirse, puesto que existen varios bugs visuales, como que al seleccionar una sección aparece un rectángulo que llega al final de las secciones. Se deberá estudiar con cuidado que contenidos se introducirán en cada sección.

Tendremos un banner con imágenes del equipo y el Estadio Santiago Bernabeu, que usando el carrusel de imágenes irán cambiando cada “x” tiempo.

En la página de inicio tenemos que hacer demasiado scroll debido a que existe mucho contenido agolpado, por lo que estilizaremos más el contenido, dejando los eventos más recientes, las novedades y contenidos de interés. Debemos cuidar las líneas, puesto que queremos mantener cierta homogeneidad en la página y diferenciar las distintas secciones.

La tipografía a usar debe tener toques muy estilizados, sin llegar a ser una tipografía de tipo decorativo o manuscrita.

Alguna de la iconografía a usar pueden ser el uso de “copas” para simbolizar que se está disputando actualmente un partido de algún campeonato

En el footer se ubicarán la correspondiente información de contacto, avisos legales, redes sociales, etc

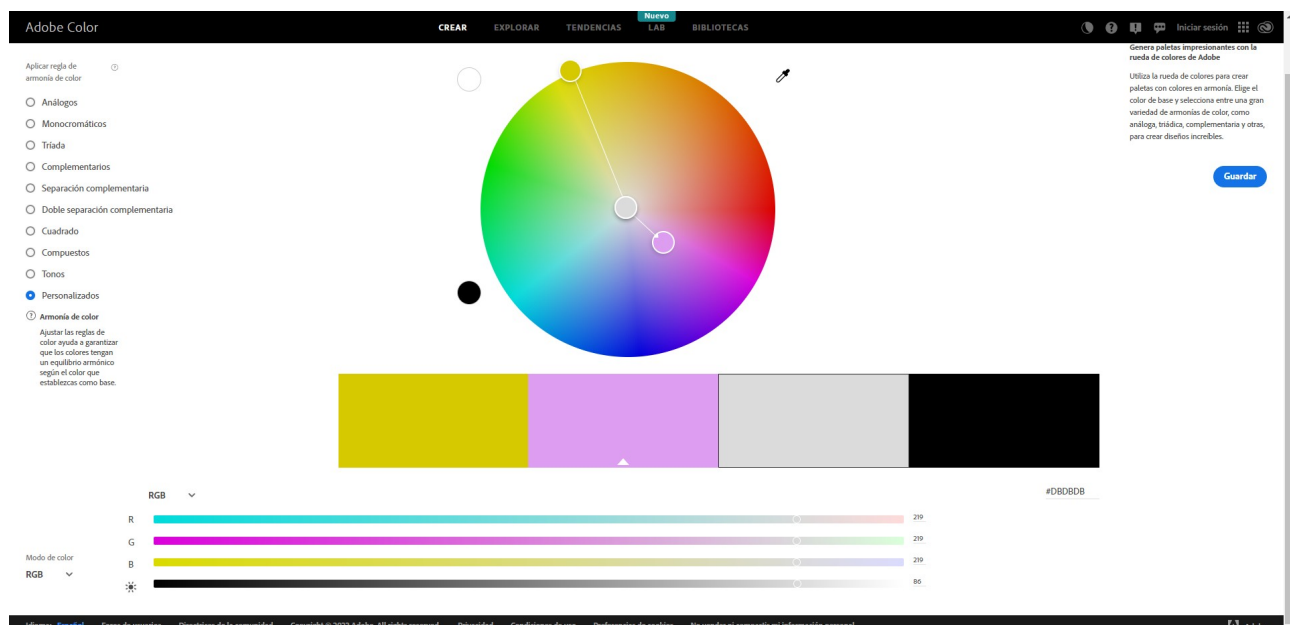
Otros elementos de análisis a tener en cuenta serían:

- **El público objetivo:** página dedicada a todos los socios y aficionados del equipo.
- **Psicología del color:** el blanco transmite pureza, que es uno de las características de las que se jactan los aficionados del Madrid. El amarillo dorado transmite una sensación alegre a la par que energizante. El magenta nos proporciona una cierta armonía, transmitiendo cualidades como la compasión y el apoyo. El gris transmite la idea de confiabilidad. El negro transmite poder, seriedad.
- **Tipo de Web:** es una página web orientada a los aficionados, donde podrán comprar entradas, aprender sobre la historia del club, etc.
- **Contenido predominante dentro de la web:** noticias sobre los distintos equipos, historia del club, compra de entradas.

Propuesta de paleta de colores

He escogido estos colores porque simbolizan los colores del equipo. Aunque si miramos el logotipo actual, podemos notar que falta el color azul. Yo he optado por usar el clásico color morado, ya que gran parte de los aficionados son personas mayores que han disfrutado de este equipo durante muchísimos años, además que tiene mucha historia, remontándose a la época pre-franquista.

- Blanco (#FFFFFF).
- Amarillo dorado oscuro (#D6C900).
- Magenta rosado (#DD9DF0).
- Gris (#DBDBDB).
- Negro (#000000).



3. Analiza estas tres páginas web y haz un razonamiento sobre los siguientes apartados.

www.confiteriashernandez.es

www.confiteriacapri.es

www.ladulcealianza.com

a) Cuando hablamos de pastelerías, de pasteles, de tartas, hablamos de tradición. Hablamos de un trabajo cuidado, de una receta única que pasa de padres a hijos, de un trabajo familiar en el que el cliente se puede sentir como parte de la familia, prácticamente. Este aspecto, esta sensación, este sentimiento, está indicado en las tres webs, pero en unas mejor que en otras. Indica en cuál se hace mejor y en cual peor.

En mi caso empezaré hablando sobre la página que peor lo hace, que desde mi humilde opinión es la página de “La Dulce Alianza”. Me parece ya de primeras una página con varios defectos bastante notables, pero que la historia del local se encuentre en el footer de la página, además que su sección histórica también esté ahí (en vez de estar en la zona de navegación) hacen que parezca que la tradición sea algo casi anecdótico, en vez de tener gran importancia al tratarse de un negocio con más de 100 años de historia. Ahora hablaremos de la cara opuesta de la moneda, porque la página web que yo considero que mejor trata la tradición de su propia marca no es ni más ni menos que “Confitería Capri”. Cuenta en su zona de navegación con una sección específica para ello, además que su contenido (a pesar de notar ciertas fallas), consigue transmitir de forma más o menos correcta el origen y el desarrollo a lo largo de los años de la marca, dándonos mucha información sobre su historia y su correspondientes dueños.

b) Por otra parte, los colores que usan en la web deben ser identificativos de la marca. Imaginad que Pepsi hace un anuncio y llena sus imágenes de colores rojizos... Le estaría haciendo un gran favor a su rival Coca-Cola ¿Hay un empate técnico en este apartado? ¿Hay alguna web que a vuestro juicio penséis que falla en este aspecto?

No considero que exista como tal empate técnico, puesto que, si nos ponemos a analizar cada sitio web, han escogido los colores según una serie de requisitos internos, ya sea crear una web agradable o usar los colores representativos de la marca. Por ejemplo, la web de “Confiterías Hernández”, usa una combinación del colores negro y dorado, con un fondo blanco y una paleta de grises para

realizar cierto resaltados. Si nos fijamos en el logo, no tiene un color característico o representativo, por lo que se han escogido estos colores para generar un entorno minimalista, según las políticas de esa página. Cosa contraria las dos páginas web restantes que, de forma intencionada, usan los colores representativos de su marca.

De las tres páginas web elegidas, considero que la de “La Dulce Alianza” tiene una combinación de color que, aunque entiendo que el logo tenga el color púrpura, han escogido un color con luminosidad bastante “chillona”. Eso sí, me parece una elección de color (que no de luminosidad, ojo) bastante curiosa y llamativa, porque ese color le da cierto aire de lujo y elegancia a un sitio web con muchos problemas de diseño.

c) Finalmente, ¿Qué elementos de diseño encuentras en cada web? Por ejemplo, escalado, líneas, elementos prácticos (de representación, de significado o de función), etc.

Confiterías Hernández

- **Escalado** → encontramos un diseño que, en la mayoría de su contenido se encuentra con una escala muy parecida, sin usar mucho el contraste por tamaño. El diferencial aquí es que
- **Líneas** → usadas para separar la página en diferentes secciones (zona de navegación, footer, etc)
- **Elementos prácticos:**
 - **de representación:** las imágenes de los productos, el logo.
 - **de significado:** en la página de inicio, encontramos un emblema sobre que la página está comprometido con el medio ambiente
 - **de función:** el “@” y el símbolo del teléfono, haciendo referencia al contacto de la página.
- **Encabezado** → encontramos el logo, el inicio de sesión y el estado del carrito actual.
- **Zona de navegación** → integrado en el propio header, es decir, no existe a nivel visual una diferenciación.
- **Zona de contenido** → la zona de los productos mantiene cierta homogeneidad, teniendo un diseño parecido en cada producto.
- **Footer** → encontramos quién ha diseñado la web y enlaces a la política de privacidad, Aviso legal, etc. Se echa en falta colocar los datos de contacto ahí, en vez de dejarlo solo en la página de inicio

Confitería Capri

- **Escalado** → se intercalan imágenes con texto a su lado, donde la imagen tiene un tamaño superior al texto, generando un efecto de atención.
- **Líneas** → debido al uso del color, se hace más evidente las diferentes secciones y contenido de la página. Además que se emplean pequeñas líneas de color rojo para separar el contenido.
- **Elementos prácticos:**
 - **de representación:** las imágenes del producto.
 - **de significado:** imagen vieja del banner de la sección “Tradición”, dando a entender que el lugar tiene historia detrás.
 - **de función:** los símbolos “+” y “-” para mostrar los productos o ocultarlos.
- **Encabezado:** logotipo de la marca, sin ningún otro elemento más

- **Zona de navegación** → centrada en la página, justo abajo del encabezado. Se echa en falta un buscador, y la sección “Tienda Online” no funciona

- **Zona de contenido** → encontramos que todas las secciones cuentan con una imagen grande como banner, intercalando texto con imágenes y intercalando también el fondo con los colores blanco y rojo. Se echa en falta que los productos tengan su propia página con el precio y una leve descripción. En cuanto al texto, cuando se usa el fondo blanco cuesta un poco poder leer un párrafo largo por la combinación de color de fondo y color de texto.

- **Footer** → encontramos información relevante como la ubicación de las diferentes tienda de la marca, así como su horario y números de contacto. Además tenemos también los enlaces a las distintas políticas de la página. En cuanto al tamaño del footer, lo considero un poco grande, haciéndome pensar que posiblemente hayan fusionado dos regiones de la página en una.

La Dulce Alianza

- **Escalado** → encontramos que se usa en varias ocasiones, pero los elementos están repartidos de forma extraña, como si la imagen estuviera bien colocada y el texto no.

- **Líneas** → aunque la página de inicio se pueden separar bien los contenidos, en páginas como cafetería o “a domicilio” notamos como no hay una estructura fija, haciendo que el consumidor de la página se sienta perdido y tenga que volver a ver la página de nuevo para entenderlo

- **Elementos prácticos:**

- **de representación:** imágenes correspondientes a los productos ofertados.

- **de significado:** se podrían haber usado en el apartado “nuestros servicios” iconos que simbolicen cada servicio, no que usan un icono genérico que, si clickas en ellos, te re-direcciona a esa imagen en otra página o no te lleva a ningún sitio.

- **de función:** símbolos de teléfono y email para la información de contacto, símbolo de lupa para representar la búsqueda de cierto contenido. Símbolos de las diferentes redes sociales.

- **Encabezado:** Encontramos un apartado superior con la información de contacto (que debería situarse en el footer). También tenemos los diferentes botones de RRSS. Más abajo encontramos el logo, con un tamaño pequeño, quitándole importancia a la marca.

- **Zona de navegación** → fusionado con el propio header, encontramos que hay secciones que sobran, como la tienda o cafetería que podrían fusionarse con el apartado de “historia”, que se encuentra por desgracia en el footer. Se echan de menos apartados como contacto directamente ubicados en este sitio. Nos encontramos también con un buscador, que intuimos que está ahí por qué tiene un icono de lupa, si no, no nos daríamos cuenta de que está ahí.

- **Zona de contenido** → Aquí es donde considero que la página tiene graves problemas, como un “catálogo” que te redirecciona a otra página, en vez de tener el propio catalogo dividido en diferentes secciones de la página. En la sección de productos notamos que las imágenes no están bien alineadas. Cada producto, eso si, cuenta con un diseño homogéneo, con información sobre el precio y los diferentes alérgenos. En la sección de “A Domicilio”, nos encontramos con el texto desperdigado, con un formato bastante feo y difícil de seguir de primeras. Del resto de secciones no me voy a detener mucho, solo decir que siguen la tónica genera del caótico diseño.

- **Footer** → si tuviera que definirlo, diría que es un poco caótico. No existe mucho orden, están los elementos agolpados, y varios de los contenido deberían situarse en un panel lateral o en la propia zona de navegación de la página.