

CLASE 4

IDENTIDAD VISUAL

ÍCONOS Y PANTALLA INICIAL

RETÍCULA DE CONSTRUCCIÓN

TIPOGRAFÍA

COLOR

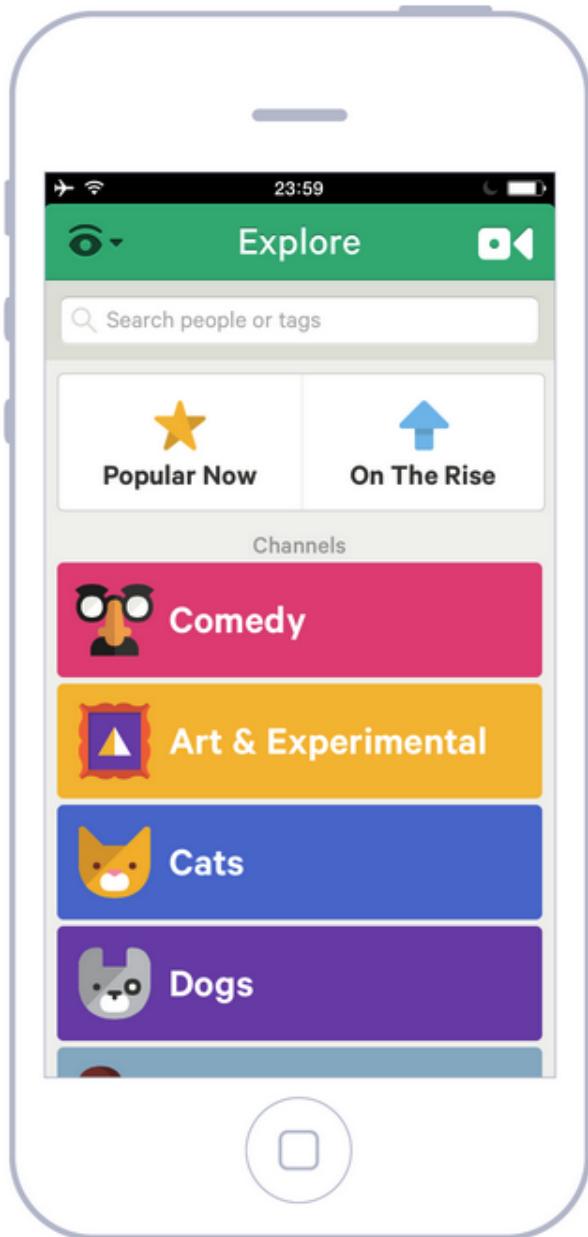
DETALLES VISUALES

FODA

IDENTIDAD VISUAL

UNA APLICACIÓN ES, ENTRE OTRAS COSAS, UNA PIEZA DE COMUNICACIÓN

FORMA PARTE DE UN SISTEMA Y ES UNA OPORTUNIDAD
PARA EXTENDER LA IDENTIDAD DE UNA EMPRESA O
PRODUCTO.

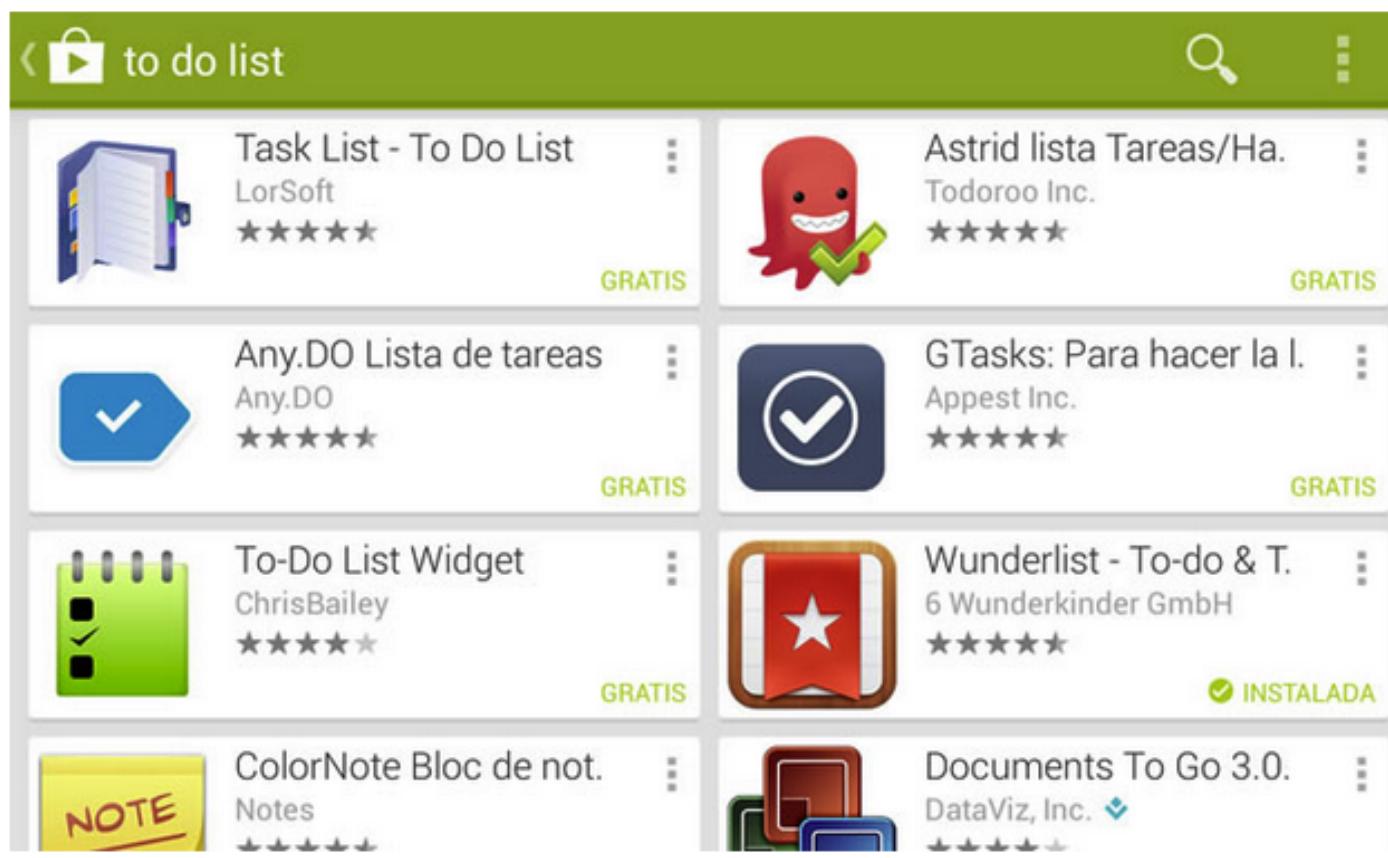


LAS DIFERENTES PANTALLAS,
LOS COLORES, TIPOGRAFÍAS Y
FONDOS ACTÚAN COMO
ELEMENTOS QUE REFLEJAN LA
IDENTIDAD.

íCONOS Y PANTALLA INICIAL

ÍCONO DE LANZAMIENTO

**PRESENTA Y REPRESENTA LA APP
ELEMENTO DE VENTA PARA CONVENCER AL USUARIO**



ÍCONO DEBE SER DISTINTIVO Y REPRESENTATIVO

DISTINTIVO: DEBE SEPARARLA DE LAS DEMÁS

REPRESENTATIVO: DEBE COMUNICAR CLARAMENTE EL OBJETIVO PRINCIPAL.



En el ejemplo, hay íconos de diferentes apps de tareas y una red social, ¿puedes descubrir cuál es?

TAMAÑO

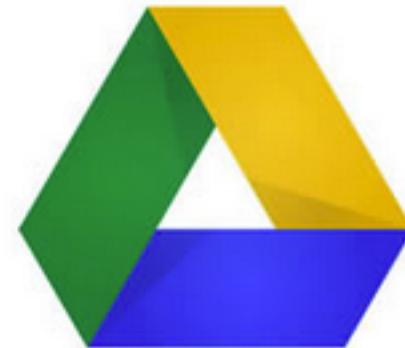
CONSIDERAR TODAS LAS POSIBILIDADES.

AÑADIR MÁS O MENOS DETALLE A LA IMAGEN EN FUNCIÓN
A SUS DIMENSIONES.



SISTEMA OPERATIVO

CADA SISTEMA OPERATIVO POSEE DISTINTOS REQUISITOS.



ÍCONOS INTERIORES

**TIENEN UN PAPEL FUNCIONAL
AUNQUE PUEDEN PASAR DESAPERSIBIDOS.**

ASOCIADOS A 3 ESCENARIOS

- REFORZAR LA INFORMACIÓN -EN CUADRO DE DIALOGO-
- COMPLEMENTO DE ELEMENTOS INTERACTIVOS -EN BOTÓN-
- MEJORAR LA UTILIZACION DEL ESPACIO -ÍCONO RESUME VISUALMENTE UN TEXTO-



LA INTERPRETACIÓN DE ÍCONOS SUPONE CIERTA
SUBJETIVIDAD QUE HAY QUE TRATAR DE ELIMINAR
HACIENDO UN USO CORRECTO DE ELLOS.

UNIVERSALES

Intuitivos.



Delete



Edit



Search



Delete



Restart



Plus



Minus



Refresh



Trash



Share



Synchronize



Download from
the Cloud



Upload to the
Cloud



Bookmark
Ribbon

DE CONFLICTO



Favorite, save, add to wish list



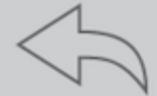
Add, edit



Comments, messages



Repost, refresh, repeat



Share, back, undo, reply

SOLUCIÓN



Get Mail

Unread

Read

Take Accounts
Offline

Archive

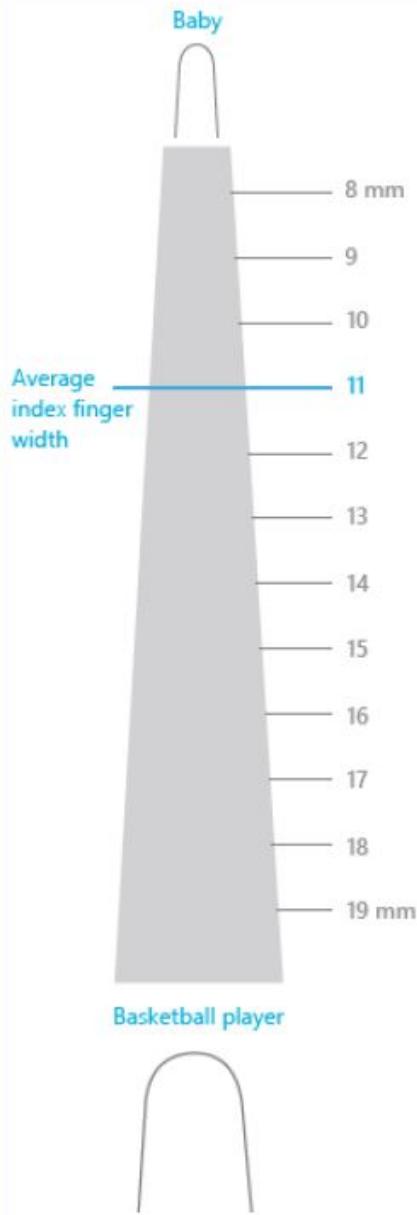
Copy

Move

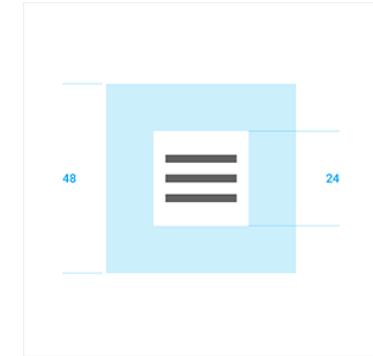
i

El 88% de las personas adivina cuál es el próximo paso al tener nombre el ícono.
De lo contrario el porcentaje cae al 45%.

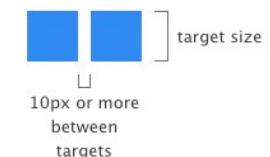
ESPACIOS



El área clickeable del ícono
deberá ser de 44px

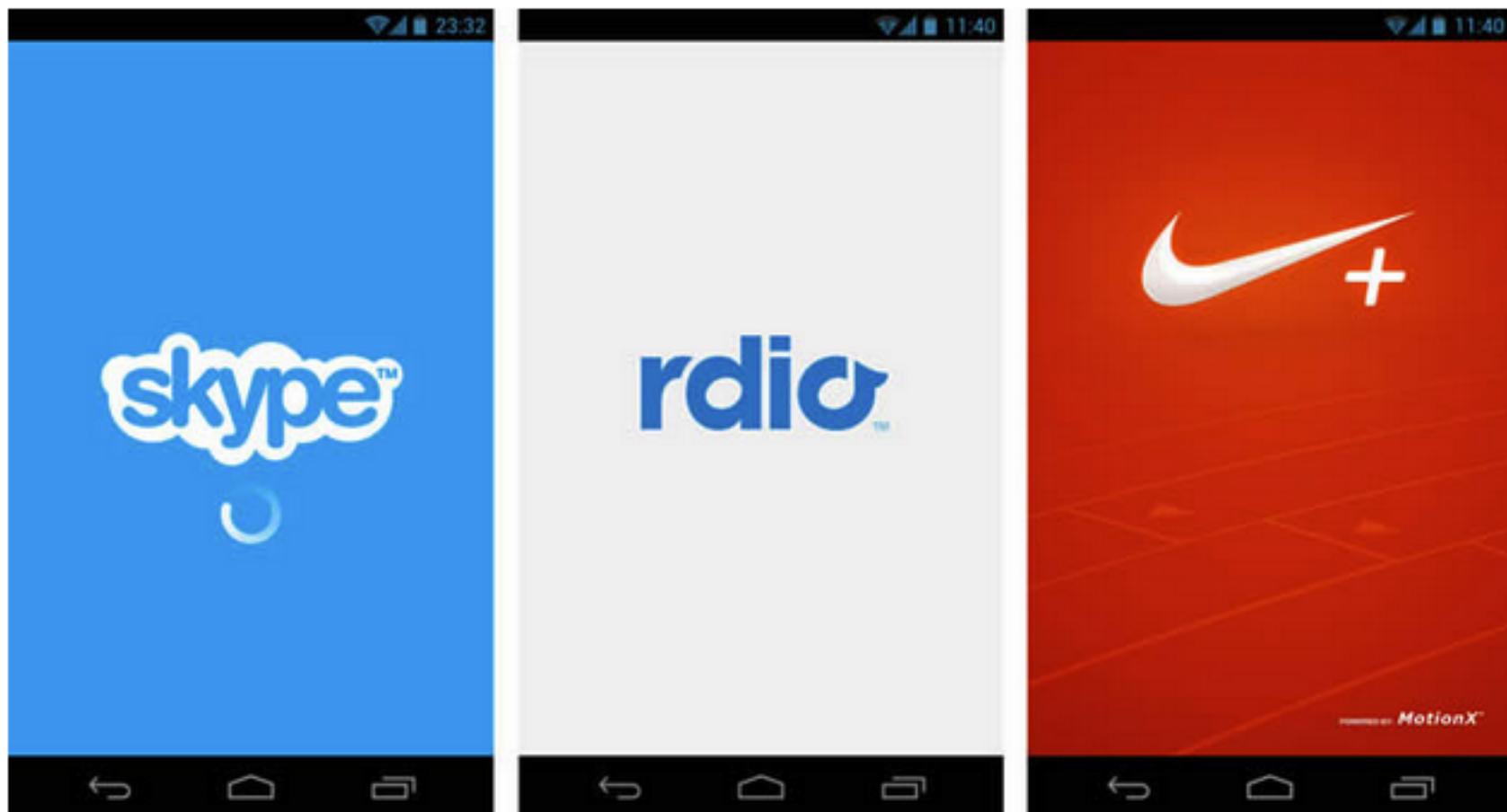


Espacio entre iconos al
menos 10px



10px or more
between
targets

PANTALLA INICIAL



ES LA PRIMERA PANTALLA QUE VERÁ EL USUARIO AL INICIAR LA APP.

ESTA PANTALLA SIRVE COMO PRESENTACIÓN DEL CONTENIDO MIENTRAS SE REALIZA LA CARGA INICIAL, POR TANTO, ES NORMAL QUE SE INCLUYA UN ELEMENTO INDICATIVO DE CARGA JUNTO A LOS DEMÁS ELEMENTOS GRÁFICOS.

DURACION DE UN PAR DE SEGUNDOS.

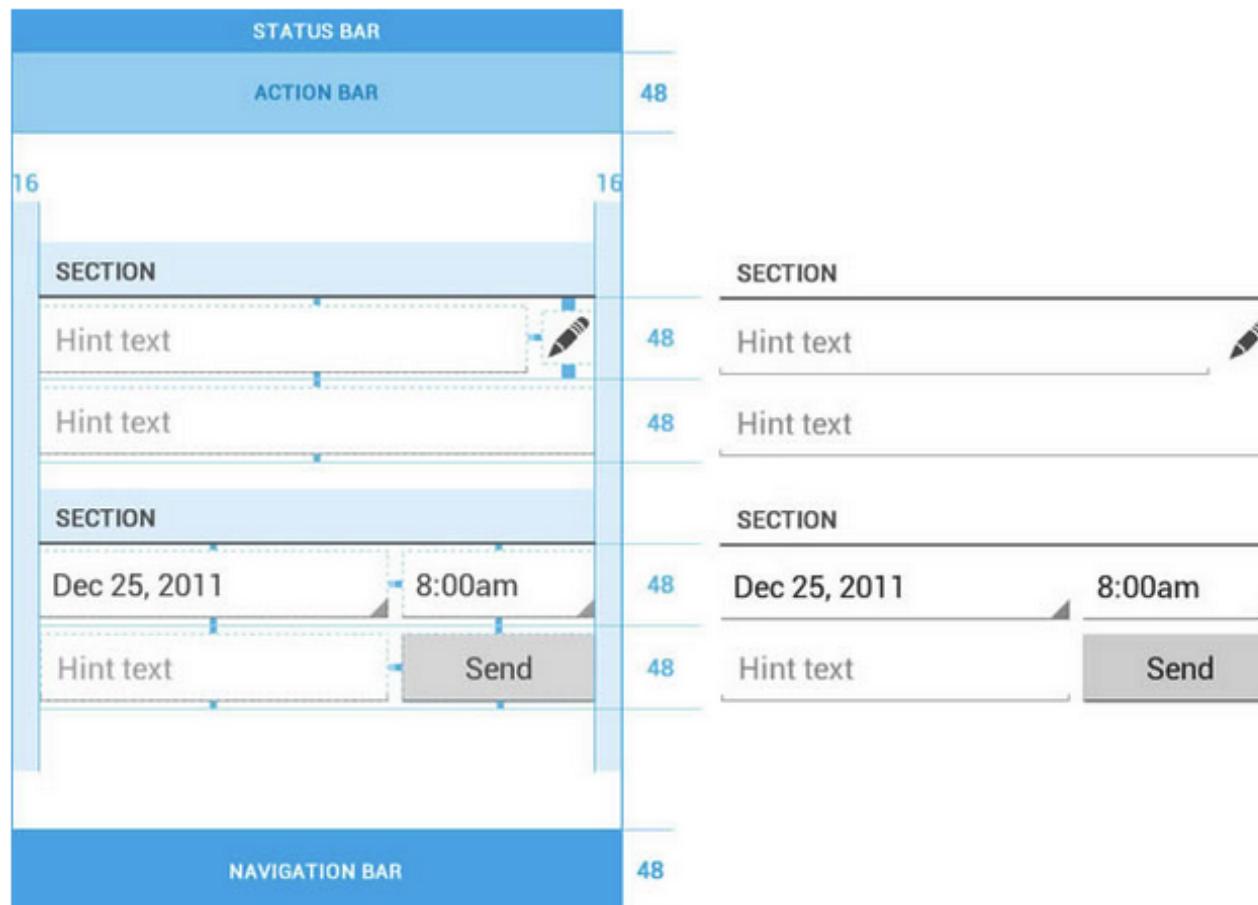
RETÍCULA DE CONSTRUCCIÓN

**ES LA ESTRUCTURA INVISIBLE
SOBRE LA CUAL SE APOYAN
TODOS LOS ELEMENTOS
VISUALES.**

SU FUNCIÓN ES LA DE SEPARAR CADA UNO DE LOS
COMPONENTES DE LA INTERFAZ EN UN ESPACIO
ORDENADO, ORGANIZANDO LOS SITIOS QUE QUEDARÁN
EN BLANCO Y AQUELLOS QUE CONTENDRÁN FORMAS.

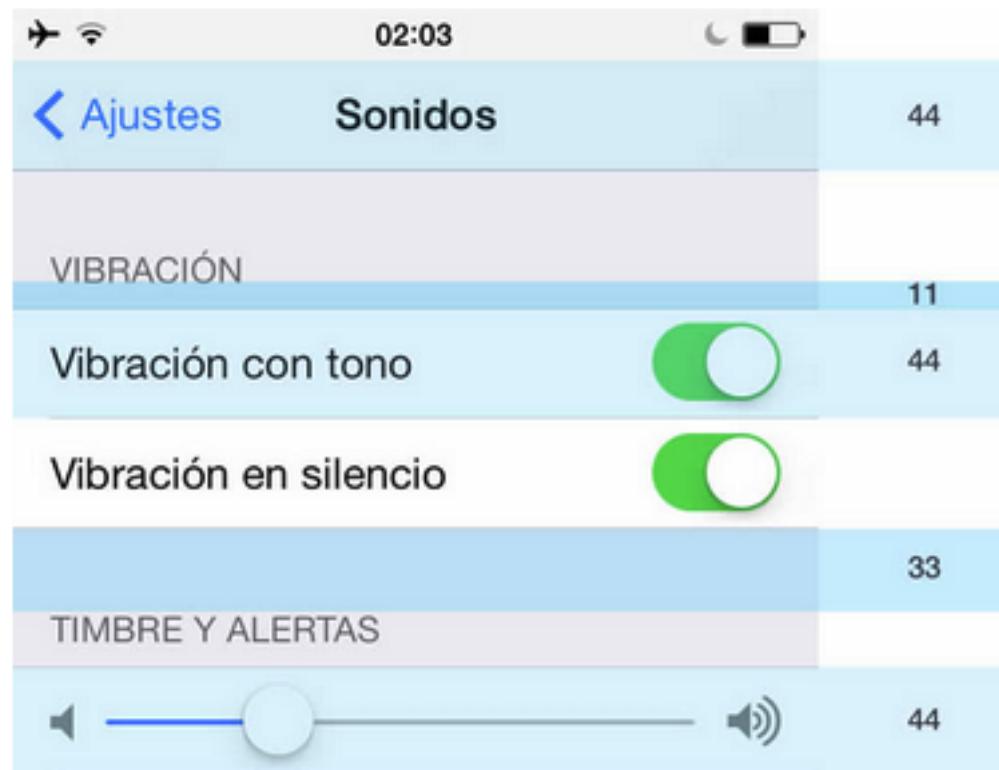
ANDROID

En Android, el módulo base es de 48dp que equivale aproximadamente a nueve milímetros, tamaño mínimo recomendado para elementos interactivos.



iOS

Se basan en una retícula con módulo base es de 44px, asegurando que botones y elementos en listas puedan ser pulsados sin problemas.



TIPOGRAFÍA

**EL OBJETIVO DE LA
TIPOGRAFÍA ES CONSEGUIR
QUE EL TEXTO SE LEA CON
CLARIDAD.**

ESTO SE LOGRA NO SOLO CON UNA ADECUADA **ELECCIÓN**
DE LA FUENTE, SINO TAMBIÉN GESTIONANDO SU **TAMAÑO**,
SEPARACIÓN ENTRE LÍNEAS, **ANCHO DE COLUMNAS** Y
CONTRASTE VISUAL CON EL FONDO.

SERIFAS

En tamaños pequeños y bajas resoluciones rinden mejor aquellas fuentes más limpias, abiertas y sans-serif.

Pueden considerarse las serif para los títulos principales, cuando cuenten con un tamaño en el que las serifas no sean un impedimento para la lectura.



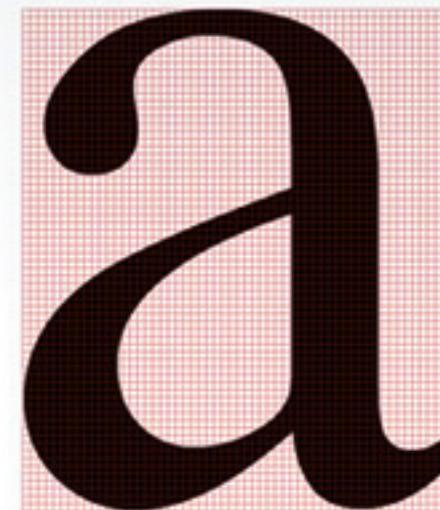
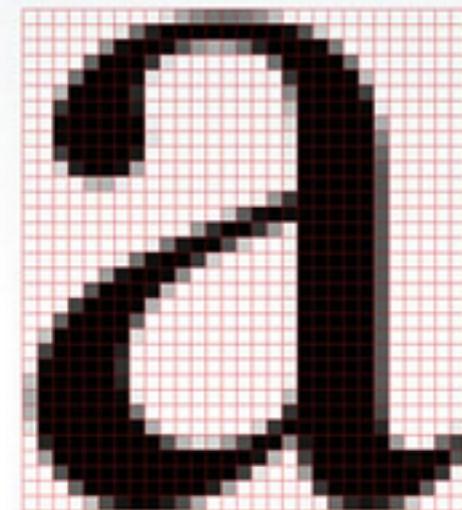
SANS-SERIF



SERIF

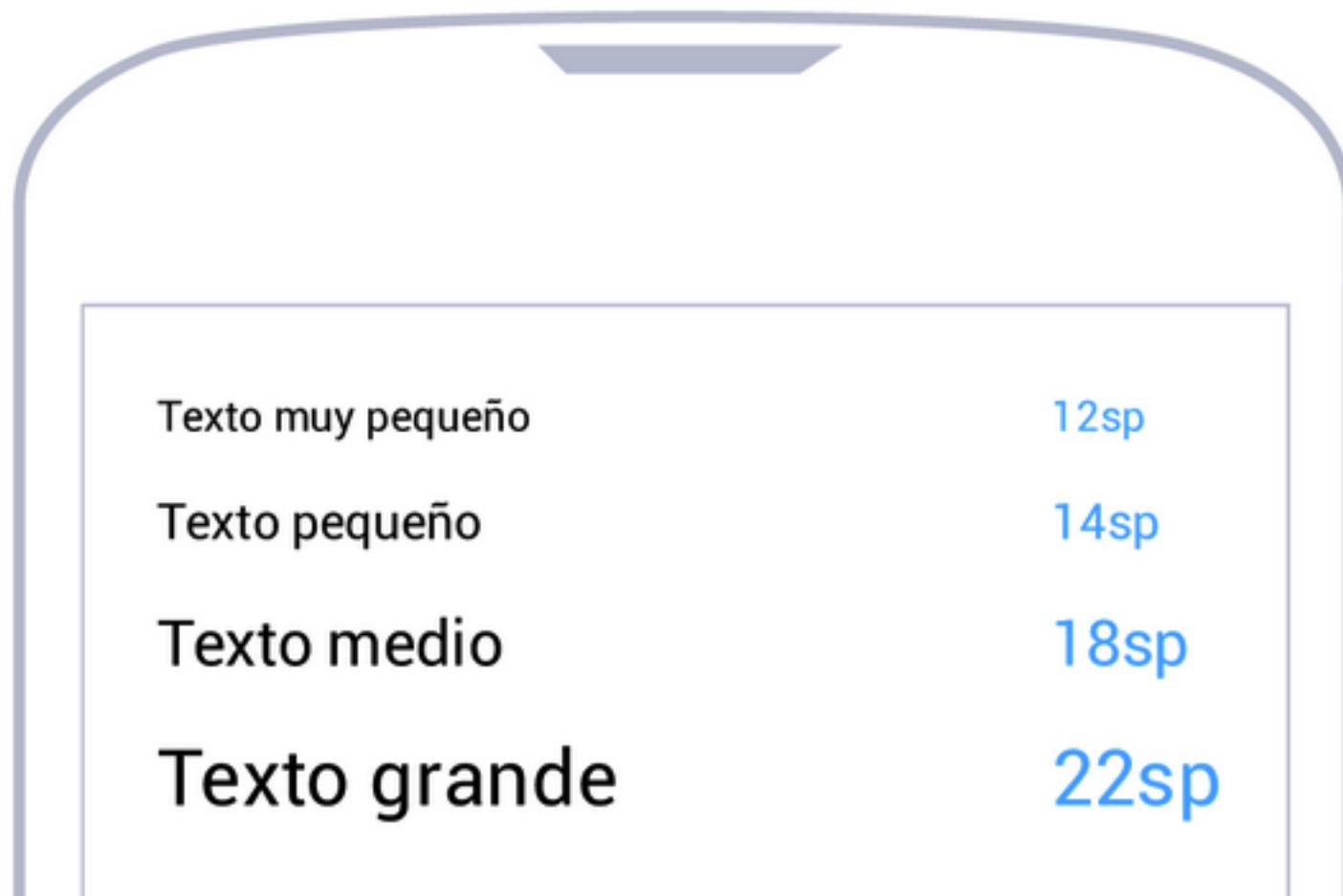
LEGIBILIDAD

Elegir fuentes con buenas resoluciones y para pantalla.



TAMAÑOS MÍNIMOS

El tamaño tipográfico es un factor que se ve condicionado por la distancia a la cual se sujet a el dispositivo.

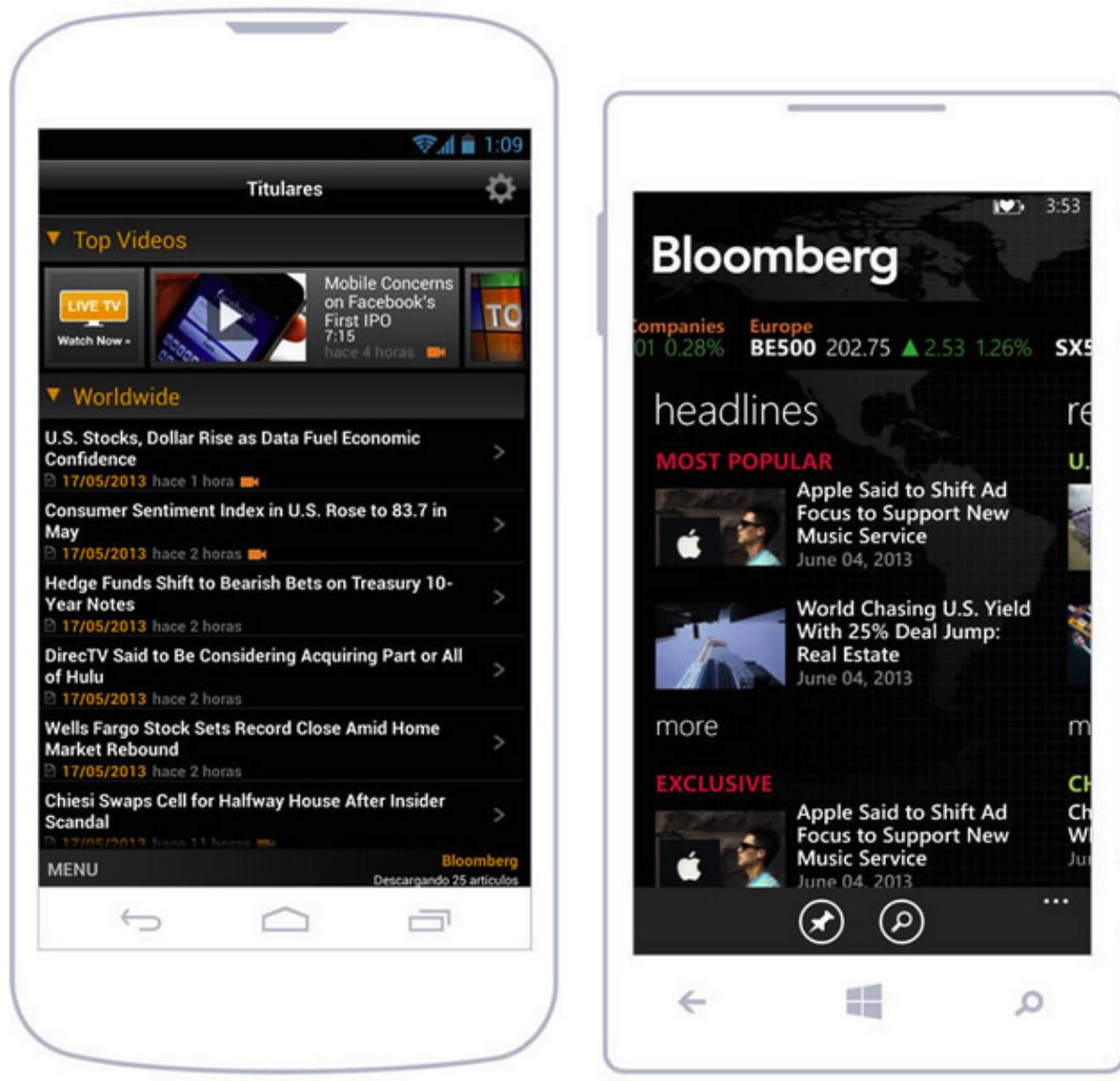


Texto muy pequeño	12sp
Texto pequeño	14sp
Texto medio	18sp
Texto grande	22sp

JERARQUÍAS

La importancia de la tipografía depende no solo de la función que cumple, sino también de la información que contiene y su posición en pantalla.

Para definir diferentes niveles de protagonismo en un texto se puede apelar, además del tamaño, a las variantes —negrita, regular o light, por ejemplo— y al color.



Mientras que en la pantalla de la izquierda no se aprecia una jerarquía clara, a la derecha es más evidente la importancia de cada elemento de acuerdo al tamaño de la tipografía.

TIP

Se recomienda usar 1 o 2 familias tipográficas.

oh dear

When you use **too many fonts**
see how they **all fight for attention**

TIP

Generar contraste entre fondo y texto.

Knowing is not enough, we must apply

TIP

No minimizar el espaciado entre líneas.
Generar y probar segun fácil lectura.

Good

Now for manner use has company
believe parlors. Least nor party who
wrote while did. Excuse formed as is
agreed admire so on result parish.

Too much

Now for manner use has company
believe parlors. Least nor party who
wrote while did. Excuse formed as is
agreed admire so on result parish.

Too tight

Now for manner use has company
believe parlors. Least nor party who
wrote while did. Excuse formed as is
agreed admire so on result parish.

SISTEMAS OPERATIVOS

ANDROID ROBOTO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

iOS NEUE HELVÉTICA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

COLOR

**RECURSO VITAL QUE ABARCA
ENCABEZADOS, TEXTOS,
BOTONES, FONDOS Y MUCHOS
OTROS ELEMENTOS QUE
CONFORMAN LA INTERFAZ.**

En algunas ocasiones, está asociado a la identidad —color corporativo— y en otras, responde a criterios estéticos y decisiones de diseño.

SIGNIFICADO DEL COLOR:



ROJO

Acción, Aventura, Agresividad, Sangre, Peligro, Energía, Emoción, Amor, Pasión, Fuerza, Vigor.



PÚRPURA

Ceremonial, Costoso, Fantasía, Justicia, Misterio, Nobleza, Regio, Realeza, Sofisticado, Espiritualidad



ROSA

Aprecio, Delicadeza, Femenino, Floral, Gratitud, Inocencia, Romántico, Suave, Tranquilo



MARRÓN

Tranquilidad, Profundidad, Tierra, Natural, Áspero, Riqueza, Simplicidad, Seriedad, Sutil, Utilidad, Madera



NARANJA

Accesible, Creatividad, Entusiasmo, Diversión, Jovial, Enérgico, Juvenil



AMARILLO

Precaución, Enfermedad, Alegría, Cobardía, Curiosidad, Felicidad, Gozo, Broma, Positivo, Sol, Cálido



VERDE

Frescura, Medio ambiente, Armonía, Salud, Curación, Inexperiencia, Dinero, Naturaleza, Renovación, Tranquilidad



AZUL

Autoridad, Calma, Confidencia, Dignidad, Consolidación, Lealtad, Poder, Éxito, Seguridad, Confianza



NEGRO

Autoridad, Clásico, Conservador, Distintivo, Formalidad, Misterio, Secreto, Seriedad, Tradición



GRIS

Autoridad, Mentalidad Corporativa, Humilde, Caprichoso, Practicidad, Respeto, Sombrío, Estabilidad



BLANCO

Inmaculado, Inocente, Paz, Pureza, Refinado, Esterilizado, Simplicidad, Entrega, Honestidad

COLORES RESERVADOS

Son colores que poseen connotaciones que no pueden obviarse.



ROJO

Errores y alertas importantes.
Indica peligro
Es un llamado de atención



AMARILLO

Prevención.
Estar alerta



VERDE

Éxito y confirmación de mensajes.

EN TEXTOS

Se puede usar para destacar aquellas frases o palabras que pueden ser pulsadas, como [enlaces](#).
Permite saber cuáles elementos tipográficos son interactivos.

EN FONDOS

Tener en cuenta que es necesario un contraste mínimo por cuestiones de legibilidad y accesibilidad.

Los fondos oscuros suelen cansar la vista más rápidamente

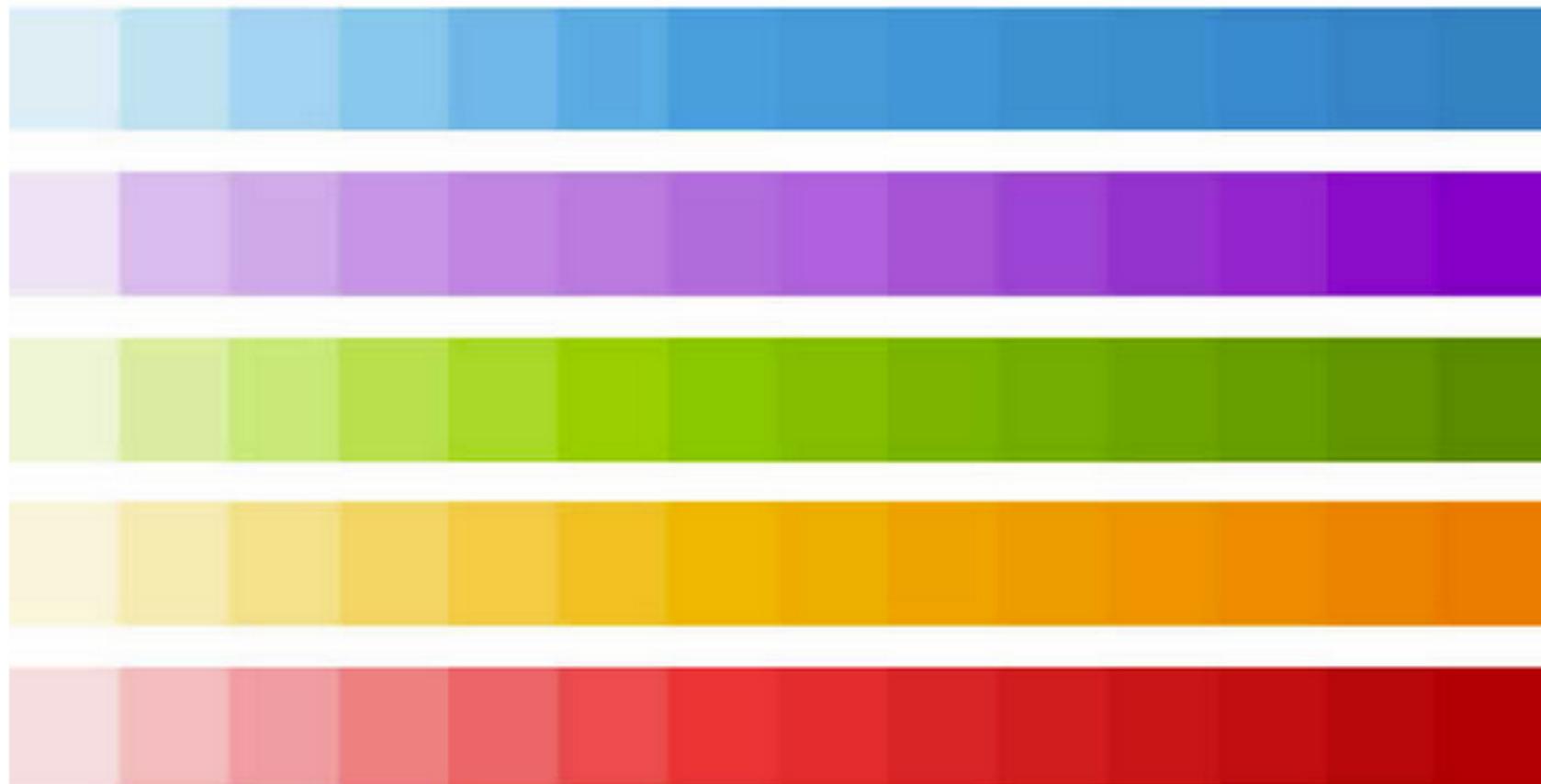
EN ENCABEZADOS

Por lo general el color se utiliza en encabezados para diferencias distintas secciones.



EN ANDROID

Sugiere una paleta de colores, y recomienda el azul ya sea como principal o secundario.

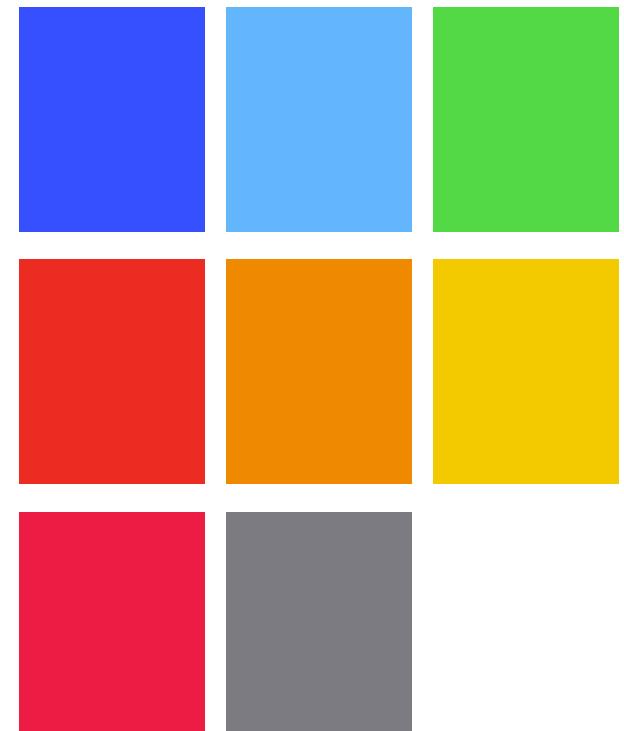
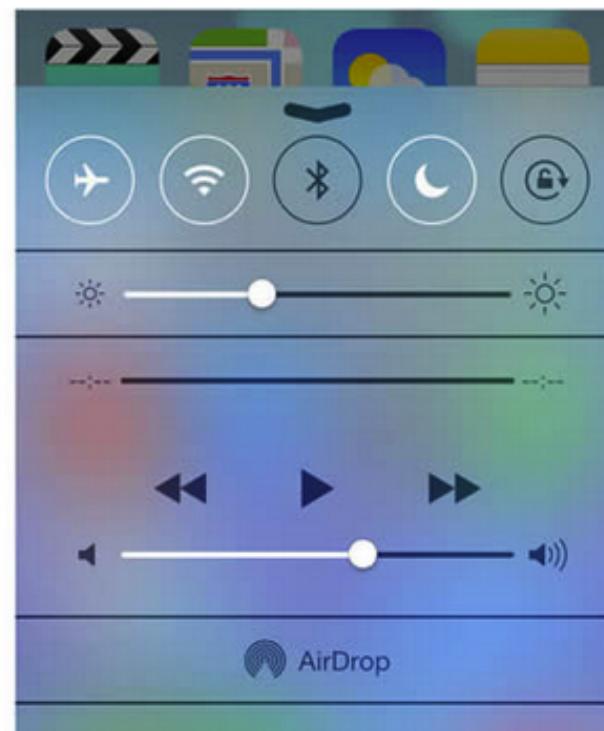
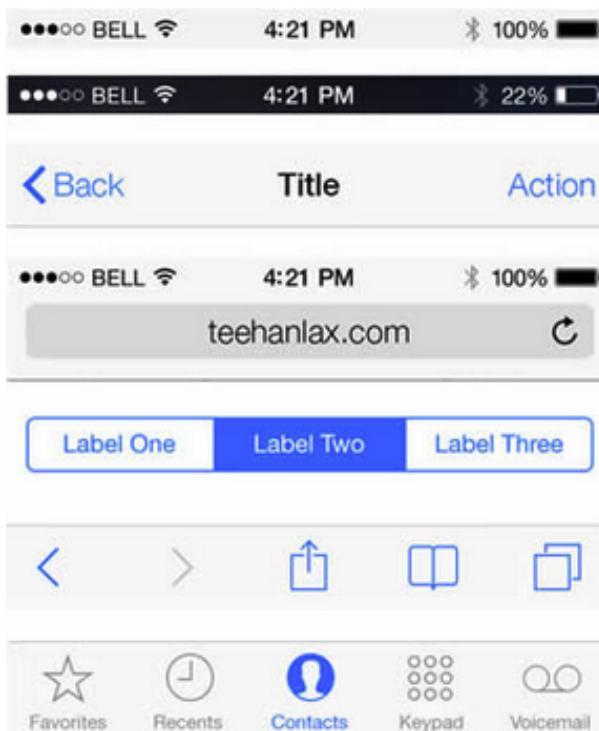


EN iOS

Se basa en la claridad: blanco y grises muy claros.

Utiliza Transparencias.

Recomienda colores puros que se visualicen bien tanto con fondos oscuros como claros.



COLOURLOVERS.COM

PALETAS DE CLOR

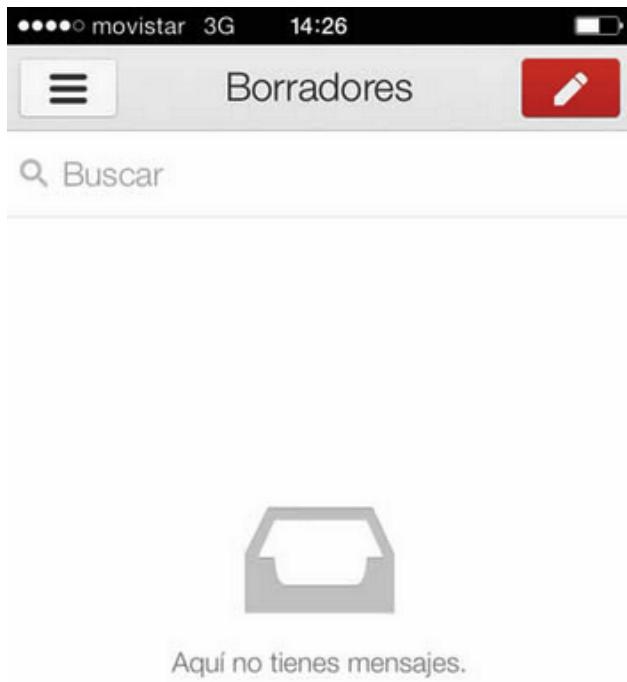
DETALLES VISUALES

Tips

<https://goodui.org/>

PANTALLAS VACÍAS

Los diseños tienen que considerar no solo los escenarios ideales, como una lista que ya está completa o una pantalla llena.

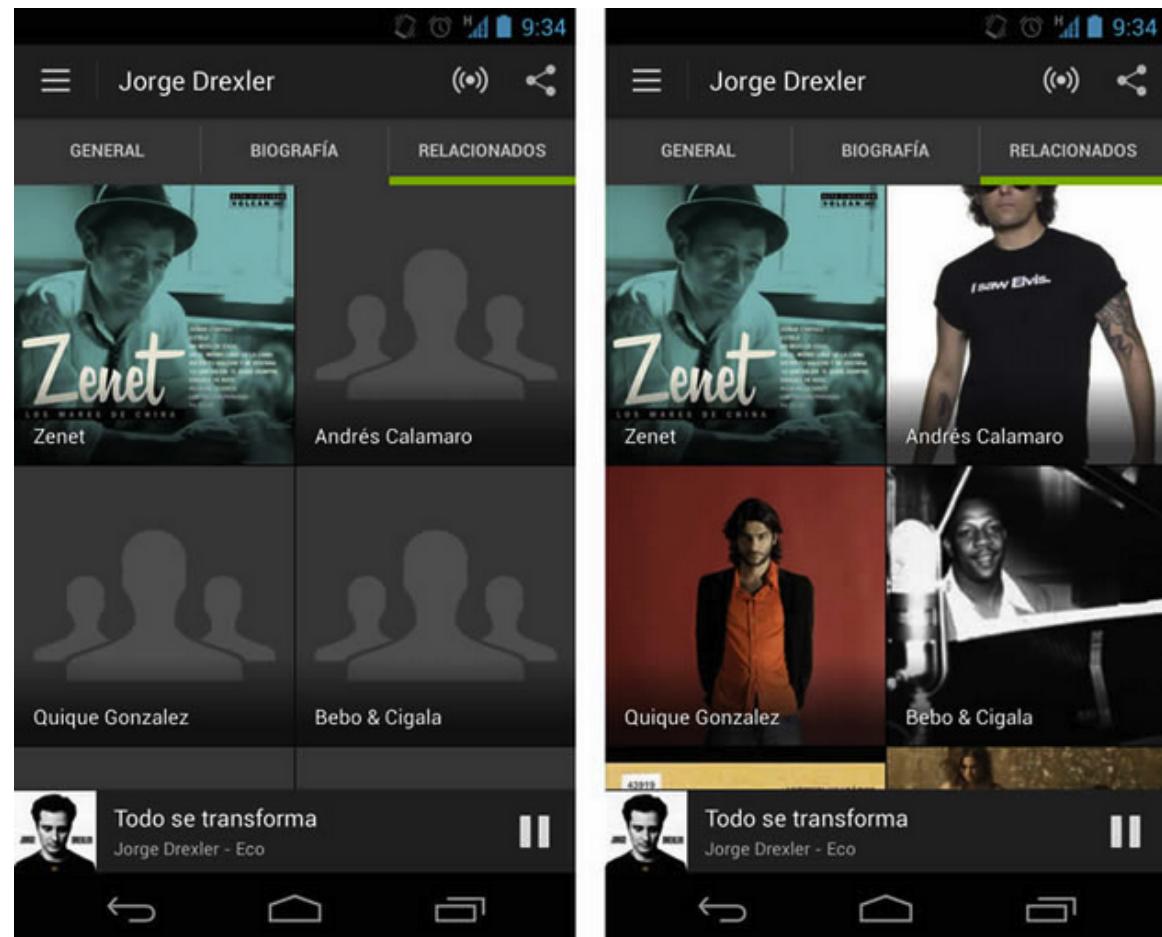


ES NECESARIO PLANTEAR
TAMBIÉN EL DISEÑO PARA
CUANDO LA APLICACIÓN
COMIENZA A SER UTILIZADA
Y AÚN NO SE DISPONE DE
CIERTA INFORMACIÓN.

GRÁFICOS EFÍMEROS

Es necesario considerar también el diseño de aquellos elementos que aparecen por poco tiempo en la pantalla.

ej. si la conexión es lenta



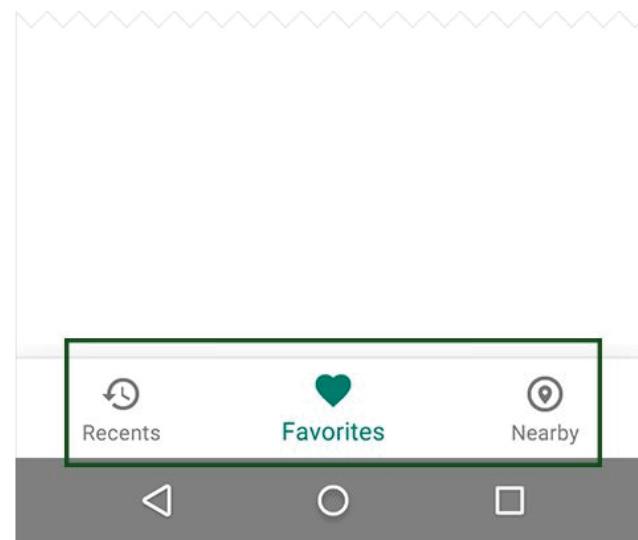
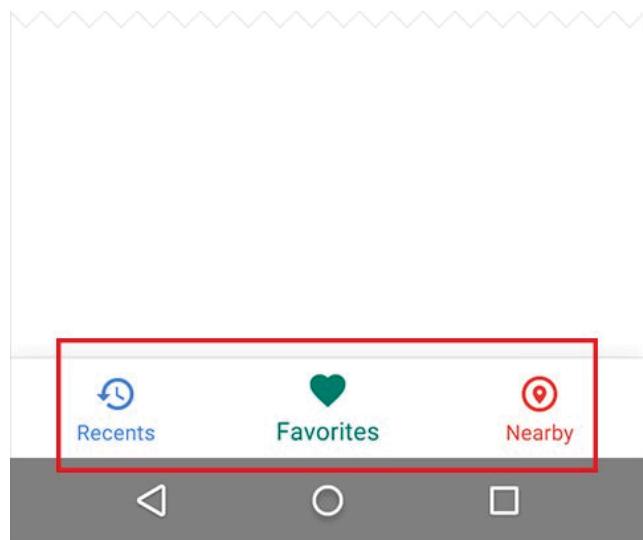
SECRETOS VISUALES

Gráficos que están ocultos a primera vista



DESTACADO

Destacar con un solo color



Timelines



Notifications



Messages



Me

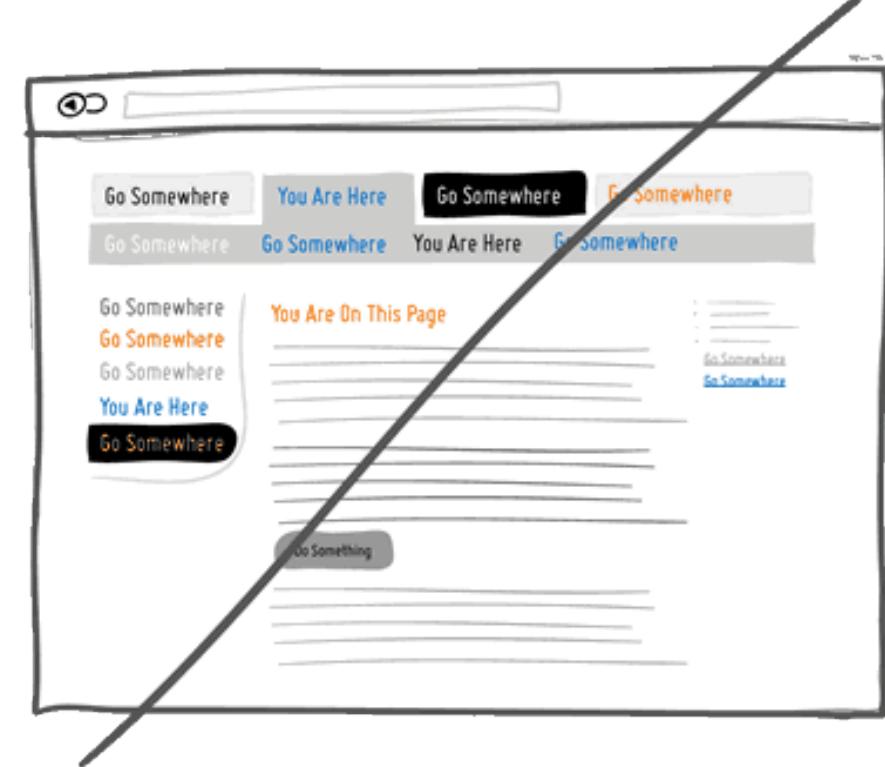
CONTENIDO

Utilizar iconos / estructura para mostrar contenido



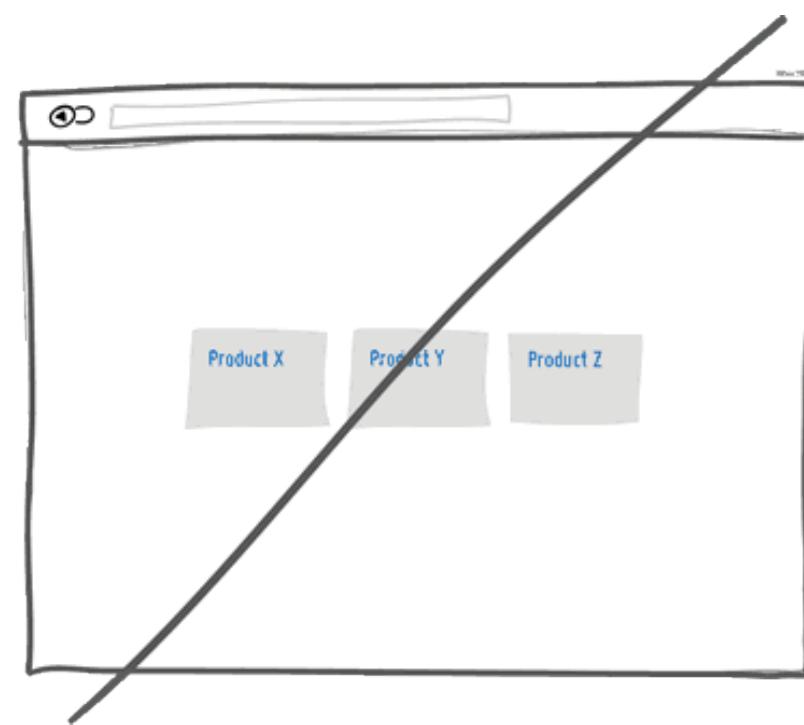
IDENTIDAD CONTINUA

Destacar el menu siempre de la misma manera



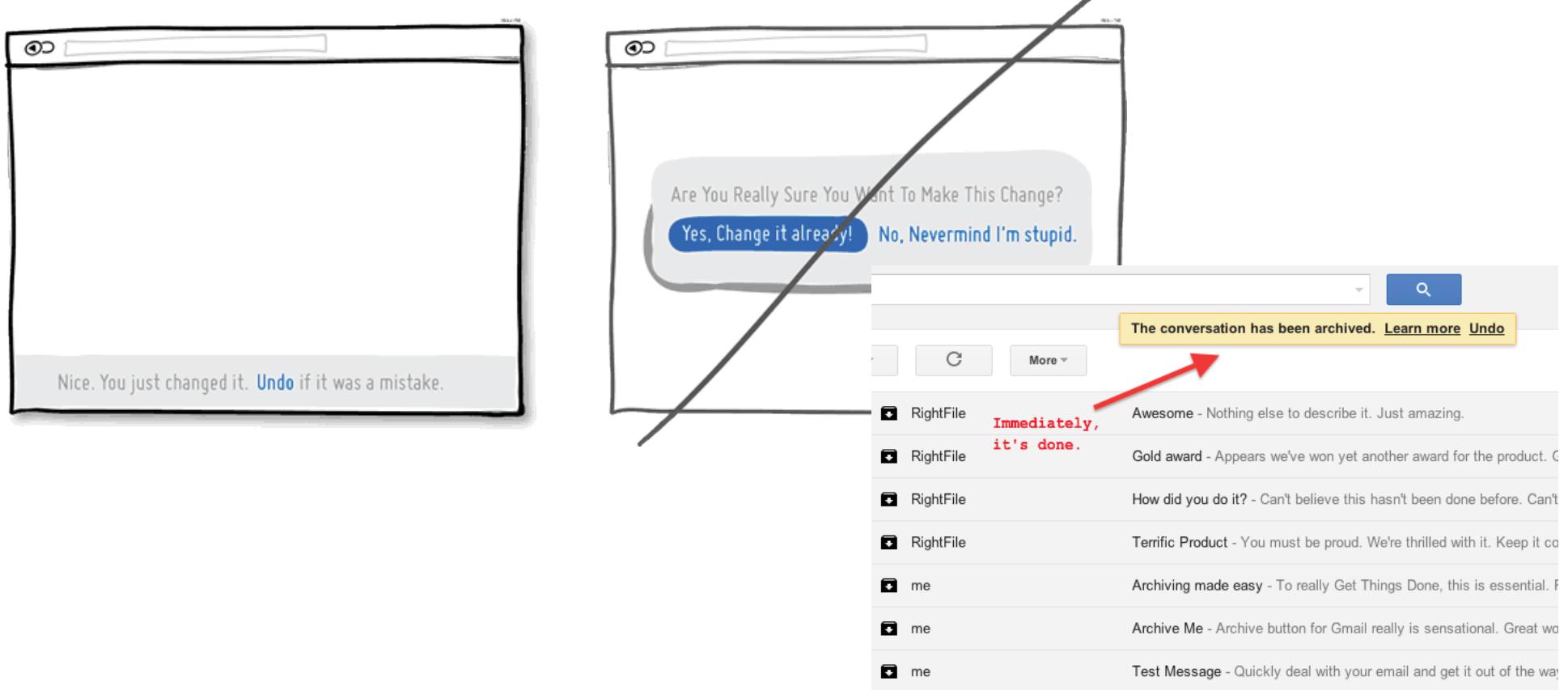
JERARQUÍA

Distribuir elementos a mostrar



DAR SEGURIDAD

Utilizar boton de DESHACER



DIFERENCIAR ELEMENTOS

Generar CONTRASTE en todo momento.
Puede ser por el COLOR, FORMA o TAMAÑO

The image displays three distinct web pages used as examples of design contrast:

- Top Left:** A screenshot of a food website for "the gourmet". It features a pink header with navigation links like "CATEGORIES", "POPULAR", and "RECIPES". Below the header, a navigation bar includes "Herbs", "Spices" (which is highlighted in red), "Seasonings", "Extracts", and "Oleoresin". The main content area has a pink background with a large image of green tarragon. Text on the page describes Tarragon's flavor and uses. A "Let's be friends" button and a "Sign up for 10% off your first order" button are visible at the bottom.
- Bottom Left:** A dark-themed website for "ARCH Architects Inc.". The background is black, and the text is white or light gray. The word "PASSIONATE." is prominently displayed in white capital letters. Below it is a large, white, angular architectural rendering of a building. To the right of the image, there is detailed text about the company's history and services, including mentions of "ARCH" and "ARCHITECTS".
- Right:** A travel website for "+ice ICELAND TOUR INFO". The background is white with large, semi-transparent text "DISCOVER" and "The warm heart of Nordic beauty". On the left, there is a vertical menu with options like "Discover", "Todo", and "Plan". The right side shows a snowy landscape with buildings, and a "SHOW REGIONS" button is located in the lower right corner.

Poco contraste



Mucho contraste



FODA

FORTALEZAS

FACTORES CRÍTICOS POSITIVOS CON LOS QUE SE CUENTA

Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

OPORTUNIDADES

ASPECTOS POSITIVOS QUE PODEMOS APROVECHAR UTILIZANDO NUESTRAS FORTALEZAS

Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

DEBILIDADES

FACTORES CRÍTICOS NEGATIVOS QUE SE DEBEN ELIMINAR O REDUCIR

Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

AMENAZAS

ASPECTOS NEGATIVOS EXTERNOS QUE PODRÍAN OBSTACULIZAR EL LOGRO DE NUESTROS OBJETIVOS

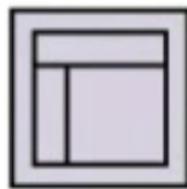
Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

ESTRUCTURA

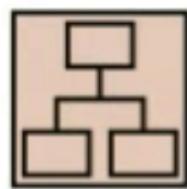
5 PLANOS



Superficie



Esqueleto



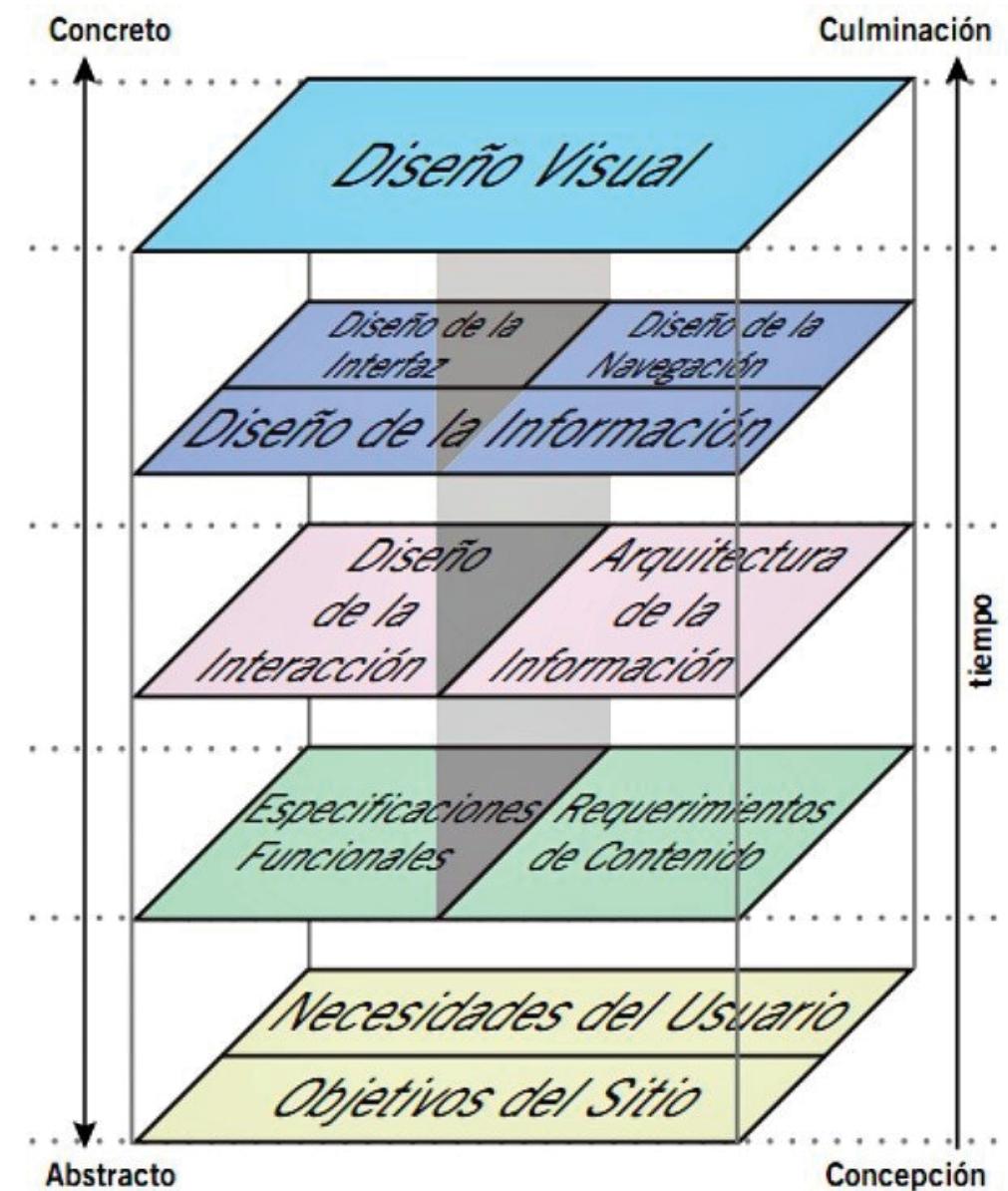
Estructura



Alcance



Estrategia



ESTRATEGIA

Paso fundamental

Se definen los objetivos de todos los involucrados en el desarrollo de diseño.

Cliente (solicitante y admin)

Usuarios (quienes van a interactuar)

OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA:

Definir:

1. Necesidades del usuario
2. Obligaciones del sistema

Especificar los objetivos que tiene la app y las necesidades del usuario para poder cumplir estos objetivos.

Se detalla de forma teórica varios puntos que queremos cumplir en nuestra app.

ALCANCE

Definición de los alcances y limitaciones técnicas del proyecto.

Analisis de información

OBJETIVOS DEL ALCANCE DE PROYECTO:

Definir:

1. Especificaciones funcionales y componentes
2. Requerimientos de contenidos

Detallar las especificaciones funcionales que se necesitarán para poder desarrollar la app, intentando abarcar lo máximo posible para que ningun requerimiento técnico quede fuera del alcance de nuestro proyecto.

LA ESTRUCTURA

Se define el flujo de la interacción, comportamiento, reacciones y delimitaciones de los componentes, así como sus relaciones ante ciertas tareas.

OBJETIVOS DE LA ESTRUCTURA DEL PROYECTO:

Definir:

1. Arquitectura de la información
2. Diseño de interacción
3. Casos de uso

En otras palabras, es un “Mapa” de todas las pantallas de nuestra app y las conexiones entre si, generando la arquitectura de la información.

ESQUELETO

Plano donde se diseña la interfaz gráfica de navegación y el acomodo de sus componentes, tales como botones, pestanas, bloques de texto, hipervínculos, campos de texto, etc.

OBJETIVOS DEL ESQUELETO:

Definir:

1. El diseño de la interface
2. Wireframes de pantallas
3. Prototipo rápido para probar flujos de interacción.

En esta etapa se colocan los wireframes completos, con el diseño de la estructura de nuestra aplicación.

SUPERFICIE

Una vez comprobado y aprobado el flujo de interacción y el acomodo de los componentes, se realizan de manera visual las pantallas de cada sección del sitio o sistema.

Define estilos visuales de todas las pantallas con una guía de estilo. Tener en cuenta la consistencia y uniformidad en todo momento.

OBJETIVOS DE LA SUPERFICIE:

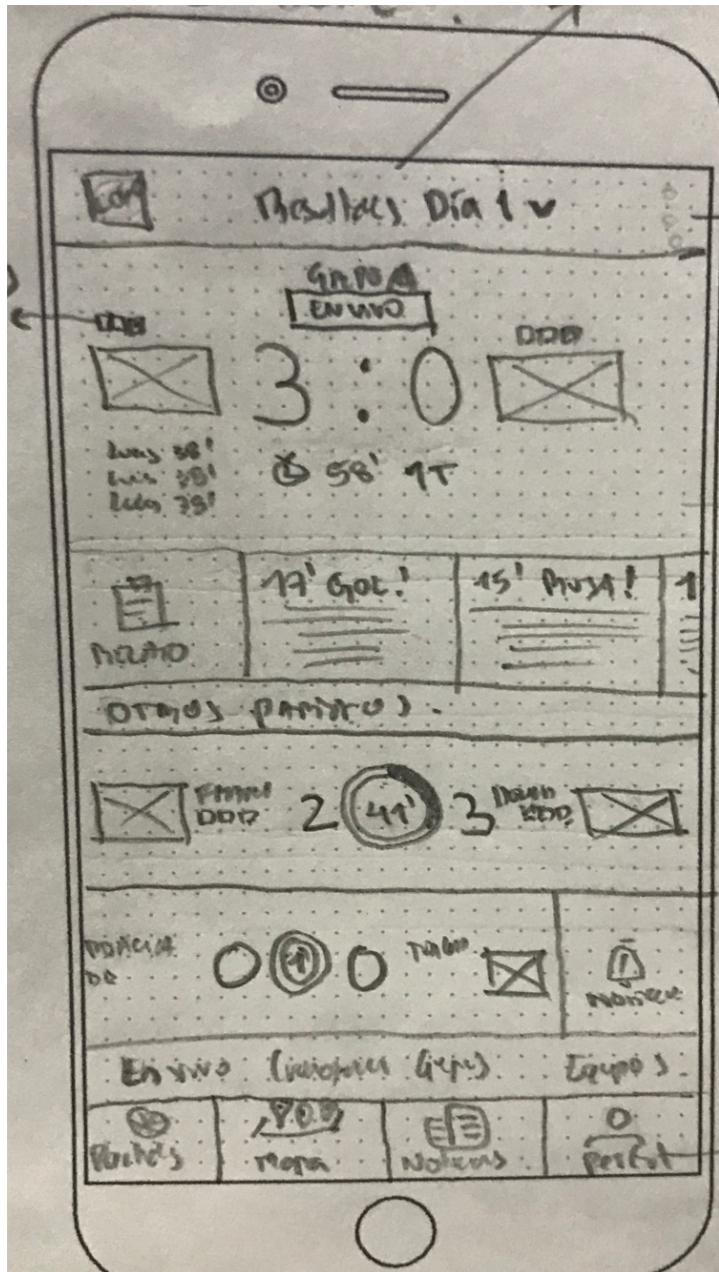
Definir:

1. Diseño visual de la interface gráfica
2. Prototipo interactivo de alta fidelidad
3. Brand Guidelines

En esta etapa se colocan los mockups.

EJEMPLO

BOCETO WIREFRAME MOCKUP



Resultados Dia 1 ▾

GRUPO A
EN VIVO

2:0
FRANCIA ALEMANIA

⌚ L. Hernandez 56'
⌚ F. Lopez 59'
⌚ 63' 1T

RELATO GOOL!! 56'
El delantero L. Hernandez convirtió de chilena para Francia y quedará con 10.

TARJETA!! 60'
Segunda Tarjeta para Francia, esta vez es Roja

OTROS PARTIDOS

URU 1 (45') 0 BRA

ARG 1 (45') 0 ENG

NOTIFICAR

EN VIVO CALENDARIO GRUPOS EQUIPOS

PARTIDOS MAPA NOTICIAS PERFIL

SEC. #ECC962



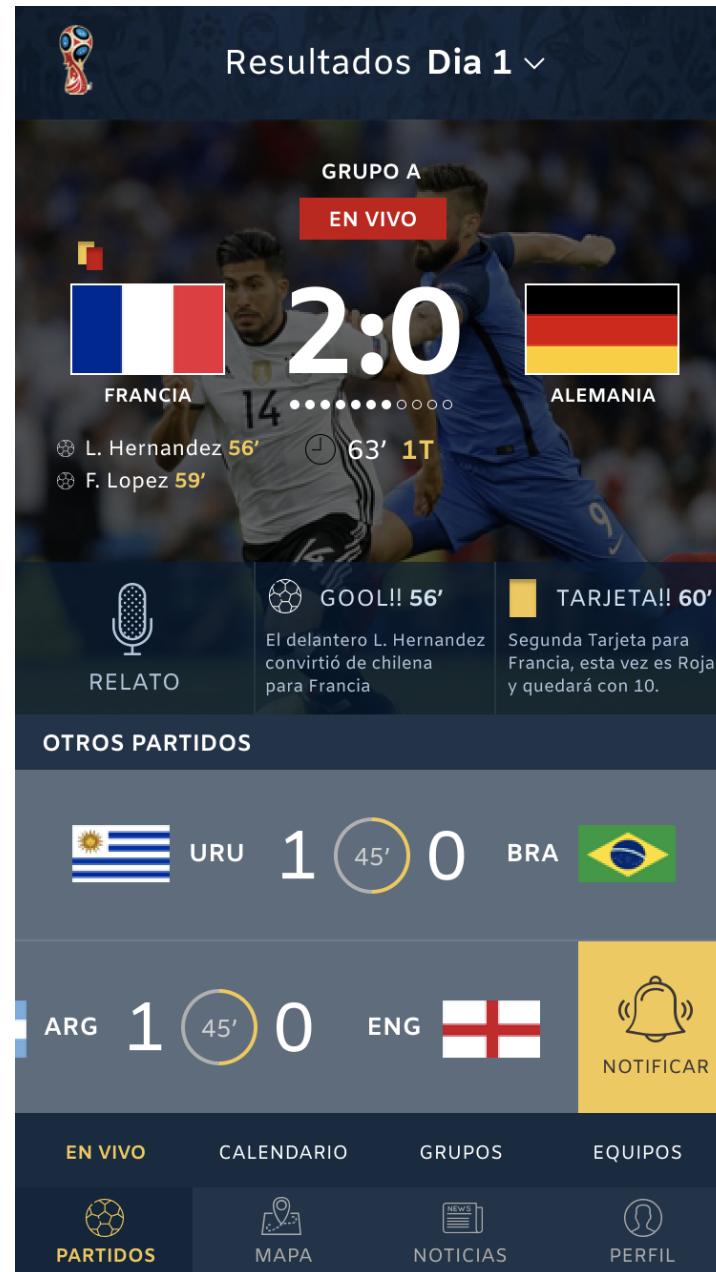
PRIMARIO #5E6C7C



DET. #B92920



Amiko Regular
Penultimate
The spirit is willing but the flesh is weak
SCHADENFREUDE
3964 Elm Street and 1370 Rt. 21
The left hand does not know what the right hand is doing.



Resultados Dia 1 ▾

GRUPO A
EN VIVO

2:0

FRANCIA ALEMANIA

⌚ L. Hernandez 56'
⌚ F. Lopez 59'

⌚ 63' 1T

RELATO **GOOL!! 56'** **TARJETA!! 60'**

El delantero L. Hernandez convirtió de chilena para Francia

Segunda Tarjeta para Francia, esta vez es Roja y quedará con 10.

OTROS PARTIDOS

URU 1 0 BRA

ARG 1 0 ENG

NOTIFICAR

EN VIVO **CALENDARIO** **GRUPOS** **EQUIPOS**

PARTIDOS **MAPA** **NOTICIAS** **PERFIL**

Resultados Dia 1 ▾

GRUPO A
EN VIVO

2:0

FRANCIA ALEMANIA

⌚ L. Hernandez 56'
⌚ F. Lopez 59'

⌚ 63' 1T

RELATO **GOOL!! 56'** **TARJETA!! 60'**

El delantero L. Hernandez convirtió de chilena para Francia

Segunda Tarjeta para Francia, esta vez es Roja y quedará con 10.

OTROS PARTIDOS

URU 1 0 BRA

ARG 1 0 ENG

NOTIFICAR

EN VIVO **CALENDARIO** **GRUPOS** **EQUIPOS**

PARTIDOS **MAPA** **NOTICIAS** **PERFIL**