



UNIVERSIDAD DEL ISTMO



Campus Tehuantepec

Ingeniería en Computación

Tema: PRINCIPIOS DE DISEÑO.

Materia: Interacción Humano Computadora.

Alumno: Osorio Ramos Jeremy.

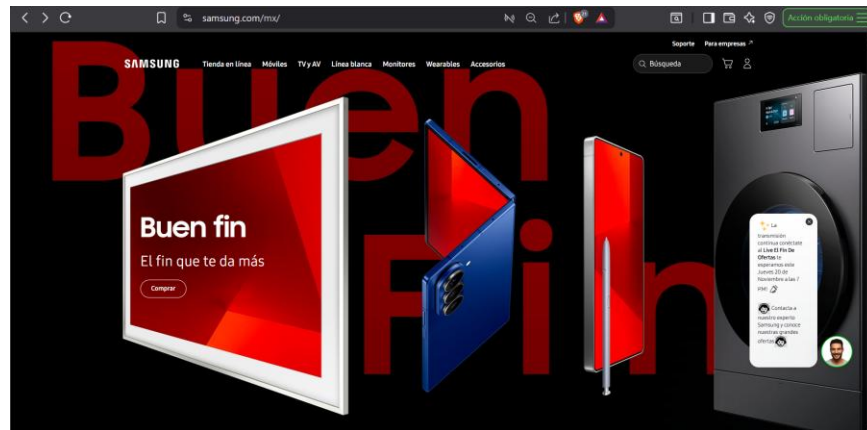
Docente: Ing. Carlos Mijangos Jiménez.

Semestre: Séptimo.

Grupo: 704.

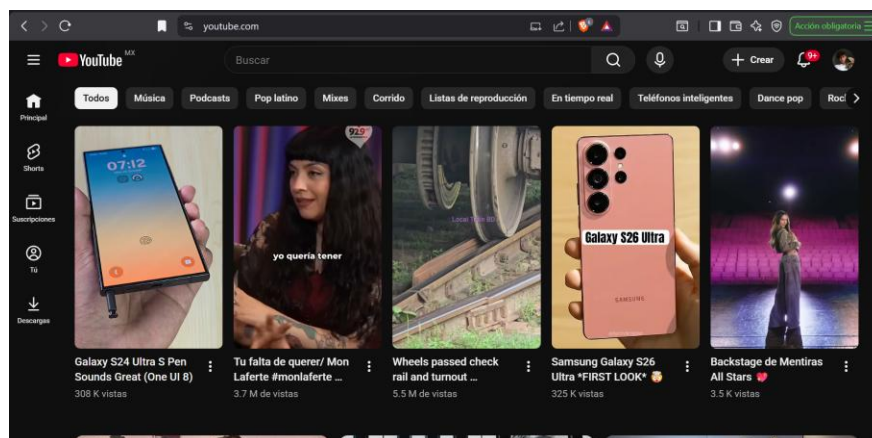
Tehuantepec Oaxaca a 20 de Noviembre de 2025.

Buscar 7 páginas webs y resaltar en cada uno los principios, y describir lo que está ocurriendo en cada una.



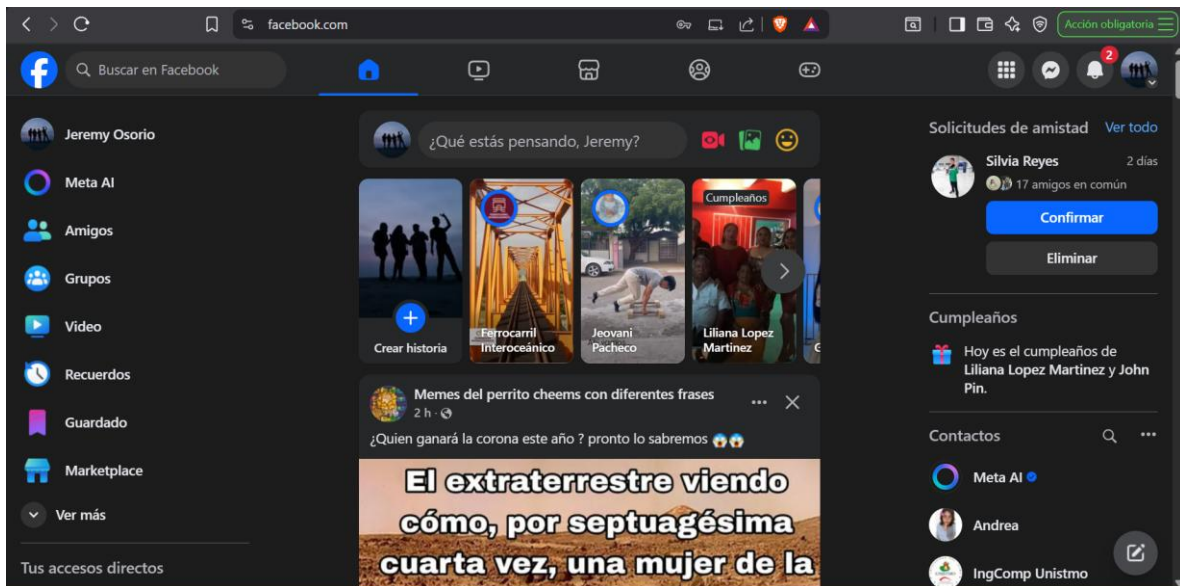
1) Jerarquía — Samsung (samsung.com.mx)

En la home de Samsung se observa una jerarquía visual clara: hero grande con oferta/producto destacado, debajo se ubican secciones por categoría (TV, móviles, línea blanca), y cada tarjeta de producto usa tamaños de título, subtítulo y precio diferenciados. Eso guía la atención del usuario hacia lo más importante (lanzamientos y promociones) y permite escanear rápidamente la página.



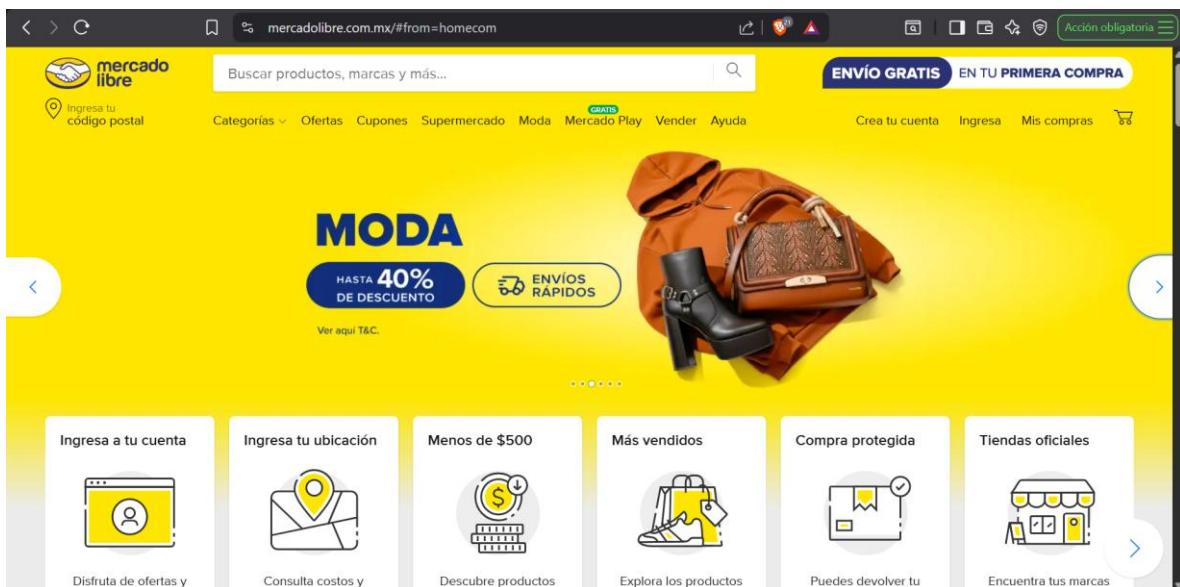
2) Divulgación progresiva — YouTube (youtube.com)

YouTube presenta inicialmente la información esencial (miniatura, título, canal) y oculta detalles menos urgentes (descripción completa, comentarios, opciones avanzadas) bajo controles tipo “Mostrar más” o pestañas. Esto evita abrumar al usuario y resulta ideal para tomar decisiones rápidas (¿ver o no el video?) y dejar la información secundaria disponible si el usuario la necesita.



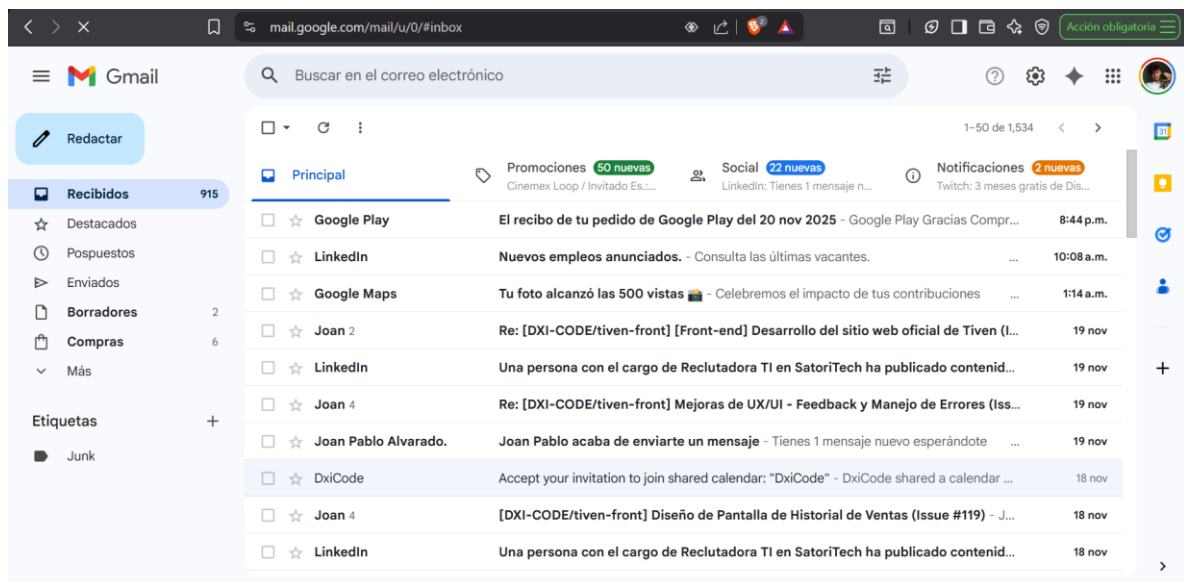
3) Coherencia — Facebook (facebook.com)

Facebook mantiene patrones UI repetidos: barras superiores de navegación, tarjetas de publicaciones con estructura consistente (autor → contenido → acciones), y estilos de botones repetidos. Esa coherencia hace que la interfaz sea familiar en todos los flujos (perfil, feed, páginas), facilitando el aprendizaje y reduciendo errores al interactuar.



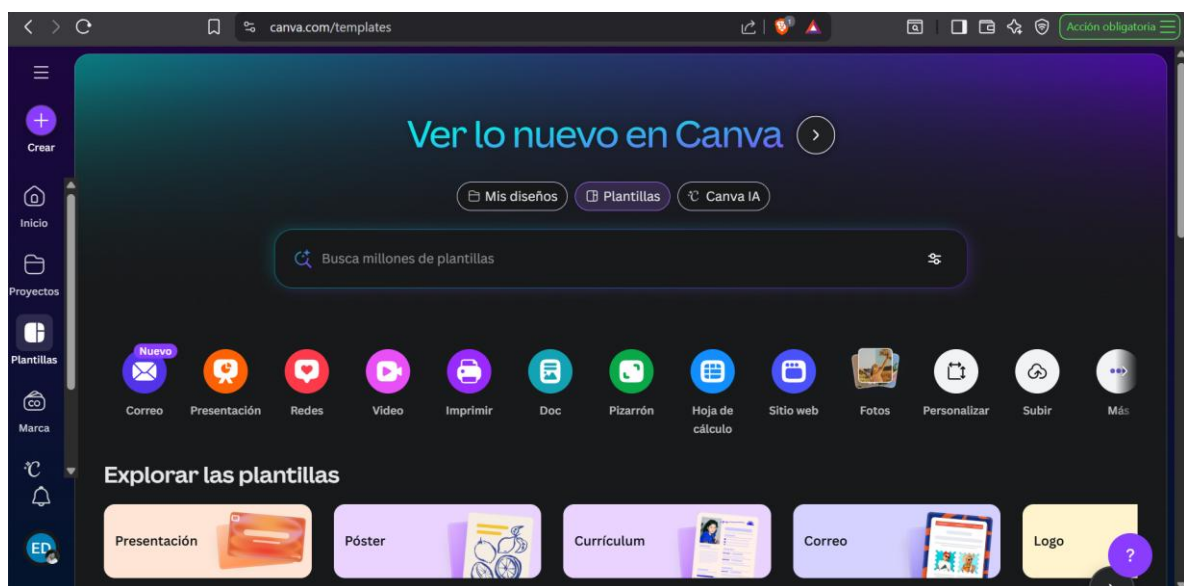
4) Contraste — Mercado Libre (mercadolibre.com.mx)

Mercado Libre usa contraste de color y peso visual para destacar CTAs y promociones: botones de compra y ofertas suelen tener colores fuertes y contrastantes frente a fondos neutros; precios rebajados aparecen en un color y tamaño que atrae la mirada. Así se jerarquizan acciones (comprar, ver oferta) frente a información secundaria.



5) Accesibilidad — Gmail (mail.google.com / soporte Gmail)

Gmail incorpora y documenta opciones de accesibilidad (atajos de teclado, variaciones de vista, compatibilidad con lectores de pantalla), además de permitir cambiar el layout de la bandeja. Estas opciones facilitan el acceso a usuarios con distintas capacidades y estilos de uso, cumpliendo el principio de diseñar para todos.



6) Proximidad — Canva Templates (canva.com/templates)

En la sección de plantillas, Canva agrupa visualmente las plantillas por tipo (presentaciones, posters, posts) y sitúa junto a cada miniatura la información relacionada (título, etiquetas). La cercanía entre miniatura + nombre + etiquetas hace que el usuario relacione rápidamente contenido y categoría, agilizando la búsqueda y selección.



7) Coordinación — Brave (brave.com/es)

Brave muestra una coordinación visual y funcional entre componentes: el sitio y la app comparten estilo, llamadas a la acción coherentes y secciones (features, privacidad, descarga) con orden predecible. Esa coordinación refuerza la confianza del usuario y reduce la fricción al buscar opciones (ej. instalar, conocer funciones, leer privacidad).