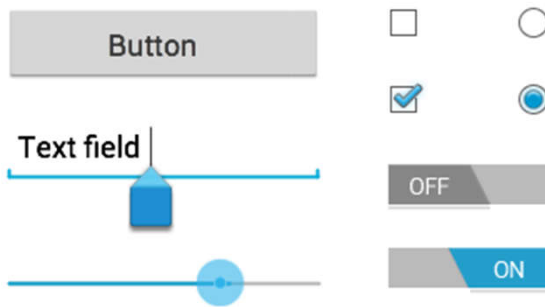


Los elementos de la interfaz de usuario suelen pertenecer a una de las siguientes cuatro categorías:

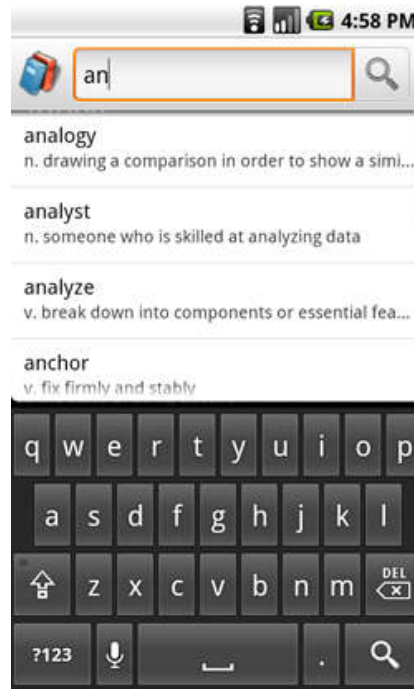
- **Controles de entrada:** Permiten a los usuarios ingresar información en el sistema. Si necesita que sus usuarios le digan en qué país se encuentran, por ejemplo, utilizará un control de entrada para permitir hacerlo. Ej.: cajas de texto, radio botones, listas de chequeo, botones, campos de fecha, etc
- **Componentes de navegación:** ayuda a los usuarios a moverse por un producto o sitio web. Los componentes de navegación comunes incluyen un menú vertical u horizontal en páginas web, o un menú de barras en dispositivo iOS o un menú de hamburguesas en un Android. Ej.: migas de pan, carruseles, caja de búsqueda, paginación, íconos, etiquetas, etc.
- **Componentes informativos:** para compartir o presentar información con los usuarios. Ej.: tooltips, íconos, barra de progreso, notificaciones, mensajes, ventanas emergentes.
- **Contenedores:** mantener juntos el contenido relacionado. Ej.: acordeón



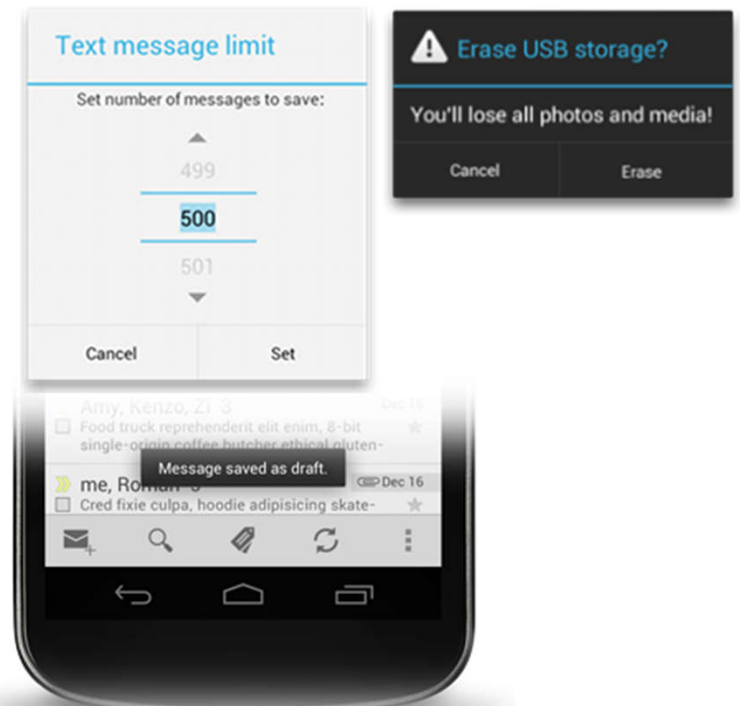
ELEMENTOS DE INTERFACES DE USUARIO



Controles de entrada



Componentes de navegación



Componentes informativos

ELEMENTOS DE INTERFACES DE USUARIO

Según dispositivo o Plataforma pueden existir elementos de interfaces de usuarios específicos.

Esto requiere que previo a definir el diseño, revisemos los estándares de cada Plataforma.

ANDROID:

<https://developer.android.com/guide/topics/ui>

IOS:

<https://developer.apple.com/design/human-interface-guidelines/ios/app-architecture/navigation/>



ELEMENTOS DE DISEÑO (ANDROID)

Controles de Entrada:

- Botones
- Cajas de Texto
- Cajas de chequeo
- Radio botones
- Botones deslizantes (toggle)
- Spinners
- Pickers (opción rápida para escoger)
- Formularios

Controles de Navegación

- Menú principal
- Menú contextual
- Barra de acción
- Menú emergente
- Menú de configuración
- Caja de Búsqueda

Componentes informativos:

- Diálogos
- Notificaciones
- Toast (información emergente que desaparece)

TYPOGRAPHY

Avenir Black 24pt

Avenir Black 20pt

Avenir Heavy 16pt

Avenir Heavy 14pt

Avenir Book 16pt

Avenir Book 14pt

Avenir Book 12pt

SCREEN HEADERS

Back Your Profile

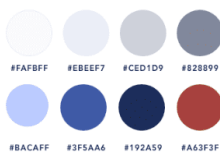
Places

Cancel Filter Apply

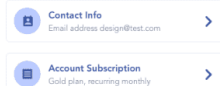
FORM FIELDS

FIRST NAME Meagan LAST NAME Fisher
EMAIL ADDRESS design@test.com
CITY Your city here STATE Required field

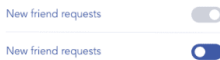
COLORS



SECONDARY NAVIGATION



TOGGLES



ICONS



DETAIL CARD

An item on the list

Lorem ipsum, Dolor sit, Amet consectetur, Elit



DESCRIPTION

Nulla elementum hendrerit velit vitae consectetur. Praesent vulputate dui eget semper posuere. Duis elit mi, dapibus eget nisl nec, congue gravida ante. Aenean id consectetur erat. Aenean quis ante id sapien pretium fermentum vitae quis sem. Cras vel scelerisque elit. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas.

LIST ITEMS



FILTER OPTIONS

FILTER BY RATING



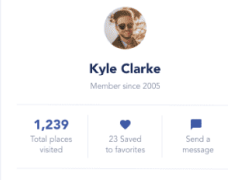
FILTER BY TAGS

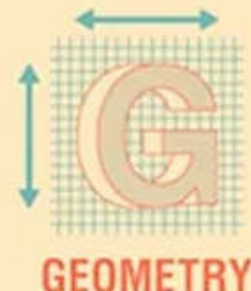


FILTER BY PRICE RANGE



USER CARD





CONSIDERACIONES DE DISEÑO

PRINCIPIOS DE DISEÑO Y BUENAS PRÁCTICAS

Teorías de diseño

Principios de diseño

- Principios de Gestalt
- Heurísticas
- Shneiderman
- Otras

Buenas prácticas según tipo de plataformas

- Patrones de diseño (<http://ui-patterns.com/>)

The image displays two variations of a 'Sign in' form, illustrating different design patterns. Both forms are titled 'Sign in' in a light gray header bar.

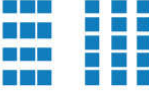



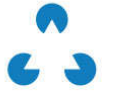
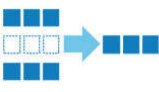
Left Form: Features a white body with a light gray border. It includes an 'Email address' field with a placeholder 'email@domain.com', a 'Password' field with a question mark icon, and a 'Sign in' button. A link for 'Forgotten your password?' is located at the bottom left.

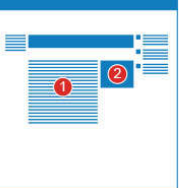
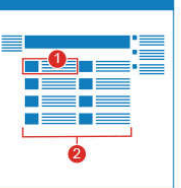
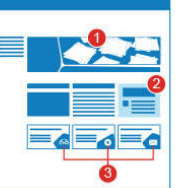
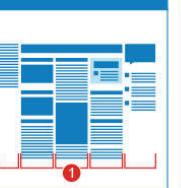

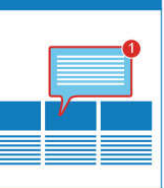
Right Form: Features a white body with a light gray border. It includes an 'Email address' field with a placeholder 'email@domain.com', a 'Password' field with a question mark icon, and a 'Sign in' button. A link for 'Forgotten your password?' is located at the bottom left.

PRINCIPIOS DE GESTALT

¿Cómo las personas percibimos el conjunto de objetos en función de su cercanía, y organización?

Explica cómo el cerebro crea orden a partir de la gran variedad de estímulos visuales que recibe.

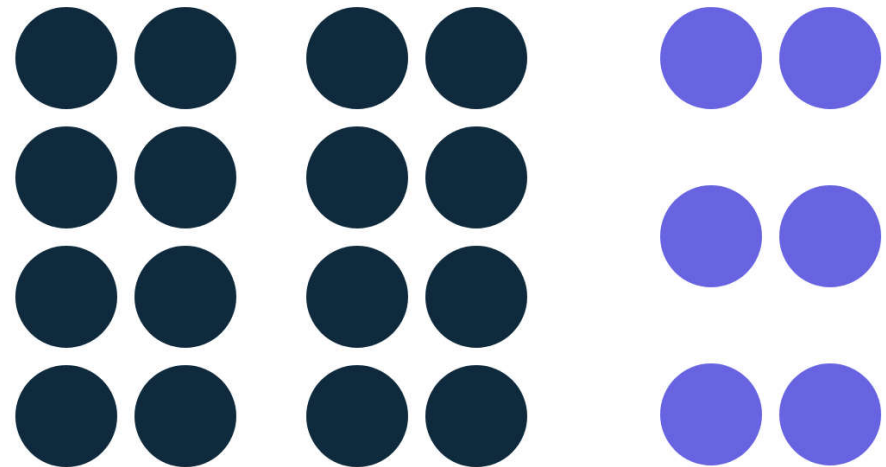
PROXIMITY	SIMILARITY	FIGURE GROUND	CONTINUATION	CLOSURE	COMMON FATE
					
Most people see rows on the left and columns on the right.	Most people see a larger group containing a sub-group.	Most people first see a vase or a face then flip between the two.	Most people see 2 rows crossing rather than four lines meeting at a single point.	Most people see the white triangle not the 3 circles with segments missing.	Objects moving in a similar direction are perceived as belonging together.

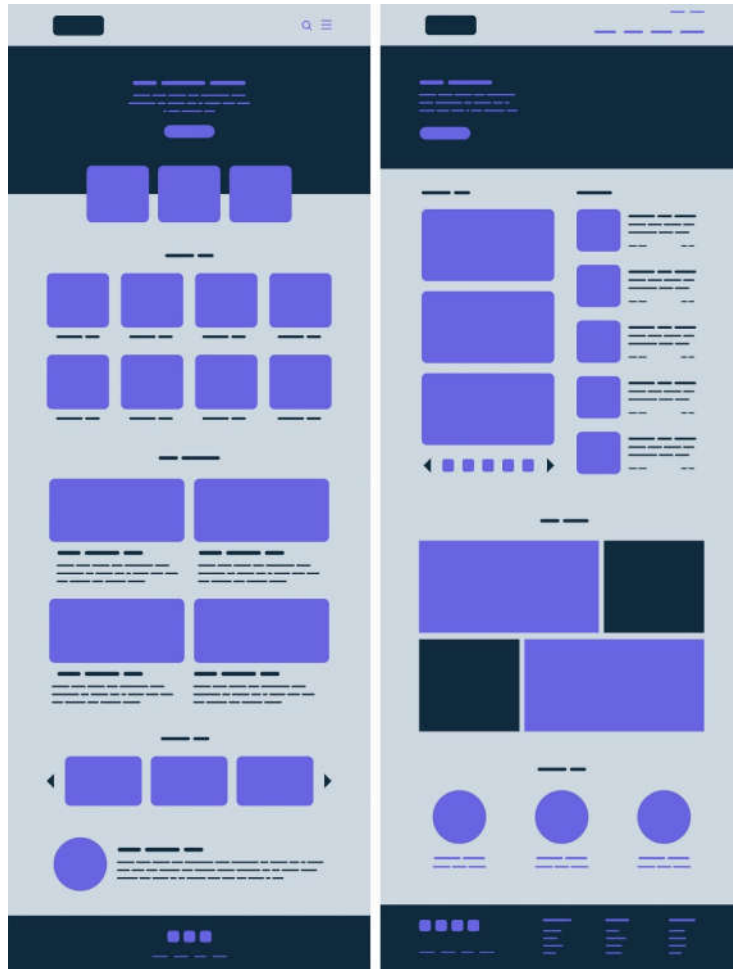
Examples:					
					
Elements that are closer together are perceived as being more related compared to those spaced further apart. In this example the spacing between the main text (1) and the supporting image (2) means they are perceived as different. However the close spacing of their individual component parts indicates relatedness.	Web parts that look similar are perceived as being grouped together or related. This image and text (1) are perceived together as a single item. Also the similarity of all the (similar) items (in close proximity) means they are collectively perceived as being related into a group (2).	We automatically perceive objects as being in the foreground, (figure) or in the background, (ground). Anything we perceive as foreground tends to be prominent and our main focus of attention. The images in this banner appear in the foreground (figure) standing out from the solid coloured background (ground). The light coloured background (ground) of this element (2) is contrasted against the darker content (figure). This makes the content stand out.	We tend to perceive contours as objects. In this way we perceive lines continue in an established direction (even when they don't). In this example the 5 column layout (1) is easily perceived even though the actual vertical grid lines that define the layout are invisible. This is because the elements are correctly sized to snap to individual (invisible) columns this way their shapes reinforce the hidden layout.	When we perceive a pattern the gaps (1) between the objects (negative or white space) are just as important as the objects themselves (positive). We tend to look for whole or complete objects by closing shapes to form complete objects, (even if the object isn't really there). The negative and positive space in these icons (2) works together to communicate easy recognisable concepts.	When objects move in the same direction we perceive them to be related and moving on an invisible path. Even if objects seem to appear (move) as a result of a deliberate action (like a tool-tip appearing as a mouse pointer hovers over an object). The tool-tip (1) appears (seems to move into view) as the object is hovered over, making the association of the tool-tip with the object underneath (the pointer hovering over the image) clear.

PROXIMIDAD

Elementos dispuestos uno cerca del otro se perciben como más relacionados que los que están más separados. De esta forma, los diferentes elementos se ven principalmente como un grupo y no como elementos individuales.

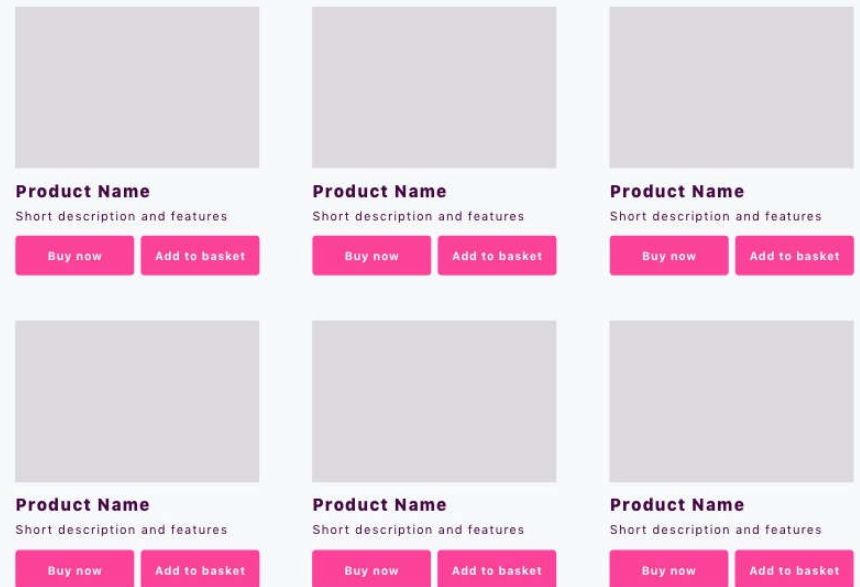
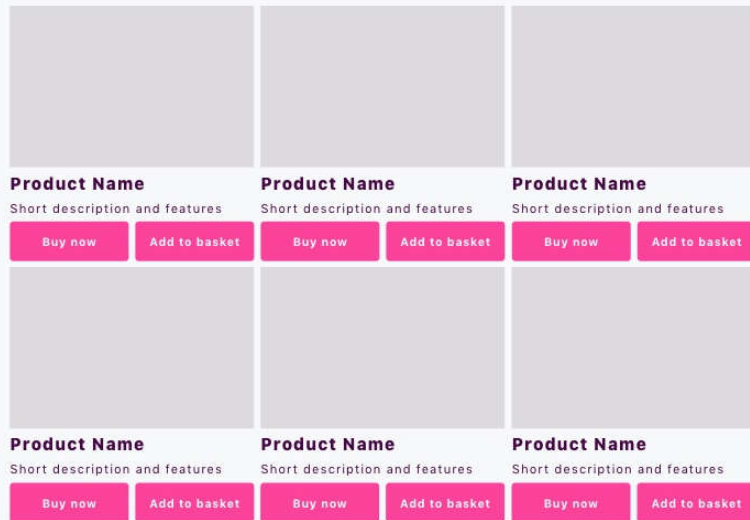
En diseño de interfaces, puede usarse este principio en navegación, galería, banners, contenido, etc.





EJEMPLO DE
PRINCIPIO DE
PROXIMIDAD
APLICADA A UI

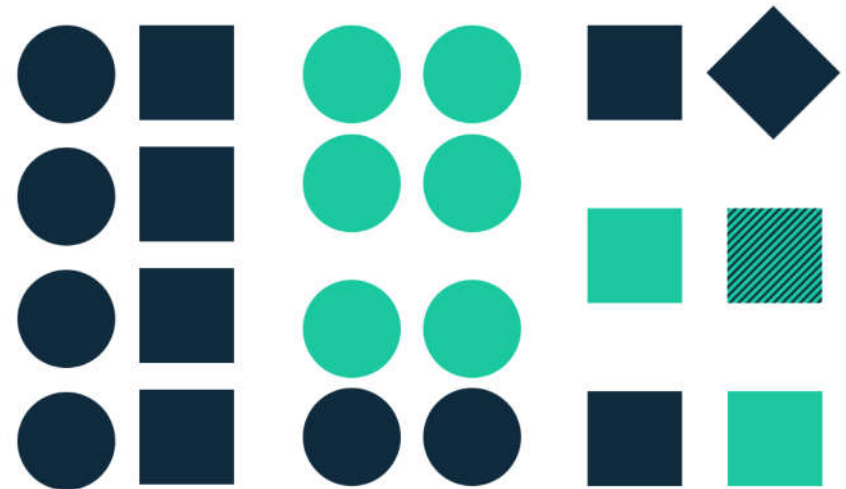
Proximity

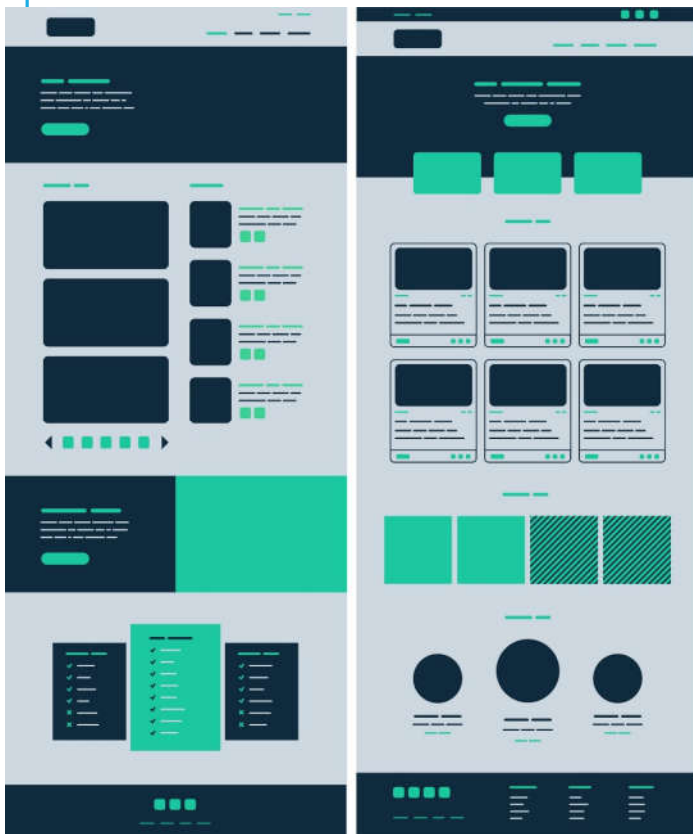


SIMILITUD

Los elementos que comparten características visuales similares se perciben como más relacionados que aquellos que no comparten características similares.

Tendemos a percibir elementos similares entre sí como agrupados o como un patrón. También podríamos pensar que tienen el mismo propósito. La similitud puede ayudarnos a organizar y clasificar objetos dentro de un grupo y vincularlos con un significado o función específicos.





EJEMPLO DE SIMILITUD APLICADA A UI

Hay diferentes formas de hacer que los elementos se perciban como similares y, por lo tanto, relacionados. Estos incluyen similitud de color, tamaño, forma, textura, dimensión y orientación; algunos de ellos son más comunicativos que otros (por ejemplo, color > tamaño > forma).

Cuando se produce similitud, un objeto puede enfatizarse al ser diferente del resto; esto se llama "Anomalía" y se puede usar para crear contraste o peso visual. Puede atraer la atención del usuario hacia un contenido específico (punto focal) mientras ayuda con la escalabilidad, la capacidad de detección y el flujo general.

Podemos utilizar el principio de similitud en la navegación, enlaces, botones, encabezados, llamadas a la acción y más.

Similarity

Product Name
Description and features

Edit

Remove

Product Name
Description and features

Edit

Remove

Product Name

Description and features

Edit

Remove

Product Name

Description and features

Edit

Remove

Product Name
Description and features

Edit

Remove

Product Name
Description and features

Edit

Remove

Product Name

Description and features

Edit

Remove

Product Name

Description and features

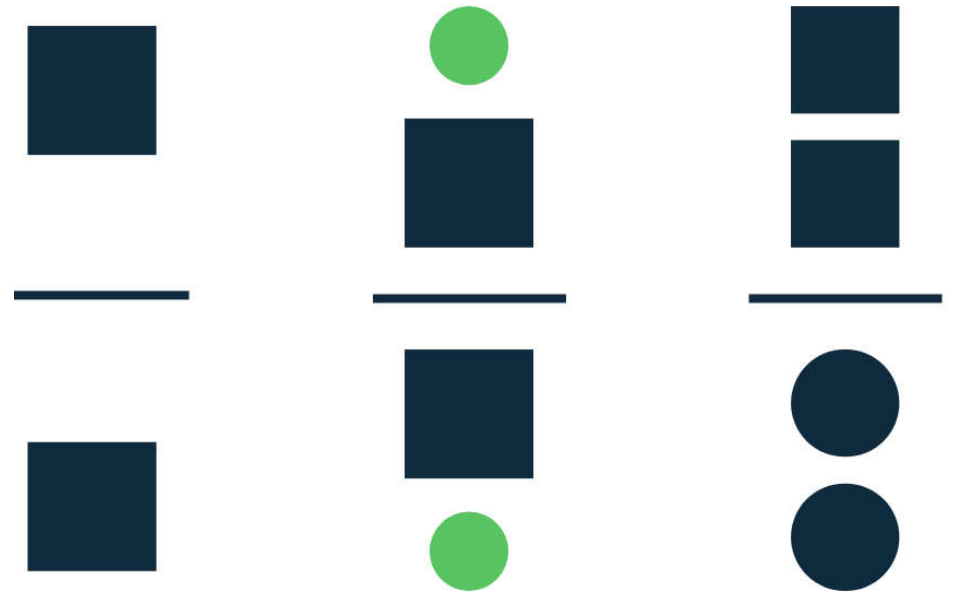
Edit

Remove



SIMETRÍA

Los elementos simétricos tienden a percibirse como pertenecientes juntos independientemente de su distancia, lo que nos da una sensación de solidez y orden.





SIMETRÍA EN DISEÑOS DE UI

Los elementos simétricos son simples, armoniosos y visualmente agradables. Nuestros ojos buscan esos atributos junto con el orden y la estabilidad, para darle sentido al mundo.

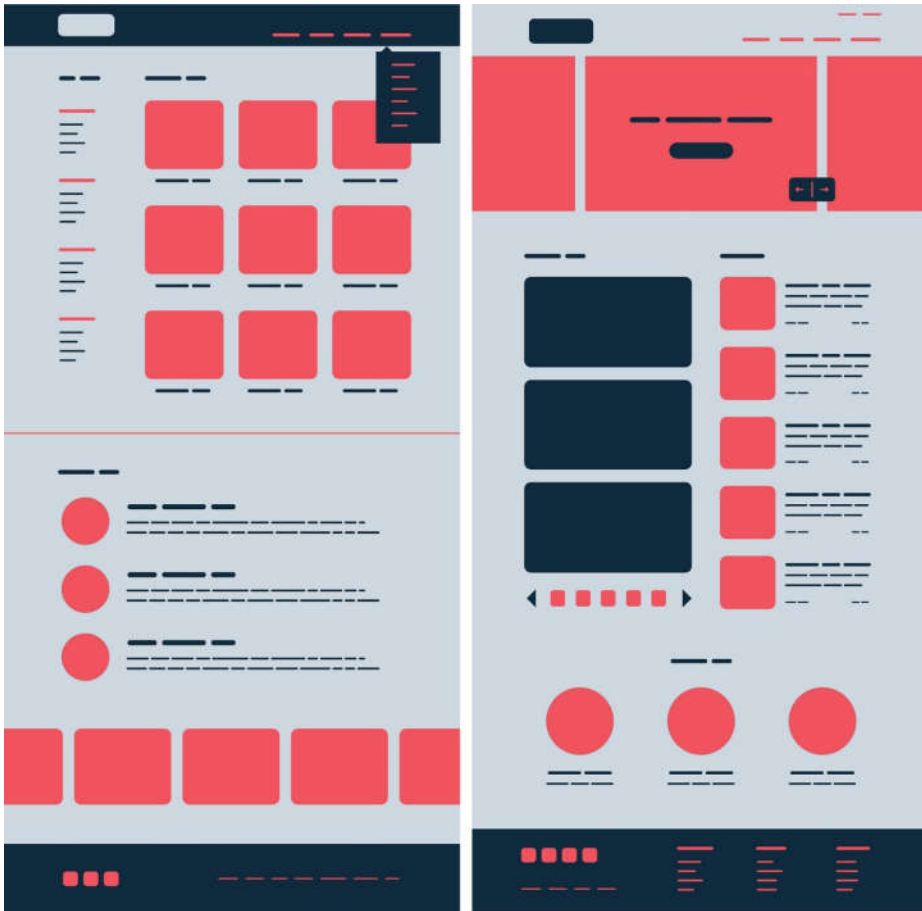
Es bueno usar Simetría para portafolios, galerías, exhibiciones de productos, listados, navegación, pancartas y cualquier página con mucho contenido.

CONTINUIDAD EN DISEÑO DE UI

La continuidad nos ayuda a interpretar la dirección y el movimiento a través de una composición.

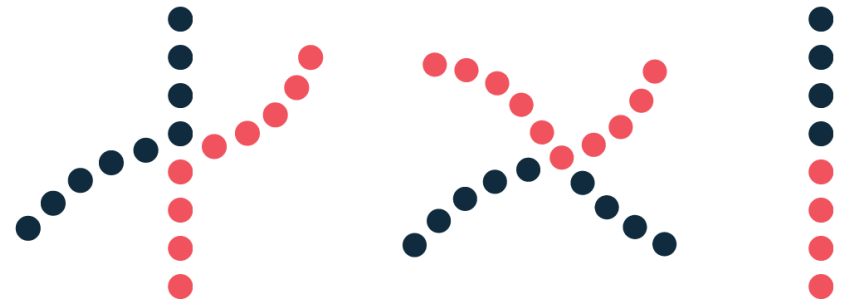
Se lleva a cabo al alinear elementos y puede ayudar a que nuestros ojos se muevan suavemente a través de la página, ayudando con la legibilidad.

El principio de Continuidad fortalece la percepción de la información agrupada, creando orden y guiando a los usuarios a través de diferentes segmentos de contenido. La interrupción de la continuidad puede señalar el final de una sección que llama la atención sobre una nueva pieza de contenido.



CONTINUIDAD

Los elementos dispuestos en una línea o una curva suave se perciben como más relacionados que aquellos dispuestos aleatoriamente o en una línea áspera.



Continuation





DESTINO COMÚN

Los elementos que se mueven hacia la misma dirección se perciben como más relacionados que aquellos que se mueven en diferentes direcciones, o que no se mueven en absoluto.

USO DE DESTINO COMÚN EN UI

El principio del destino común es más potente cuando los elementos se mueven sincronizados; en la misma dirección y al mismo tiempo y velocidad. Puede ayudar a agrupar información relevante y vincular acciones con resultados. La interrupción de un movimiento sincronizado puede captar la atención de los usuarios y dirigirlo a un elemento o característica específica. También puede establecer relaciones entre diferentes grupos o estados.

Podemos utilizar el principio de destino común en menús expandibles, acordeones, información sobre herramientas, controles deslizantes de productos, rollos de paralaje e indicadores deslizantes.



Common Fate



FIGURA - FONDO

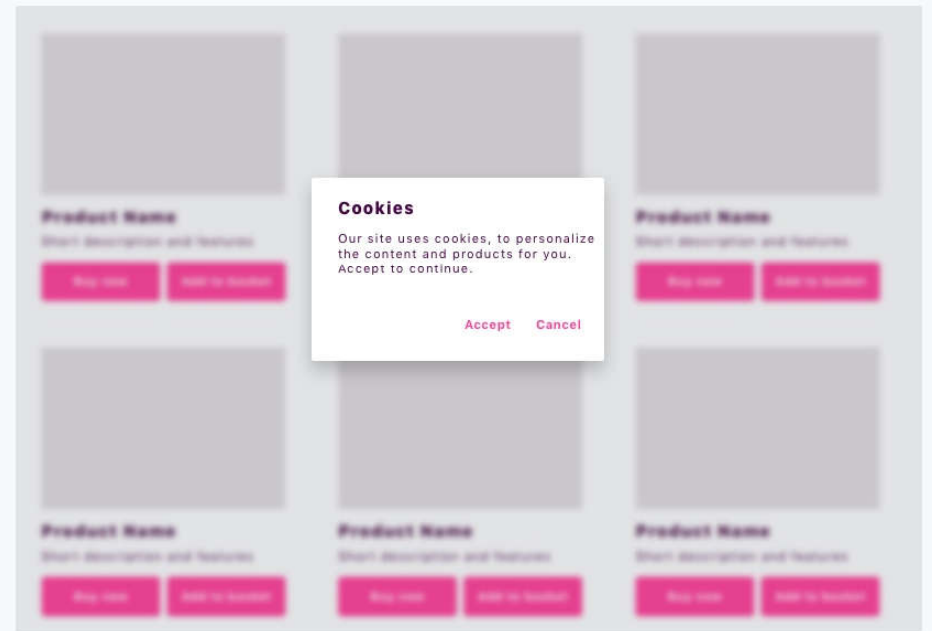
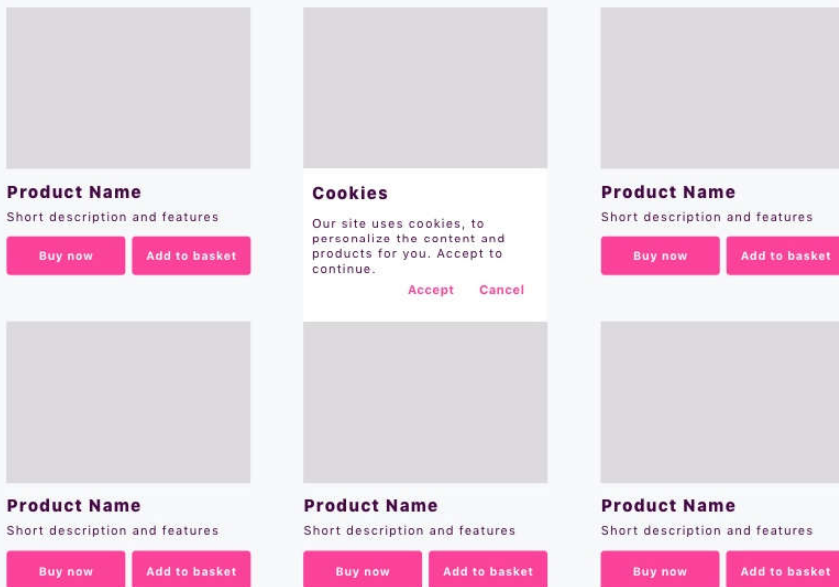
Se refiere a nuestra capacidad de separar elementos visualmente en diferentes planos de enfoque. Hay tres formas de ejecutar esto de manera efectiva, a través de capas, contraste y jerarquía de información.




Ground

Figure





Figure - Ground





 **Hi, Karla**
Customer since 2007

Recommendations for you

 Your Orders	 Electronics
 Home & Kitchen	 Cell Phones & Accessories


Recently viewed



Fri, May 14

[Edit your browsing history](#)

Celebrate LGBTQ+ TV & film



[Watch now on Prime Video](#)


FREE Shipping

Choose from millions of items. Available on orders over \$25 shipped by Amazon.

[Learn more](#)

Grant a few birthday wishes


Shop gift cards +



Sponsored

Video: Recommended for you

Tom Clancy's Without Remorse



Start watching

Deal of the Day







FAST & FURIOUS 8-MOVIE COLLECTION

~~\$28.99~~ ~~\$59.98~~

Save on Fast & Furious 8-Movie Collection [Blu-ray]

[See all deals](#)

Shop by style

 Casual	 Cool
 Boho	 Sporty

[Try before you buy](#)

Do you really want to delete this album?

Yes, delete it

No, keep it

USO DEL COLOR EN DISEÑO DE
INTERFACES DE USUARIO

COLOR

Mejora la estética del diseño / refuerza el significado.

El uso de los colores puede ayudar o confundir.

Impacto de uso de los colores:

<http://archive.org/stream/colorforimpactho00whit#page/28/mode/2up>

Su uso en interfaces:

- Use un número limitado de colores
- Restringir la paleta a 5 colores
- Recuerde que hay personas que no perciben ciertos colores (color blindness)
- Los colores aportan una asociación simbólica: cultural, y según tipo de usuarios.
- Al diseñar para la web, utilice colores suaves, neutrales, fríos. No se recomienda colores brillantes. Tener consideración al usar el amarillo.



Herramienta de ayuda para seleccionar colores: <https://paletton.com/>

CONTRASTE

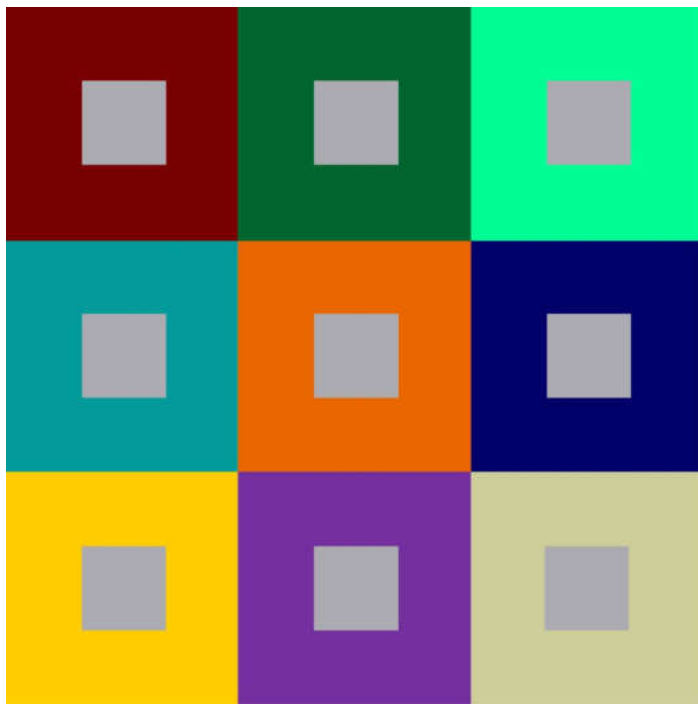
El contraste es una herramienta de diseño que crea una separación entre un elemento y otro.

Por ejemplo, un fondo de color claro con un botón brillante puede crear un buen contraste.

Cuando hay contraste, los usuarios notan llamadas a la acción más fácilmente. Los menús y los botones necesitan contraste para ser notables.

El contraste es una herramienta de diseño que crea una separación entre un elemento y otro. Por ejemplo, un fondo de color claro con un botón brillante puede crear un buen contraste. Cuando hay contraste, los usuarios notan llamadas a la acción más fácilmente. Los menús y los botones necesitan contraste para ser notables.

HERRAMIENTA PARA VERIFICAR CONTRASTE



Contrast Checker

[Home](#) > [Resources](#) > Contrast Checker

Foreground Color

#FFC800



Lightness



Background Color

#FAF5F5



Lightness



Contrast Ratio

1.43:1

[permalink](#)

<https://webaim.org/resources/contrastchecker/>

PSICOLOGÍA DE LOS COLORES

PSICOLOGÍA DEL COLOR									
QUÉ TRANSMITEN Y QUÉ MARCAS LO USAN									
ROJO	AZUL	VERDE	AMARILLO	NARANJA	VIOLETA	ROSA	MARRÓN	GRIS	NEGRO
DINAMISMO CALIDEZ AGRESIVO PASIÓN ENERGÍA PELIGRO	PROFESIONAL SERIEDAD INTEGRIDAD SINCERIDAD CALMA INFINITO	NATURALEZA ÉTICA CRECIMIENTO FRESCURA SERENIDAD ORGÁNICO	CALIDEZ AMABILIDAD POSITIVIDAD ESTIMULANTE ALEGRÍA LUMINOSO	INNOVACIÓN MODERNIDAD JUVENTUD DIVERSIÓN ACCESIBILIDAD VITALIDAD	LUJO REALEZA SABIDURÍA DIGNIDAD MISTERIO ESPIRITUAL	DIVERSIÓN PRESUMIDO INOCENCIA FEMENINO DELICADEZA ROMÁNTICO	MASCULINO RURAL NATURAL TIERRA SIMPLICIDAD RÚSTICO	AUTORIDAD OPACIDAD SENCILLEZ RESPECTO NEUTRAL HUMILDAD	PODER SOFISTICADO PRESTIGIO VALOR ATEMPORAL MUERTE
Nintendo Coca-Cola	Ford Facebook	Greenpeace Android	DHL McDonald's	SoundCloud Firefox	Yahoo! Cadbury	Barbie Pink Ribbon	UPS Ducati	Swarovski Apple	Nike BMW