



Agencia de  
Aprendizaje  
a lo largo  
de la vida

# DISEÑO UX/UI

## Clase 13

Patrones de Diseño

# Les damos la bienvenida

Vamos a comenzar a grabar la clase

## Clase 12

### Prototipo y Wireframes

- ¿Qué es un prototipo?
- Wireframes en baja/media/alta
- Bocetos a mano
- Wireframe digital
- Figma
- **Tarea para el Proyecto Final**

## Clase 13

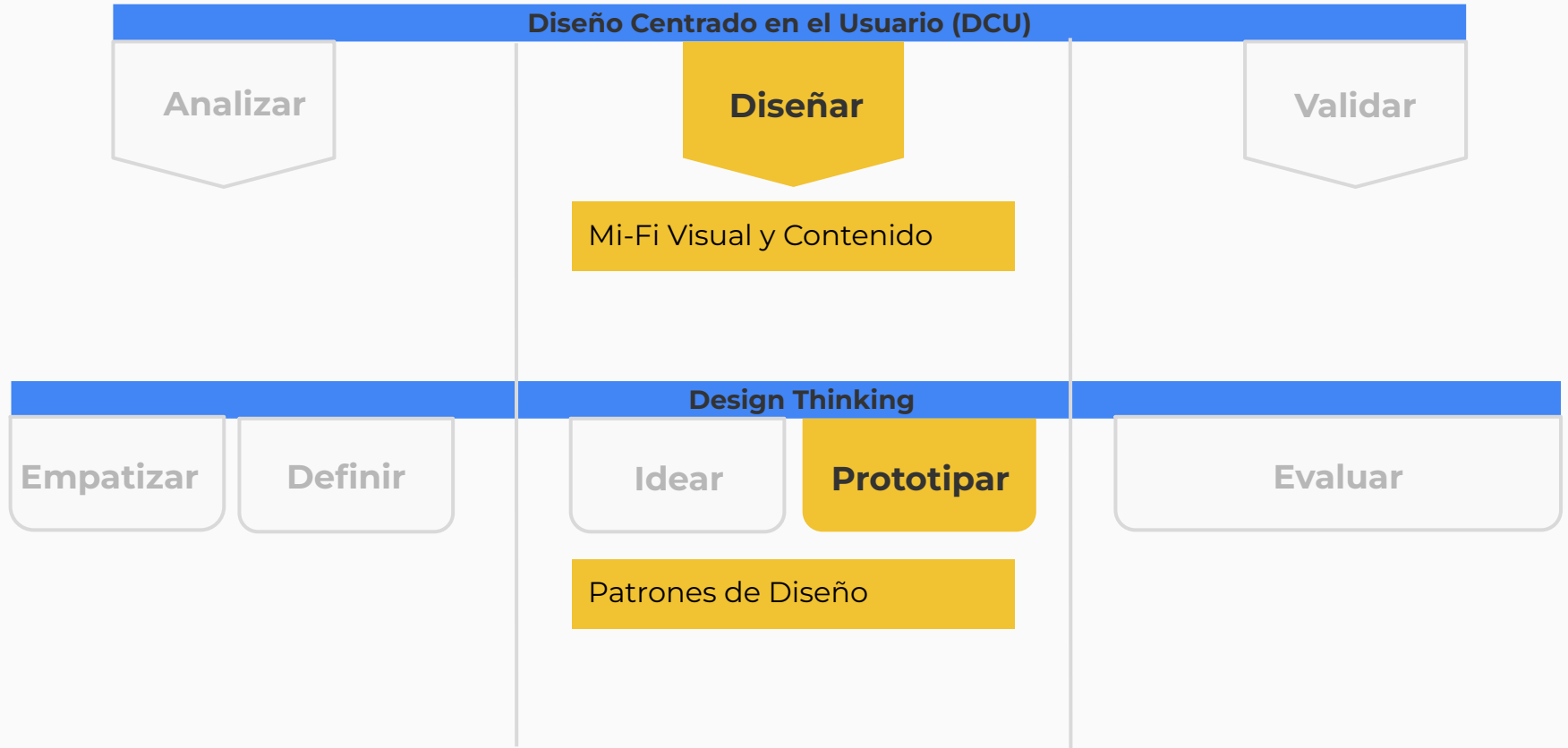
### Patrones de Diseño

- ¿Qué son los patrones de diseño?
- UX Writing
- Material Design y Human Interface
- Patrones de navegación
- Patrones de interacción
- **Tarea para el Proyecto Final**

## Clase 14

### Prototipo Funcional

- Prototipo funcional
- Métricas UX
- **Tarea para el Proyecto Final**



# Patrones de diseño

Son **técnicas para resolver problemas comunes** en el desarrollo de software y otros ámbitos referentes al diseño de interacción o interfaces. Un patrón de diseño resulta ser una **solución a un problema de diseño**, es decir son **soluciones a problemas comunes que podemos encontrar en webs y apps, que ya han sido testeadas y estudiadas para dar una respuesta**. Además son **reutilizables**, lo que significa que **pueden resolver un mismo problema en distintas circunstancias**.

# Patrones de diseño, origen

Se empezó a hablar de los patrones de diseño en los **años 70** con la publicación del libro **“El lenguaje de patrones” de Christopher Alexander**. En él se hacía referencia a problemas arquitectónicos que podían encontrarse y a cómo estructurar o disponer los elementos para solucionar estos problemas. Más tarde, en **1995**, se recogería esta idea para llevarla al **mundo de la programación**, surgiendo el famoso libro **“Patrones de diseño”**.

Como podemos ver es un concepto que puede aplicarse a muchos sectores y también actualmente en el **mundo del diseño de interfaces, la experiencia de usuario y la usabilidad**.

# “Los usuarios pasan más tiempo en otros sitios que en el tuyo”

Esta frase nos quiere decir que **los usuarios ya tienen un comportamiento marcado y unos modelos mentales porque han visitado muchas webs o aplicaciones** antes que la nuestra, y que por lo tanto esperan que nuestro producto funcione del mismo modo que todos los otros que ya conoce.

Los patrones nos permiten **ahorrar tiempo** y ya sabemos que funcionan.

# Patrones de lectura

Los usuarios repasan la información con la mirada, **no leen**.

- **Escanean** la información, de arriba a abajo y ven lo que les llama la atención.
- Navegan chocando con los elementos hasta que encuentran lo que quieren.
- Si encuentran lo que buscan, dejan partes de la página sin siquiera mirarla.
- Encuentran **palabras clave** relacionadas a lo que están buscando.
- Luego de encontrar lo que buscan, es posible que ocurra una lectura detallada, es decir que **profundicen en lo que más les importa**.

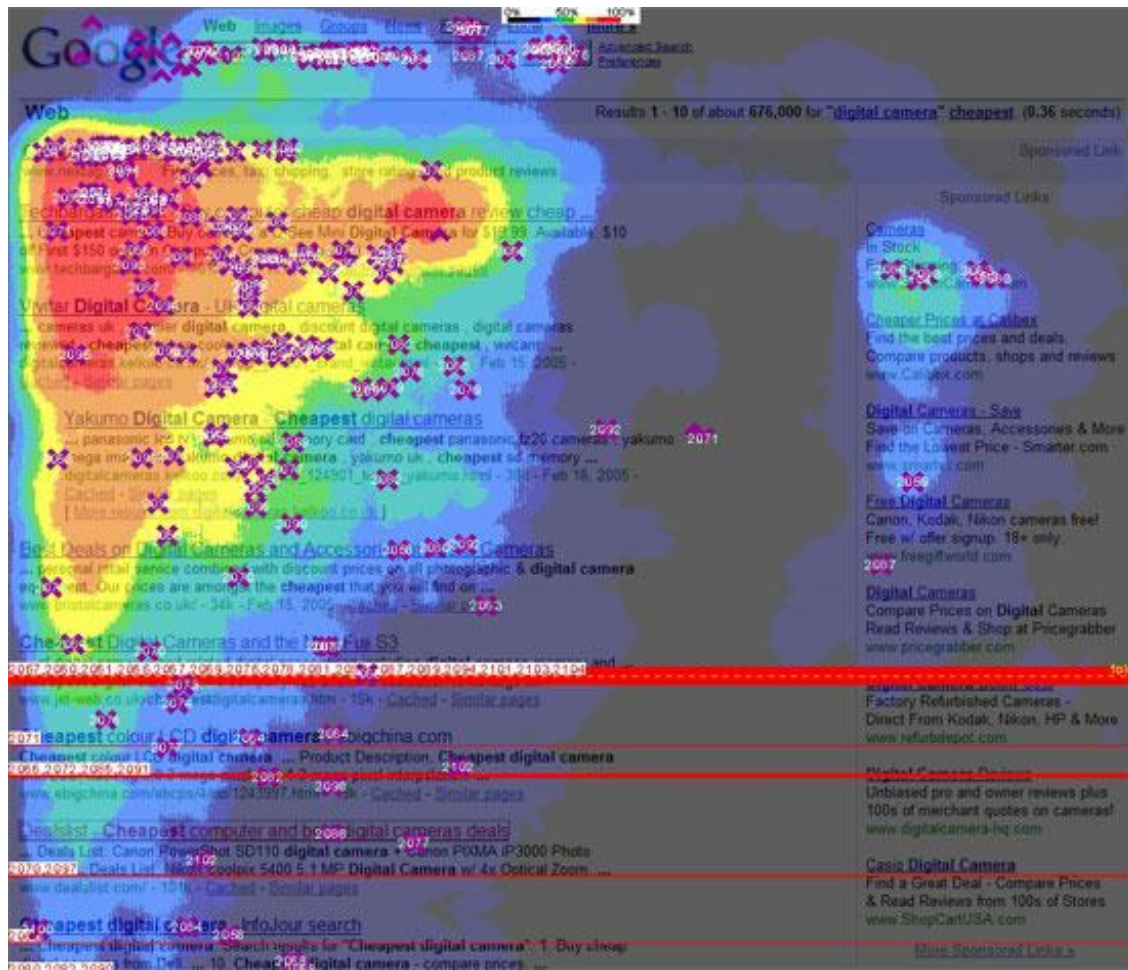


# Patrón de lectura “F”

**Jakob Nielsen realizó un estudio de “eye tracking” a casi 250 personas y descubrió que al visitar una web la forma de lectura era similar a la letra F.**

1. Escaneaban la información localizada arriba a la izquierda, y el primer párrafo.
2. Luego la vista se mueve hacia abajo al comienzo del párrafo siguiente.
3. Y por último escanean la información bajando por el lado izquierdo de la página de manera vertical.

# Patrón de lectura "F"



# ¿Cómo debemos presentar los textos?

- **Textos concisos**, nadie quiere leer un bloque de texto largo. Ir directo al grano, a la información principal, 75 palabras máximo.
- **Alinear los textos a la izquierda**, porque facilita la lectura.
- **Usar jerarquías visuales**, que exista una mayor y menor importancia. Usar la **negrita** para palabras clave, así se destacan.
- **Formatos escaneables**, en bloques breves de información.
- **Lenguaje claro para los usuarios**, con el que buscan la información.
- **No usar lenguaje promocional** o marketinero que genere desconfianza.
- **No utilizar TEXTOS EN MAYÚSCULAS**, dificulta la lectura y puede malinterpretarse.
- **En el caso de cometer un error**, el usuario debe **comprender qué error cometió y cómo puede recuperarse** y continuar navegando.
- **Incluir subtítulos cada 3 párrafos y dividir por temas. Usar números y viñetas** para agilizar la lectura.

# Test de los 5 segundos

**Mostramos un diseño a una persona 5 segundos, lo retiramos, luego le preguntamos qué recuerda de lo que vió.**

Esto nos permite **saber si el diseño fue comprendido** y si **los focos de atención más importantes estaban bien ubicados.**

Les preguntamos:

- ¿Qué recordás de la información?
- ¿Qué llamó más tu atención?

# Ejercicio Clase 13

Test de los 5 segundos



# HBO max<sup>TM</sup>

50 % DE DESCUENTO  
PARA SIEMPRE\*

~~8,99 €~~ 4,49 €/mes

OFERTA POR TIEMPO LIMITADO, TERMINA EL 30 DE NOVIEMBRE

SUSCRÍBETE YA





TE INVITA

# 1er CONCURSO Afiche CREATIVO TURISTICO

DIRIGIDO A:

Estudiantes de  
Diseño Gráfico

& Aficionados

INSCRIPCIONES  
del 14 al 19 de Junio 2014

1ER PREMIO

Tour Mompiche para 2 personas  
Todo incluido!!  
(Ecopixel)

2DO PREMIO

Consumo por 250 USD  
Para ti y 14 pases de cortesía!!!  
(Liberty Club)

3ER PREMIO

10% de descuento en  
equipo de impresión  
(Casa Comercial 100 USD en efectivo.  
Sánchez)

4TO PREMIO

Ticket de consumo para 2 personas  
(Asados la Quinta)

Con el aval de:



ALL YOU NEED IS  
ECUADOR TRAVEL



BASES DEL CONCURSO EN:



ecopixel



@ecopixeldesign



# Puro entretenimiento. 0,99 € durante los primeros 30 días.

Disfruta donde quieras. Cancela cuando quieras.

¿Quieres ver algo ya? Escribe tu correo para crear una suscripción a Netflix o reactivarla.

[PROBAR AHORA POR 0,99 € >](#)

Solo los nuevos suscriptores podrán optar a esta oferta.



# Al Viale PIZZERIA

**FORNO  
A LEGNA**

**PANINI PANELLE e CROCCHÉ**  
**PANINI CON MILZA**  
**ROSTICCERIA MIGNON**  
**KEBAB PANINO COMPLETO**  
**KEBAB PIATTO COMPLETO**

**POLLO**  
ALLO  
**SPIEDO € 9,00**  
CON CONTORNI

**SERVIZIO A DOMICILIO**

**2012884**

# Lore Nails Make Up

**Uñas esculpidas, Maquillaje,  
Pestañas, Depilación, etc.**

**Oferta uñas esculpidas:**  
Tu puesta por 25 €  
Tu relleno por 18 €  
(\*)

**Oferta Maquillaje:**  
Maquillaje de Novia 90 €  
Maquillaje de Madrina 60 €  
(\*\*)

**Elige tu diseño de  
uñas entrando en mi  
página web**

**[www.LoreNails.com](http://www.LoreNails.com)**

**Estamos en:**  
**C/ Virgen de la Paz, 36**  
**Carranque - Malaga**

**Pide tu cita llamando al**  
**656 275 439**  
**No te arrepentiras !!!**

**(\*)/(\*\*) Para mas estilos, consultar**



**<codoa  
codo/>**

**BA**

# ¿Cuál es el tono o lenguaje apropiado?

- Tener en cuenta el ambiente al que pertenece nuestro proyecto, para poder **establecer el tono del mensaje: serio, elegante, social, informal, humorístico, informativo, corporativo, familiar etc.** Piensa en cómo hablaría tu empresa si fuera una persona.
- Dado el caso debemos **hablar como hablan nuestros usuarios**, por más que algo se llama técnicamente de una manera, para que el usuario comprenda debemos utilizar la jerga que utiliza.
- **No debemos hablar como robots**, no es lo mismo cometer un error y que te digan “**error #589**”, a que digan “**ups!, tu nombre de usuario no coincide con la contraseña, por favor intenta nuevamente**”.
- **Podemos involucrar más al usuario** si en vez de poner “**continuar**” “**ok**”, ponemos: “**Si, realizar la compra**”, “**No, prefiero seguir mirando**”.

# Manual de estilo, marca o identidad (enfocado al lenguaje)

Un manual de estilo, guía de estilo o libro de estilo, es una guía compuesta por un conjunto de criterios preceptuados, por **normas para el diseño y la redacción de documentos**, ya sea para el uso general, o para ser utilizados por los redactores de periódicos u otras organizaciones que también publican textos.

# Manual de estilo, marca o identidad (enfocado al lenguaje)

Su objetivo general es **dar coherencia y unificar criterios**. Periodistas, editores y correctores recurren al manual de estilo para **resolver dudas y crear una identidad única**.

- Definir mensajes clave y público objetivo.
- Mantener la coherencia entre todos los contenidos, aunque hayan sido creados por diferentes personas.
- Resolver dudas comunes entre el equipo de creación de contenidos, con el ahorro de tiempo y esfuerzos que esto supone.
- Ofrece pautas de trabajo para los nuevos redactores, freelancers o los bloggers invitados.
- Marca el estándar de calidad para todos los contenidos que se producen.

## 2.2.1 Tone of voice

At the heart of the Channel 4 visual identity is the belief that writing and design must work together.

Channel 4 is innovative, independent and irreverent. Therefore, the tone of voice needs to be bold, surprising and challenging.

Sound bites work well on posters and in advertising. They keep communication clear and simple. Below are examples of the headlines from successful campaigns.



# La importancia de tener buena ortografía

- Una mala escritura puede **crear confusión, poca claridad y falta de coherencia.**
- Si una empresa importante comete un error en un diseño para la vía pública o en una publicidad audiovisual por ejemplo, podría **provocar la pérdida de millones de dólares en ventas.**
- **Podría provocarnos la pérdida de una oportunidad de trabajo si presentamos un CV o portafolio que contenga errores ortográficos.**
- Estas fallas tienen el potencial de **destruir las relaciones con los clientes, no volveremos a ser contratados, y podríamos ser despedidos.**
- Otras investigaciones muestran que tan pronto como las personas identifican errores ortográficos en el texto de una página web, inmediatamente la abandonan porque **temen que se trate de un sitio fraudulento.**

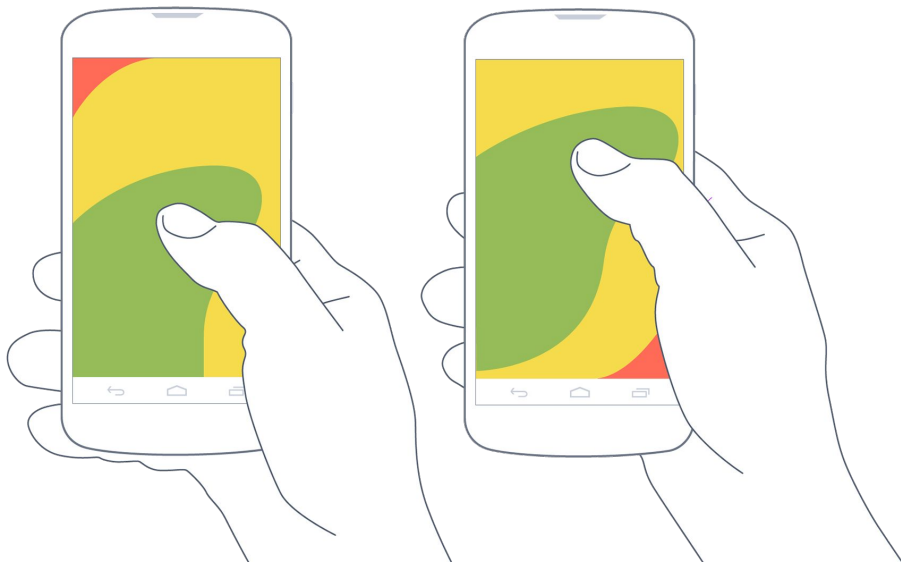
# Patrones de navegación

## Formas de navegar los contenidos para evitar que los usuarios se pierdan:

- **Drawer:** El menú (Hamburguesa) nos permite cambiar rápidamente de pantalla, para aplicaciones con más de 5 destinos no relacionados y poco frecuentes.
- **Barra inferior:** Nos permite ver la navegación principal de la app, 3 a 5 secciones máximo. (IOS Tab bar/Android Bottom Navigation.)
- **Pestañas:** Organizan y permiten la navegación entre grupos de contenido que están relacionados. (IOS Segmented control 2 a 5 como botone /Android Tabs 4 fijas o 7 con scroll.)
- **Retornos:** Se posiciona arriba a la izquierda (IOS Chevron/Android Back.)

# Patrones de interacción

Formas en que el usuario **sujeta el teléfono** y el modo que utilizan sus **dedos** condiciona la posición de los elementos.



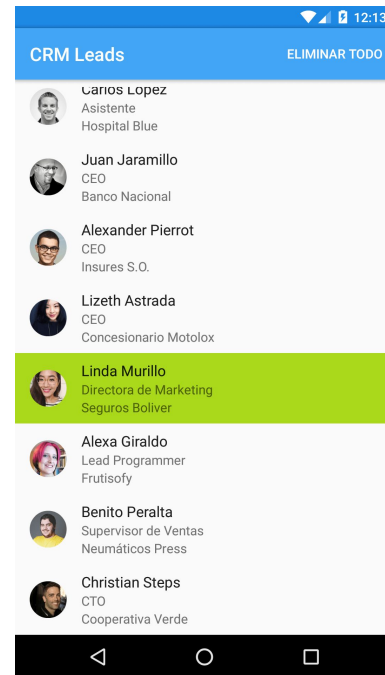
# Patrones de interacción

- Listas
- Desborde
- Buscar
- Cuadro de diálogo
- Notificaciones
- Introducción de datos



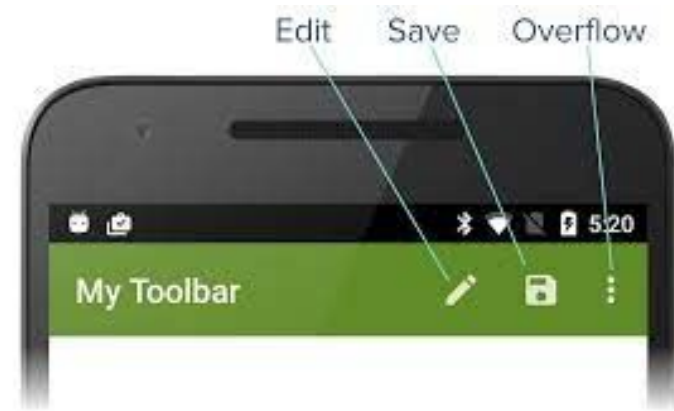
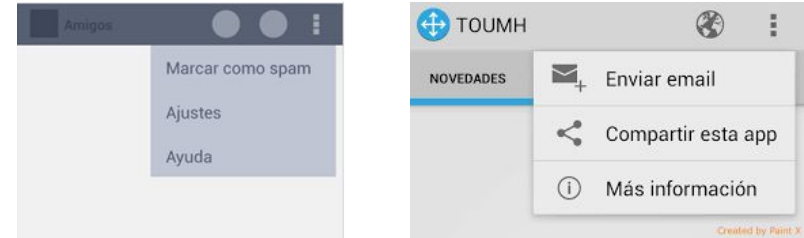
# Listas

- Contenido dispuesto verticalmente.
- Muestra ítems y permite al usuario seleccionar alguno de ellos para más información.
- Contienen elementos con acciones primarias y complementarias, que se representan mediante iconos y textos.



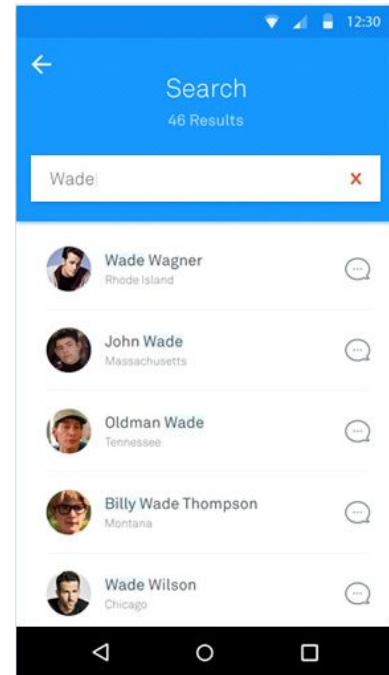
# Desborde

- Funciones extra y de uso poco frecuente
- Ocultas la mayor parte del tiempo, hasta que el usuario las reclame.
- Contienen acciones que no entran en la barra de acción por lo que pasan al desborde.



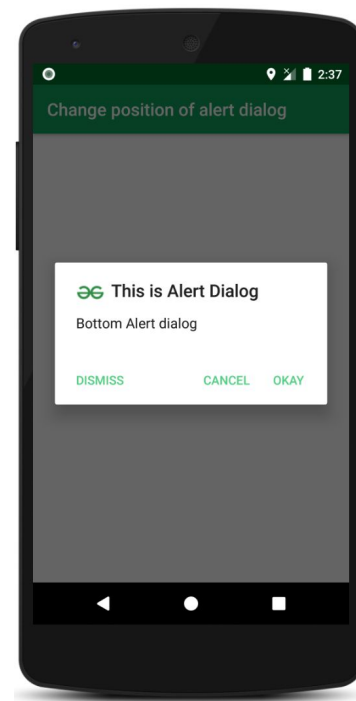
# Buscar

- Opción para buscar accesible desde la barra de acciones o desde un campo de búsqueda.



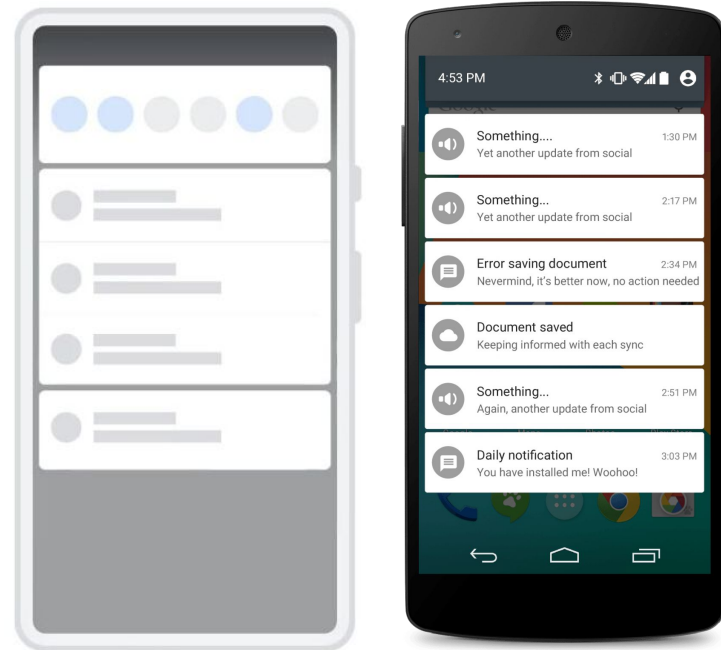
# Cuadro de diálogo

- Se utilizan para interrumpir al usuario de forma temporal para que tome una decisión, o para explicar algo que ha sucedido antes de continuar.
- Mientras están visibles, no es posible hacer otra cosa en el resto de la aplicación.
- Limitar su uso.
- Por lo general, se centran en la pantalla, y por encima de cualquier otro elemento de la interfaz.



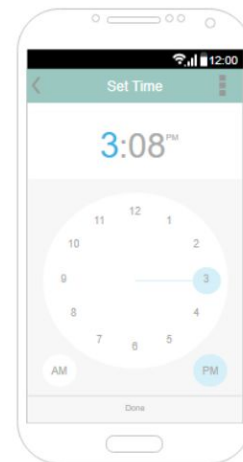
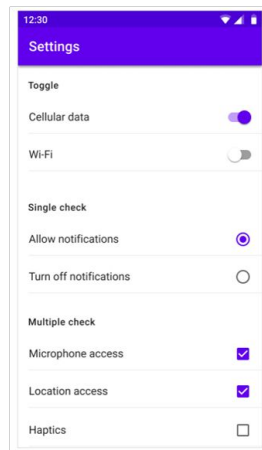
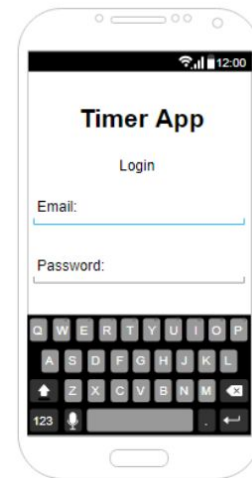
# Notificaciones

- Se utiliza para mostrar que acaba de ocurrir, o bien que sucederá en breve.
- Se utilizan mensajes simples de confirmación que desaparecen luego de unos segundos.
- Las notificaciones no siempre requieren la intervención del usuario y no interrumpen su flujo.



# Introducción de datos

- No siempre se debe obligar al usuario a utilizar el teclado.
- Existen otras alternativas: menús deslizantes, desplegados, checkbox, o una lista, donde el usuario puede elegir entre varias opciones.
- Además, existen en el teléfono sensores de ubicación, cámaras y micrófonos que también podrán ser un input de datos para una aplicación.





**Material Design**

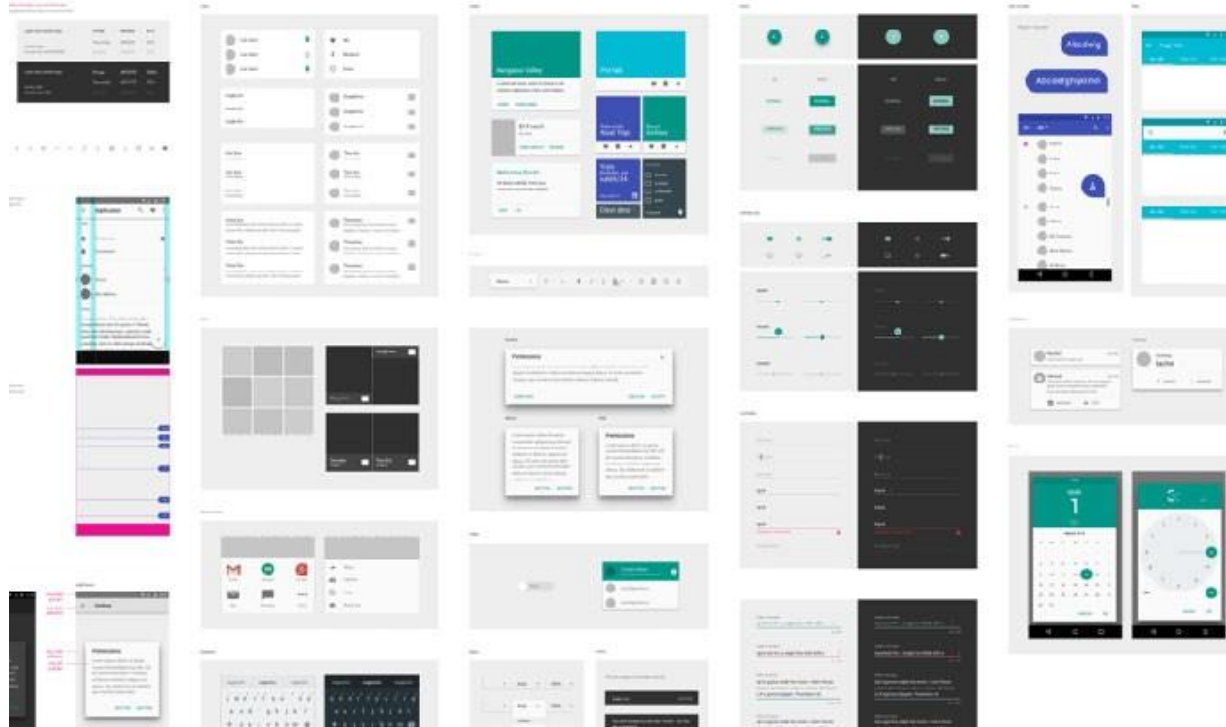
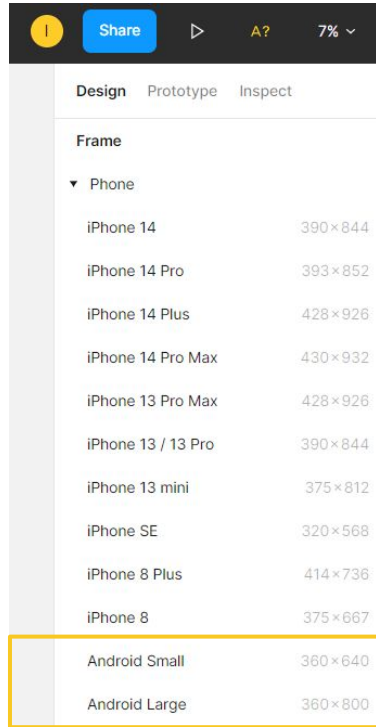


**Human Interface**

<https://material.io>

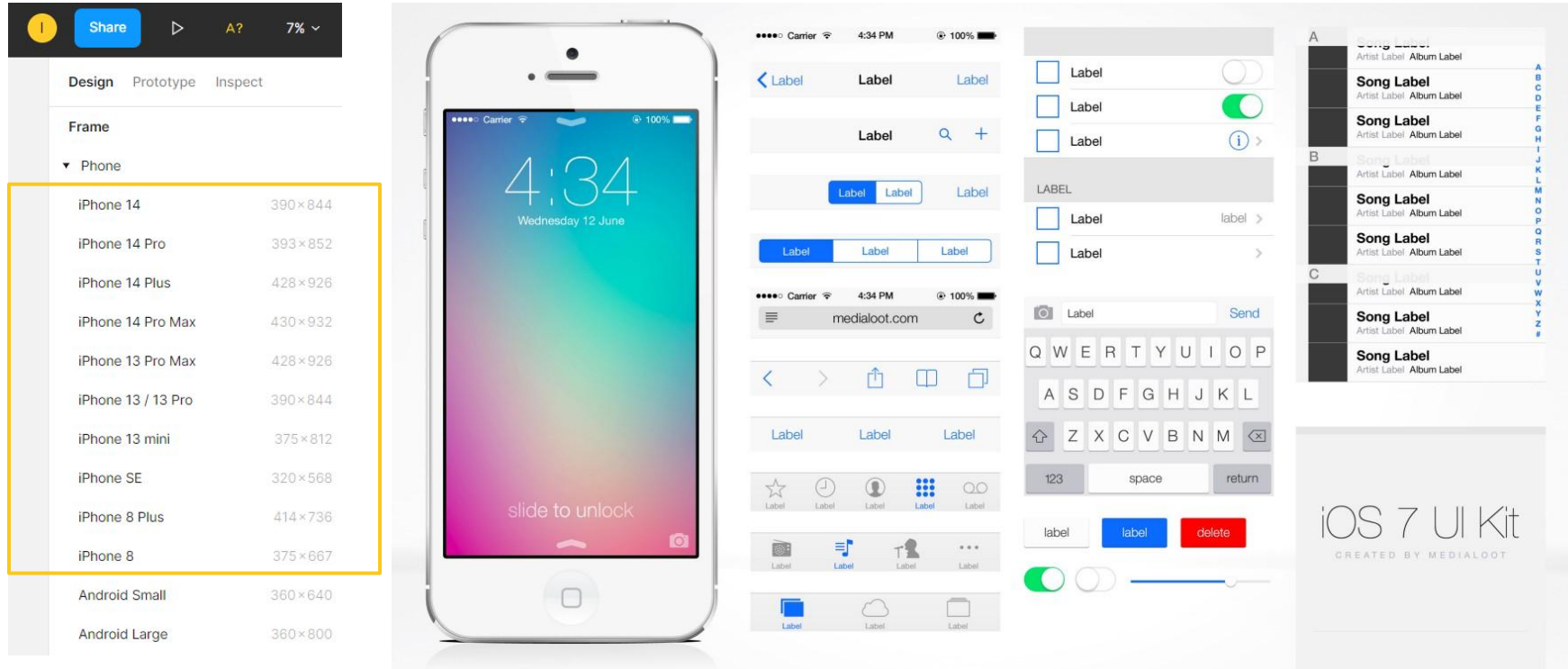
<https://developer.apple.com/design/human-interface-guidelines/ios/overview/themes/>

# Android - Google: Material Design





# IOS - Apple: Human Interface



# Tarea para el Proyecto Final

Para continuar diseñando la interfaz del prototipo del Proyecto Final que vamos a desarrollar:

A partir de los Wireframes digitales (pantallas sencillas), vamos a **incorporar los Patrones de Diseño** (los de navegación y luego los de interacción) vistos en clase. En este punto debemos decidir si diseñamos para **IOS o para Android** según la preferencia de nuestra User persona.

Para realizar esta tarea necesitaremos previamente tener hechos los:

- Mapa de sitio
- User Flow
- Wireframes a mano
- Wireframes digitales

Aclaraciones: Guarden todo el proceso, es decir guarden los wireframes digitales y luego sobre una copia incorporen los patrones de diseño. Para esta tarea utilizaremos el Anexo de la clase 13.

# Ejemplo de entrega

# EVOLUCIÓN DEL PROTOTIPO

**A continuación mostramos la evolución del diseño de cada pantalla, cómo fue evolucionando la interfaz de usuario desde el wireframe a mano (boceto a mano), al wireframe digital (boceto digital) al diseño que incluye los Patrones de Diseño (diseño más detallado).**

# 1- Login

## WIREFRAME A MANO

A hand-drawn wireframe of a login page. It features a rectangular frame containing the following elements from top to bottom: the word "Bienvenido" in a handwritten font; a rounded rectangle containing the text "Continúa con Google"; a small circle representing a separator; another rounded rectangle containing the text "Email"; a third rounded rectangle containing the text "Contraseña"; a fourth rounded rectangle containing the text "INGRESAR"; the text "olvido su contraseña?" in a smaller font; and finally, the text "CREAR CUENTA" in a bold, all-caps font.

## WIREFRAME DIGITAL

A digital wireframe of a login page. It features a light gray background with the following elements from top to bottom: the word "Bienvenido" in a clean, sans-serif font; a white button with a Google logo and the text "Continúa con tu cuenta de Google"; a small circle representing a separator; a white input field containing the placeholder text "your@mail.com"; another white input field containing the placeholder text "Contraseña"; a white button with the text "INGRESAR"; the text "Olvidó su contraseña?" in a smaller font; and a white button with the text "CREAR UNA NUEVA CUENTA".

## PATRONES DE DISEÑO

A design pattern of a login page. It features a light gray background with the following elements from top to bottom: the word "Bienvenido" in a clean, sans-serif font; a white button with a Google logo and the text "CUENTA DE GOOGLE"; a small circle representing a separator; a white input field containing the placeholder text "your@mail.com"; another white input field containing the placeholder text "Contraseña" with an eye icon on the right; a white button with the text "INGRESAR"; the text "Olvidó su contraseña?" in a smaller font; and a white button with the text "CREAR UNA NUEVA CUENTA".

Botón

Botón

Botón de registrar

# 2- Sign in

## WIREFRAME A MANO

para poder registrarte  
completa tus datos

Regístrate con Google

Nombre

Apellido

fecha de nacimiento

Email


Contraseña

Acepto term y condic.

REGISTRAR

## WIREFRAME DIGITAL

Para poder registrarte  
completa tus datos

 Regístrate con tu cuenta de Google

Nombre

Apellido

Fecha de nacimiento

your@mail.com


Contraseña

☐ Acepto los terminos y condiciones

REGISTRAR

## PATRONES DE DISEÑO

Para poder registrarte  
completa tus datos

 CUENTA DE GOOGLE

Nombre

Apellido

Fecha de nacimiento

your@mail.com

Contraseña

☐ Acepto los terminos y condiciones

INGRESAR

Botón

Campo de  
texto

Campo de texto  
(password)

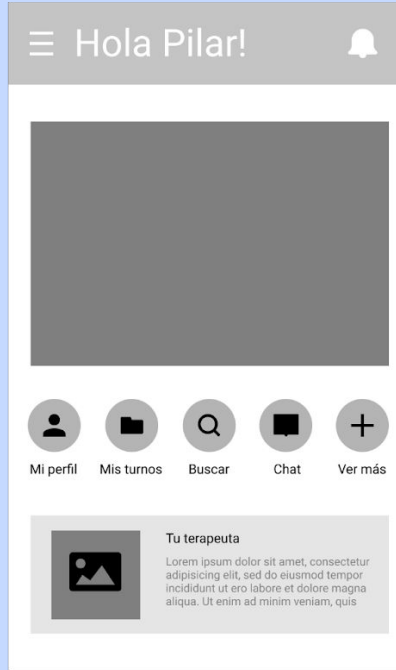
Control de  
selección

# 3- Home

## WIREFRAME A MANO

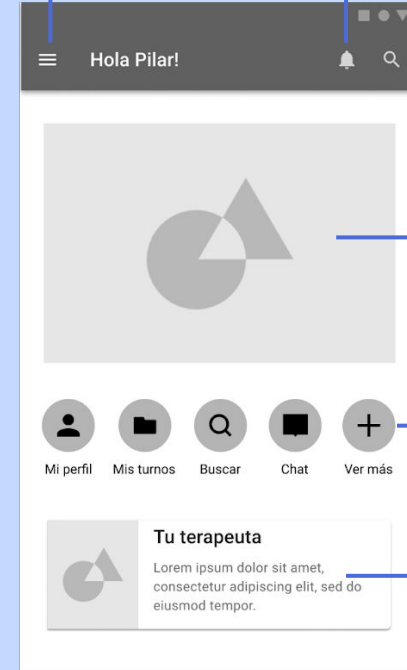


## WIREFRAME DIGITAL



Drawer

## PATRONES DE DISEÑO



Botón de notificaciones

Barra de App (arriba)

Imagen

Botón en acción flotante

Card

# 4- Buscador

## WIREFRAME A MANO

Personalicemos tu  
BÚSQUEDA DE TERAPEUTA

Hombre

Mujer

Indistinto

Psicoanálisis

TCC

Sistémica

Presencial

Virtual

## WIREFRAME DIGITAL

Personalicemos tu  
búsqueda de terapeuta

Seleccioná la opción que más te guste.  
Comencemos:

Hombre

Mujer

Indistinto

TCC

Psicoanálisis

Sistémica

Presencial

Virtual

↑

## PATRONES DE DISEÑO

Personalicemos tu  
búsqueda de terapeuta

Seleccioná la opción que más te guste.  
Comencemos:

Navegación

Título

Subtítulo

MUJER

HOMBRE

INDIFERENTE

PSICOANÁLISIS

TCC

SISTÉMICA

PRESENCIAL

VIRTUAL

↑

Botones de  
selección

Interacción

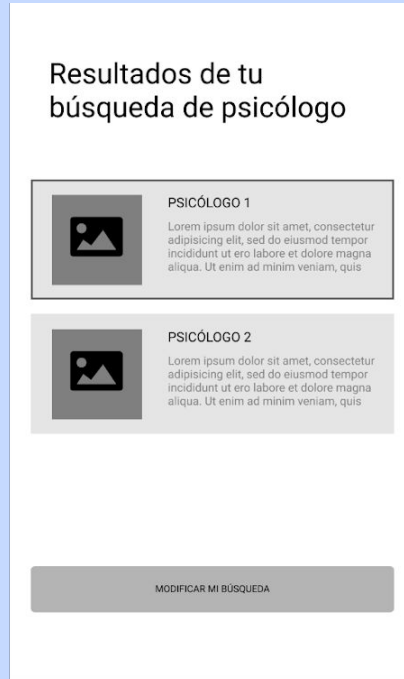


# 5- Resultados

## WIREFRAME A MANO



## WIREFRAME DIGITAL



## PATRONES DE DISEÑO

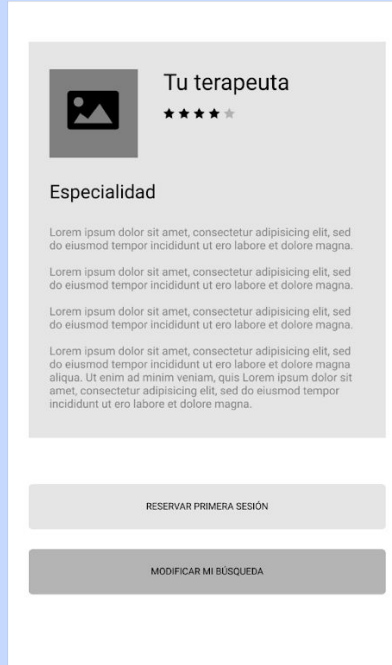


# 6- Reseña

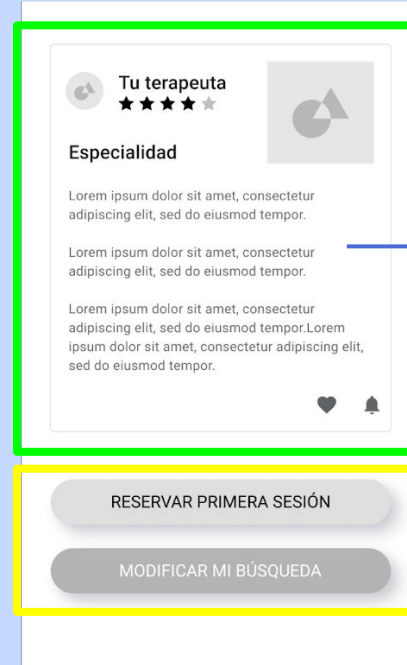
## WIREFRAME A MANO



## WIREFRAME DIGITAL



## PATRONES DE DISEÑO



Card

Navegación

Interacción

# 7- Agenda

## WIREFRAME A MANO

Selecciona fecha y horario

2022 Enero

D L M M J V S

1

2 3 4 5 6 7 8

9 10 11 12 13 14 15

16 17 18 19 20 21 22

23 24 25 26 27 28 29

30 (31)

>

15:00 - 16:00 DISPONIBLE


16:00 - 17:00 DISPONIBLE

17:00 - 18:00 DISPONIBLE

Agendar 1ra Sesión

## WIREFRAME DIGITAL

Selecciona la fecha y el horario de tu sesión:



>

15:00 - 16:00 Turno disponible

17:00 - 18:00 Turno disponible

19:00 - 20:00 Turno disponible

RESERVAR PRIMERA SESIÓN

## PATRONES DE DISEÑO

Selecciona la fecha y el horario de tu sesión:

Abril 2022 < >

Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa	Su
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	1	2	3	4	5

15:00 - 16:00 DISPONIBLE

16:00 - 17:00 DISPONIBLE

18:00 - 19:00 DISPONIBLE

RESERVAR PRIMERA SESIÓN

Título

Interacción

Calendario

Botón de selección

Botón

# No te olvides de dar el presente

## **Recordá:**

- **Revisar la Cartelera de Novedades.**
- **Hacer tus consultas en el Foro.**

**Todo en el Aula Virtual.**

**Muchas gracias por tu atención.  
Nos vemos pronto**