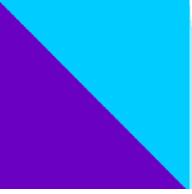


DAW_Diseño de Interfaces Web





UF2.4.2 – Design Thinking: Prototipar II



Contenido

- Wireframes
- Sistema de Diseño
- Mockups
- Prototipos: diseño interactivo IxD

Maquetación

WIREFRAME

Primera representación en la que únicamente se muestran las líneas y recuadros donde, a posteriori, irán albergados los contenidos y demás elementos.

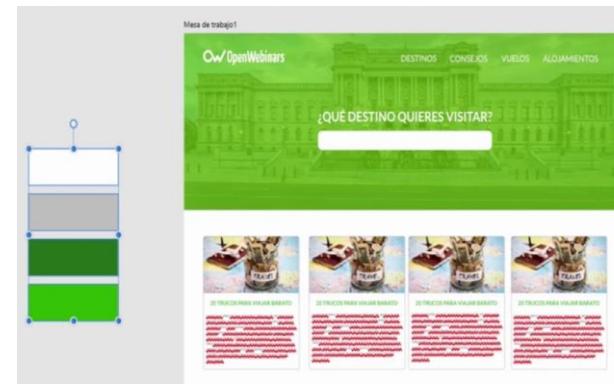
Se representa la estructura a un nivel visual muy básico, **sin detalle**, representando todo el boceto en **escala de grises**.



MOCKUP

Representación media-alta fidelidad, con todos los elementos tal y como van a aparecer en el diseño final de las pantallas. Uso de la **guía de estilo**.

Es **estático**, no se representa la interacción de los elementos.



PROTOTIPO

Es una maqueta interactiva. Se construyen a partir de los mockups. Incluyen o simulan la **interacción con la interfaz** en la que el usuario podrá experimentar la experiencia de uso, el *feedback* visual de los botones y menús, navegación y funcionalidades asociadas.

El prototipo debe ser lo más cercano posible al diseño final del site.

Se utiliza para testar el producto con usuarios.

Es el entregable final de la etapa de diseño.

Wireframing

- **Ventajas** de hacer wireframes antes del diseño visual:
 - **Ahorran tiempo** al ser maquetas construidas de forma rápida a partir de componentes muy sencillos.
 - Permiten **testeo** en una fase temprana por lo que también permiten **detectar problemas** de **usabilidad**.
 - Permiten **implementar cambios** de forma ágil al tener una estructura simple y no ser tan detallados. Esta agilidad permite la iteración y repetir los test hasta optimizar las pantallas.
 - **Nos enfocan en la UX** al aislarnos de elementos de diseño más visuales. Aquí no se trata de crear pantallas bonitas sino funcionales y usables.
- Para diseñar un wireframe no hay estándares visuales predefinidos, cada diseñador suele aplicar su propio estilo pero nos debemos enfocar en crear nuestras pantallas de forma esquemática y rápida.
- Se deben diseñar todas las pantallas en **versión móvil** y en **versión desktop** dependiendo de nuestras necesidades.

Wireframing

A la hora de comenzar el desarrollo de un proyecto web, empezamos por crear una **maqueta** del site:

- Identificar todos los **elementos** que va a contener cada una de las páginas.
- **Ubicación** de cada uno de esos elementos dentro de las páginas. El **contenido más importante** debe situarse **en la primera mitad de página**.

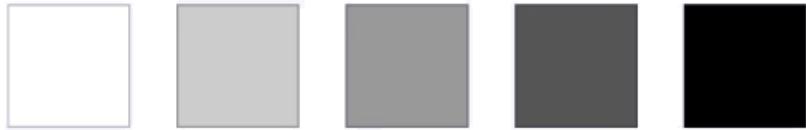
Entendemos por **maquetación web** el modo en que distribuimos en el espacio disponible los elementos que conforman una página web, manteniendo la separación entre el contenido y la presentación, de modo que el mantenimiento y la actualización sean sencillos.

Todo esto se consigue planteando ese boceto esquemático que nos ayudará a definir la **estructura, la interactividad y funcionalidad** de nuestro desarrollo.

| Encabezado | Navegación | Contenido | Footer |
|---|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Zona superior• visible siempre que sea posible | <ul style="list-style-type: none">• Sistema de navegación del site• visible u oculto hasta que el usuario quiera ver las opciones | <ul style="list-style-type: none">• Información que se está buscando• Se debe evitar los desplazamientos | <ul style="list-style-type: none">• Final de la página• con enlaces e información de contacto y legal |

Wireframing

1. Empezar por la pantalla de inicio: **portada**.
2. Mantener el wireframe **lo más simple posible**. Incorporar solo lo esencial.
3. Alejarnos del estilo visual, usando la siguiente **paleta de colores**:
4. Se forman a partir de **elementos básicos**:



- **Textos:** elegir una fuente del sistema general, no la que se vaya a usar: Arial, en negro, sobre fondo blanco. Los enlaces deben aparecer subrayados.



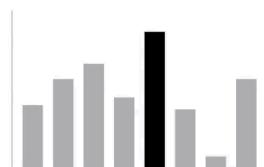
- **Botones:** en negro con texto en blanco:

- **Iconos** neutros y simples en negro o gris: X ◊ >



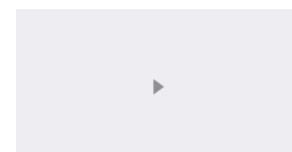
- Elementos **multimedia** (imágenes y vídeos), solo se muestra su ubicación así:

- **Gráficos y tablas:**



| Header | Header | Header |
|--------|--------|--------|
| Cell | Cell | Cell |

- **Formularios.**



Wireframing



Elementos de un Formulario

1. Input

Nombre

2. Select

Elige una marca de coches:

Elige una opción

3. Checkboxes

Selecciona tus colores favoritos:

- Azul
- Verde
- Amarillo
- Naranja
- Rojo
- Morado
- Rosa

4. Input Fecha

Selecciona la fecha de ida:

February 2022

| | | | | | | |
|----|----|----|-----------|----|----|----|
| L | M | X | J | V | S | D |
| 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 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

Cancelar Confirmar

6. Input subida de archivos

Sube tu foto de perfil:

Seleccionar archivo...

Ningún archivo seleccionado

7. Área de texto

Escribe tu mensaje

Inserta aquí tu mensaje

5. Radio Buttons

Selecciona tu color favorito:

- Azul
- Verde
- Amarillo
- Naranja
- Rojo
- Morado
- Rosa

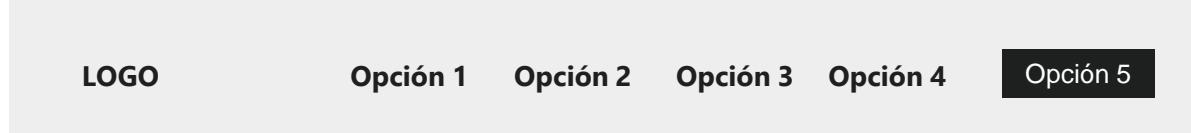
8. Componer elementos más complejos a partir de los básicos.

Wireframing

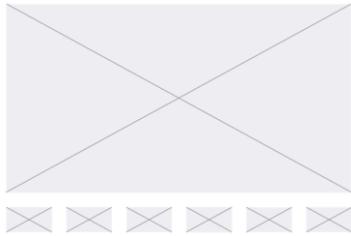


Más elementos

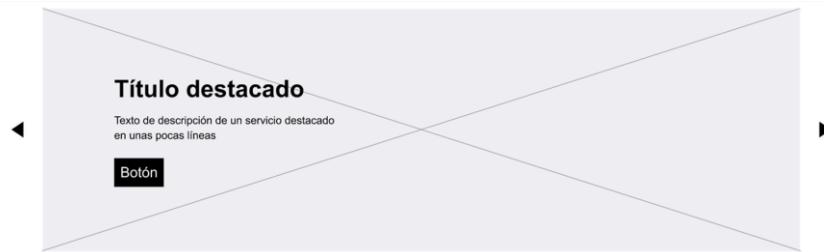
1. Cabecera



2. Galería



3. Carrusel



Wireframing



Más elementos

1. Portada

The wireframe shows a header with five navigation options: LOGO, Opción 1, Opción 2, Opción 3, Opción 4, and Opción 5 (the last one is highlighted). Below the header is a large central area containing a title "Título destacado" and a short description. A single button labeled "Botón" is positioned below the title. At the bottom, there is a section titled "Servicios" with three placeholder boxes, each containing a title "Título destacado" and a short description, followed by a "Botón".

2. Lista de productos

The wireframe shows a header with five navigation options: LOGO, Opción 1, Opción 2, Opción 3, Opción 4, and Opción 5 (the last one is highlighted). Below the header is a section titled "Nuestras tablets". The main content area displays eight products, each with a title, a short description, and a "Botón". The products are arranged in two rows of four. The titles are "Producto 1" through "Producto 8", and each has a corresponding short description below it.

Diseño visual

El diseño visual tiene como objetivo mejorar el atractivo estético y la usabilidad de un diseño / producto con imágenes, tipografía, espacio, diseño y color.

El diseño visual es más que estética, es crear interfaces que acompañen y optimicen la experiencia del usuario.

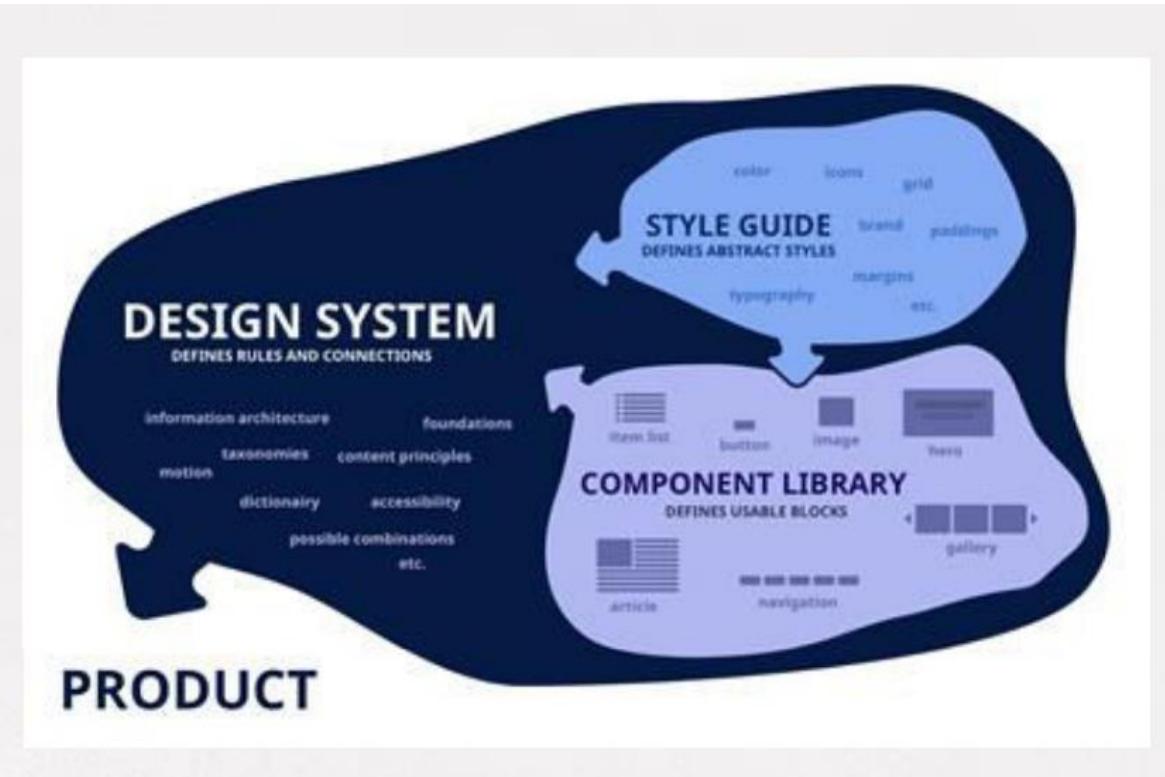


[Don Norman y Tres Formas En Las Que El Diseño Te Hace Feliz](#)

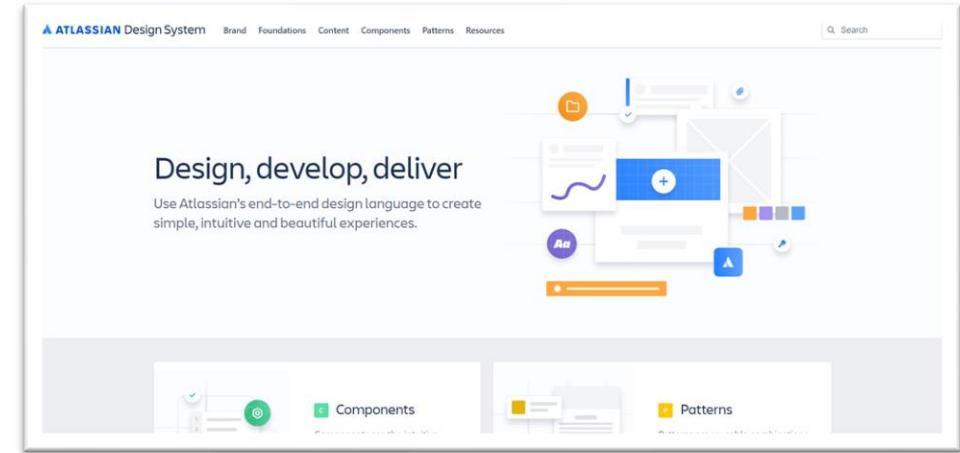
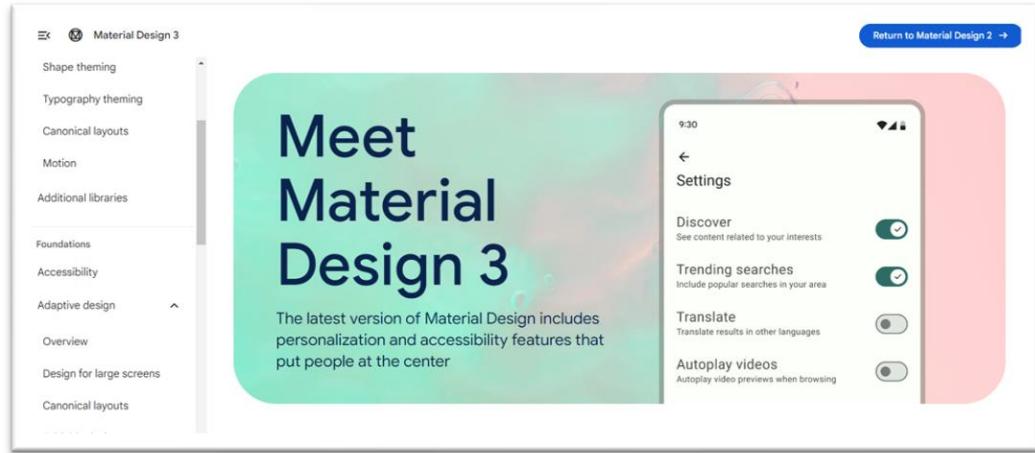
Creación de un sistema de diseño

Herramienta que permite al equipo establecer patrones y contar con una serie de elementos que se pueden reutilizar para crear funcionalidades. Es un **repositorio centralizado de todos los materiales de los activos digitales**. Todos estos componentes y materiales se llaman desde una biblioteca compartida y están desarrollados, para evitar repetir procesos de desarrollo y diseño. De esta manera, **cualquier cambio se aplica a todo el sistema de forma consistente**.

1. Guía de estilos
2. Librería de componentes
3. Sistema de diseño



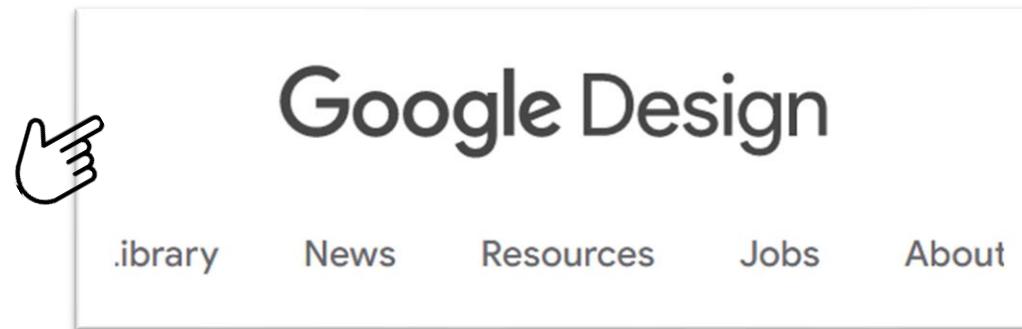
Sistema de diseño: ejemplos



Sistema de diseño: Guías de estilo

La guía de estilo o **biblia de marca** define las normas de diseño y comunicación de nuestra marca.

Contiene toda la información necesaria para crear los materiales de diseño y textos escritos que necesitemos para nuestra marca.



- Imagen corporativa y logo
- Colores
- Tipografía
- Iconografía
- Imágenes y fotografías

Sistema de diseño: Guías de estilo

IMAGEN CORPORATIVA Y LOGO

- A la hora de establecer los elementos básicos de la guía de estilo debemos **partir de la imagen corporativa**. El logo y los recursos gráficos preexistentes deberán respetarse a la hora de crear la UI y, **el estilo y los colores reflejados en el diseño partirán del logo**.
- Si no existe todavía un logo empresarial se recomienda encontrar a un experto que lo diseñe. Si no hay presupuesto podemos crear un logo a partir de una tipografía y usarlo en nuestros diseños como *placeholder* hasta que se tenga el logo definitivo y así evitar esperas.
- Las interfaces de usuario deben **comunicar los valores de la marca y reforzar la confianza de los usuarios**.
- Un buen diseño en un **diseño emocional**.

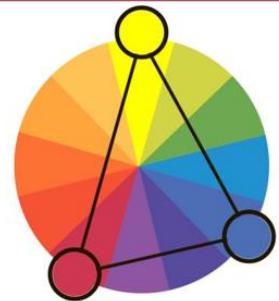
THE 10 COMMANDMENTS OF LOGO DESIGN

| | | | | | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|--|
| 1 KEEP YOUR LOGO SIMPLE | 2 DO NOT ADD TONE TO YOUR LOGO | 3 DO NOT USE RASTER IMAGES | 4 YOUR LOGO SHOULD BE SCALABLE | 5 DO NOT USE TOO MANY COLORS | 6 TOO MANY FONTS KILL THE CHARM | 7 DO NOT OUTLINE YOUR LOGO | 8 DO NOT WRITE ON YOUR LOGO | 9 AVOID PUTTING LOGO IN A BOX | 10 AND LASTLY, FLAT DOESN'T MEAN AN ICON! |
|----------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|--|

Sistema de diseño: Guías de estilo

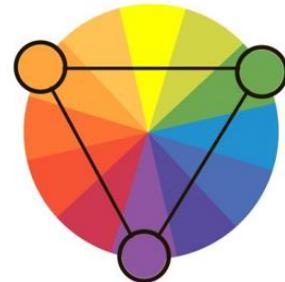
TEORÍA DEL COLOR

PRIMARIOS



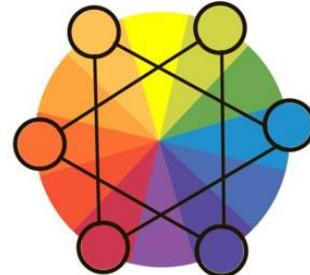
Estos colores primarios son el origen de todos los demás y no se pueden formar por otros. Son el rojo, amarillo y azul.

SECUNDARIOS



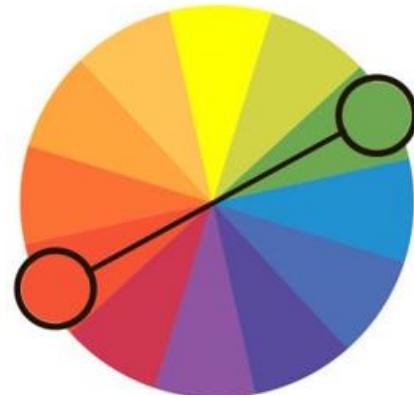
Éstos se forman con la combinación de dos de los colores anteriores, por lo que en total se forman otros tres: naranja, verde y morado.

Y TERCIARIOS



Se crean al combinar un color primario y uno secundario, dando un total de seis nuevas tonalidades.

COMPLEMENTARIOS



Estos son los que son visualmente más armoniosos, crean un balance y contraste perfecto (se encuentran exactamente enfrente el uno del otro en el círculo cromático).

Sistema de diseño: Guías de estilo

TEORÍA DEL COLOR

Pureza
Seguridad
Limpieza
Luz
Virtuosidad
Esterilidad



Elegancia
Lujo
Formalidad
Prestigio
Poder
Valor
Muerte



Impulso
Pasión
Amor
Peligro

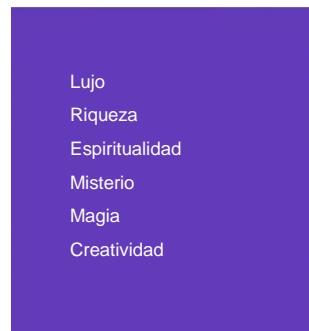
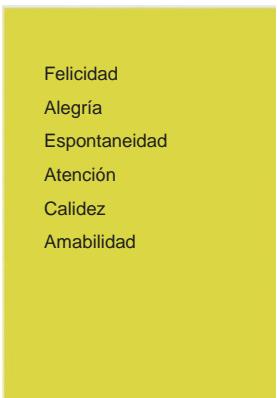


Energía
Vitalidad
Alegria
Creatividad
Estimulación
Optimismo



Sistema de diseño: Guías de estilo

TEORÍA DEL COLOR

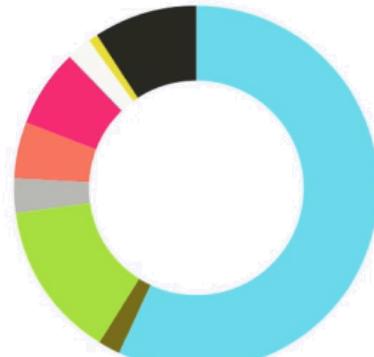


Sistema de diseño: Guías de estilo

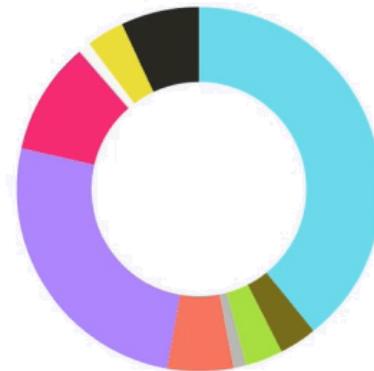
TEORÍA DEL COLOR

COLORES FAVORITOS ENTRE HOMBRES Y MUJERES

HOMBRES



MUJERES



Azul 57%
Marrón 2%
Verde 14%
Gris 3%
Naranja 5%

Rojo 7%
Blanco 2%
Amarillo 1%
Negro 9%

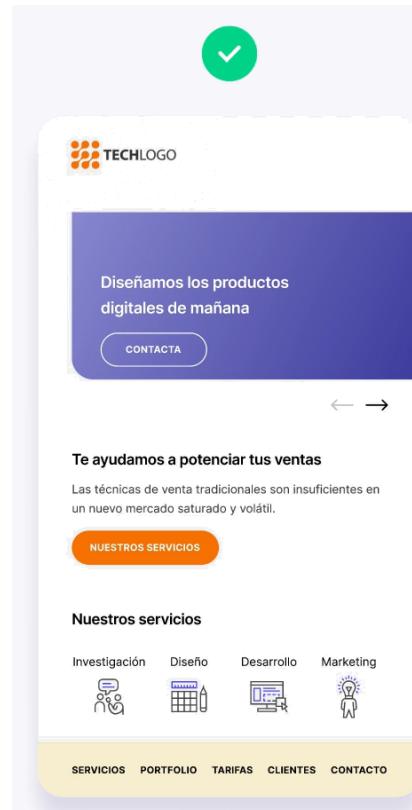
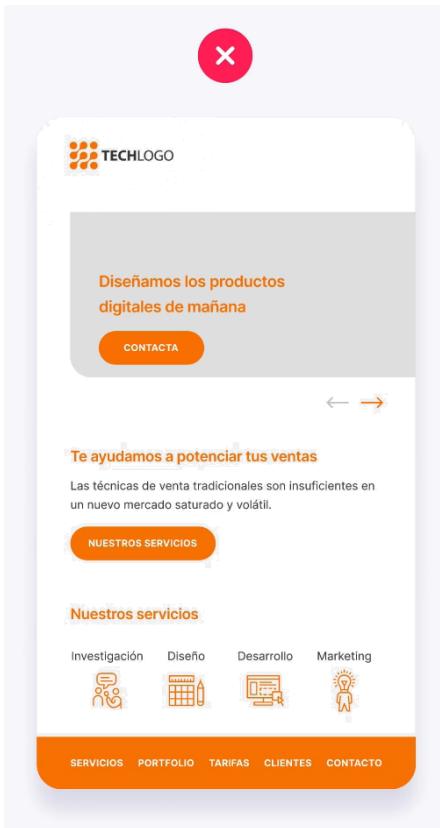
Azul 35%
Marrón 3%
Verde 14%
Gris 1%
Naranja 5%

Morado 23%
Rojo 9%
Blanco 1%
Amarillo 3%
Negro 6%

Sistema de diseño: Guías de estilo

TEORÍA DEL COLOR

- **No sobreutilizar el color corporativo.** Usarlo mejor para dar peso visual a los elementos más importantes.

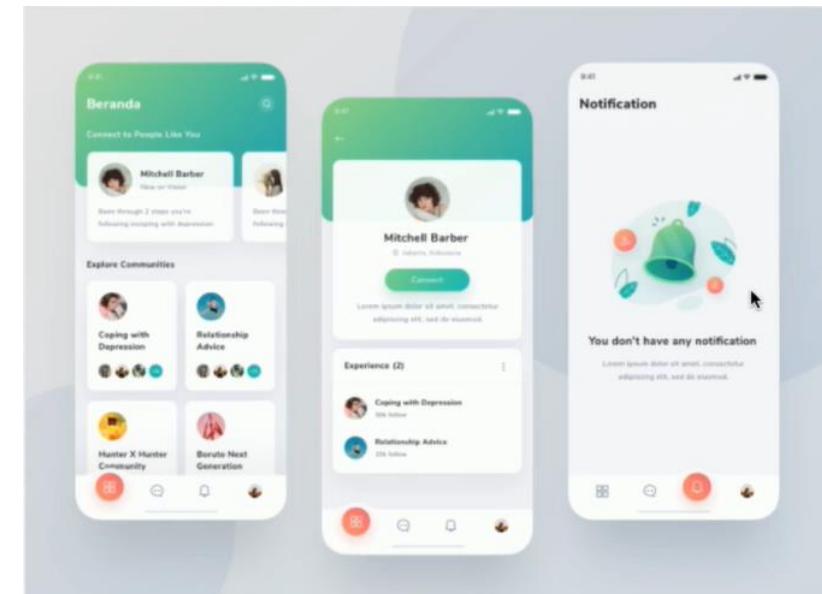


- **Regla 60-30-10**
Usar 3 colores diferentes en esa proporción y añadir variaciones oscuras y claras:

60%: color neutro.

30%: color complementario.

10%: color con más peso visual.



Sistema de diseño: Guías de estilo

TEORÍA DEL COLOR

- Fundamental el uso del **contraste: accesibilidad AAA** (mínimo de 7:1 en textos)
- Tener en cuenta las **deficiencias cromáticas**, como el daltonismo.

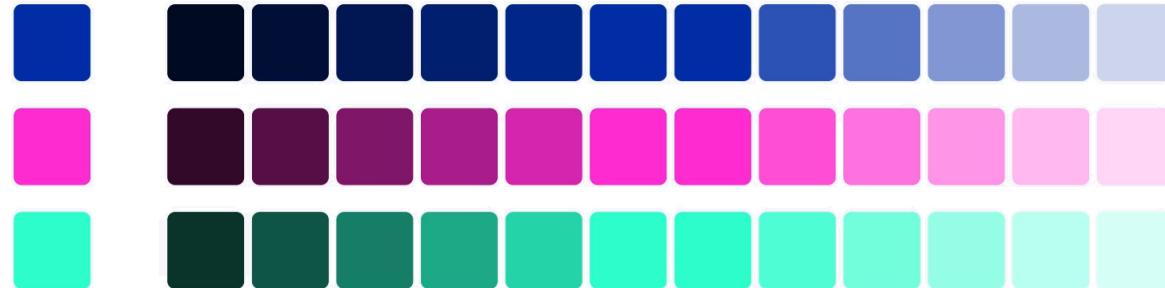
| Nombre | Nombre | Nombre | Nombre |
|------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| cristina@gmail | cristina@gmail.com | cristina@gmail | cristina@gmail.com |
| Formato invalido | Correo validado | ⚠ Formato invalido | ✓ Correo validado |

- Herramienta para generar paletas cromáticas: [Adobe Color](#)
- Herramienta de prueba de accesibilidad del color: [Color Review](#)

Sistema de diseño: Guías de estilo

TEORÍA DEL COLOR

1. Crear la **paleta principal** con una máximo de 3 colores.
2. Después crear la **paleta extendida**, a partir de la principal crear variaciones que vaya aclarando u oscureciendo el color de base.



THE 10 COMMANDMENTS OF COLOR THEORY

1

KNOW THE COLOR WHEEL WELL! DO YOU KNOW WHAT EACH COLOR SIGNIFIES?

2

MATCH IT. DO NOT OVERLOOK THE AUSTERITY OF ANALOG COLORS!

3

CAN'T MATCH IT? CLASH IT WITH COMPLEMENTARY COLORS!

4

IS CONTRAST TOO INTENSE? THEN, SPLIT IT!

5

NEED MORE VARIATIONS? GO DOUBLE COMPLEMENTARY!

6

GO TRIAD WITH 3 DIFFERENT HUES... CHOOSE FROM A GREATER VARIETY!

7

SOMETIMES, MONOCHROME IS THE WAY TO GO...

8

OTHER TIMES, AN ACHROMATIC SCHEME SERVES BEST!

9

KNOW YOUR HUES, TINTS, SHADES AND TONES... WHAT WORKS WHERE?

10

AND LASTLY, RGB, CMYK AND PANTONE ARE NOT THE SAME!

Sistema de diseño: Guías de estilo

TIPOGRAFÍA

El tipo de letra en sí mismo puede **comunicar ideas** como prestigio, emociones o alegría; además, funciona como un **signo de identidad** (tipografías corporativas).

- La elección de una tipografía u otra debe estar basada en **criterios estéticos y funcionales**.
- Debe ser **adecuada al contenido** y propósito general de cada proyecto gráfico.
- En sintonía con los gustos del público al que quieras llegar.
- Utilizar pocos estilos de letras para lograr un diseño cohesionado.
- Utilizar estilos distintos; por ejemplo, una **tipografía para el título y otra para el cuerpo**.
- Una tipografía que no es fácil de leer, sin importar el contexto, creará una asociación negativa.

LOS 10 MANDAMIENTOS DE LA TIPOGRAFÍA

1

CONOCER LOS
DISTINTOS
TIPOS DE FUENTES.
¿CONOCES GHOTMS?

2

COMBINAR
UNA FUENTE
SANS-SERIF CON
UNA FUENTE SERIF

3

COMBINAR
UNA FUENTE
SERIF CON UNA
FUENTE SANS-SERIF

4

COMBINAR
DOS FUENTES
SIMILARES
NO QUEDA BIEN

5

EL CONTRASTE
ENTRE
TIPOGRAFÍAS
ES LA CLAVE

6

UTILIZA SOLO
DOS FUENTES
TRES SI ES REALMENTE
INEVITABLE

7

NO COMBINAR
TIPOGRAFÍAS
DE DIFERENTES
ÉPOCAS

8

COMBINAR
FUENTES
DE ESTILOS
Y ERAS SIMILARES

9

COMBINAR
DIFERENTES
GROSORES DE
LA MISMA FAMILIA

10

Y PARA TERMINAR:
NO UTILIZAR NUNCA
LAS SIGUIENTES
TIPOGRAFÍAS

Sistema de diseño: Guías de estilo

TIPOGRAFÍA

- Se clasifican en Serif y Sans Serif.
- **Las tipografías Serif**, como la Times New Roman, se usan en prensa y libros escritos. Facilitan la lectura de amplios párrafos de texto.
- **Las tipografías Sans Serif** como la Arial o Helvetica, se usan más en contextos digitales donde no hay tanto texto



VOGUE

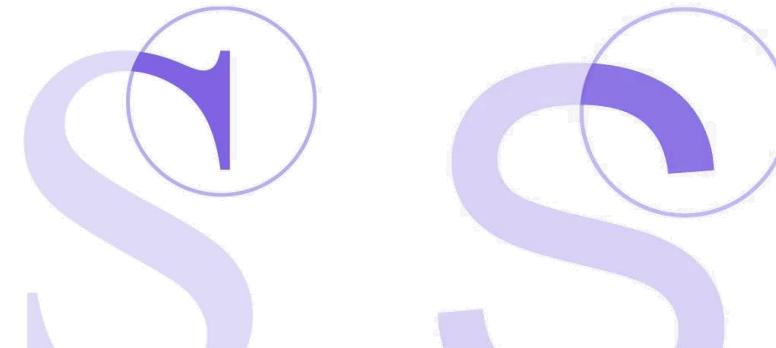


Mercedes-Benz

HSBC

ZARA

facebook Google
NETFLIX Spotify



ORIGINAL



SERIF FONT



amazon.com

facebook

pepsi

NETFLIX



amazon.com

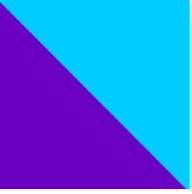
facebook

pepsi

NETFLIX

Google *airbnb* Spotify Pinterest

Google *airbnb* Spotify Pinterest

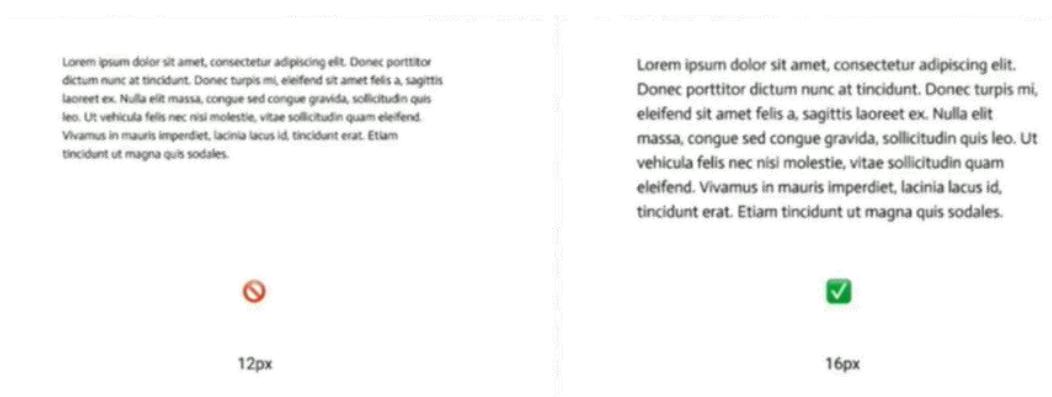


Sistema de diseño: Guías de estilo

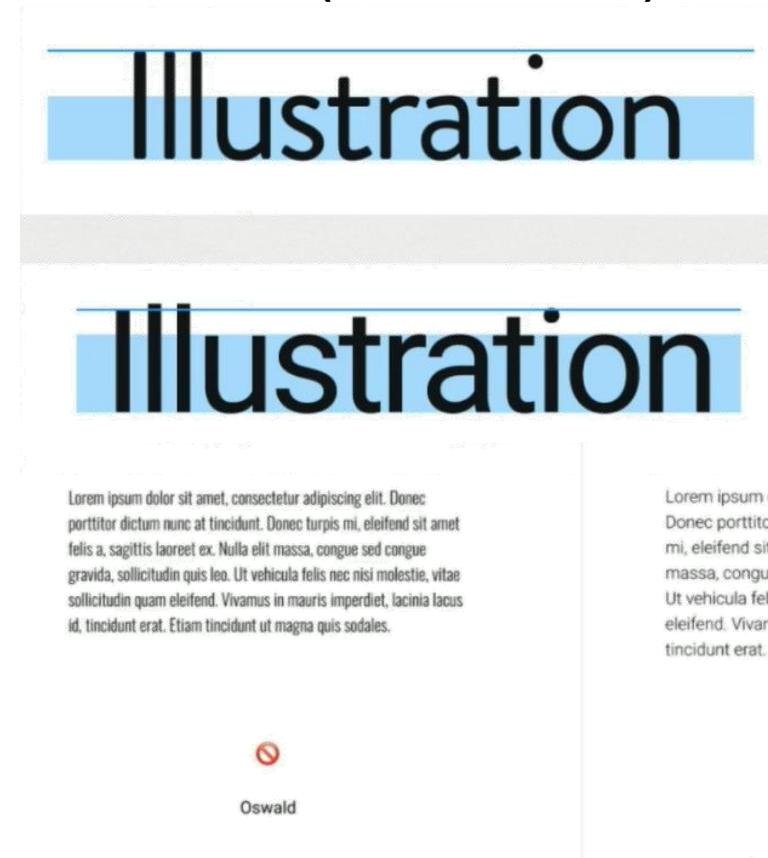
TIPOGRAFÍA

Tamaño de texto

No debe ser ni demasiado pequeño ni demasiado grande y debe adaptarse al dispositivo y contexto de uso.



Tamaño de X (letra minúscula)



Sistema de diseño: Guías de estilo

TIPOGRAFÍA

Tracking (espacio entre letras)

Etiam tincidunt ut magna quis sodales.

-10%

Etiam tincidunt ut magna quis sodales.

+10%

Alineación de texto

Etiam tincidunt ut magna quis sodales.



Centered

Etiam tincidunt ut magna quis sodales.



Left aligned

Contraste

Ratio 7:1

Etiam tincidunt ut magna quis sodales.



Low contrast

Etiam tincidunt ut magna quis sodales.

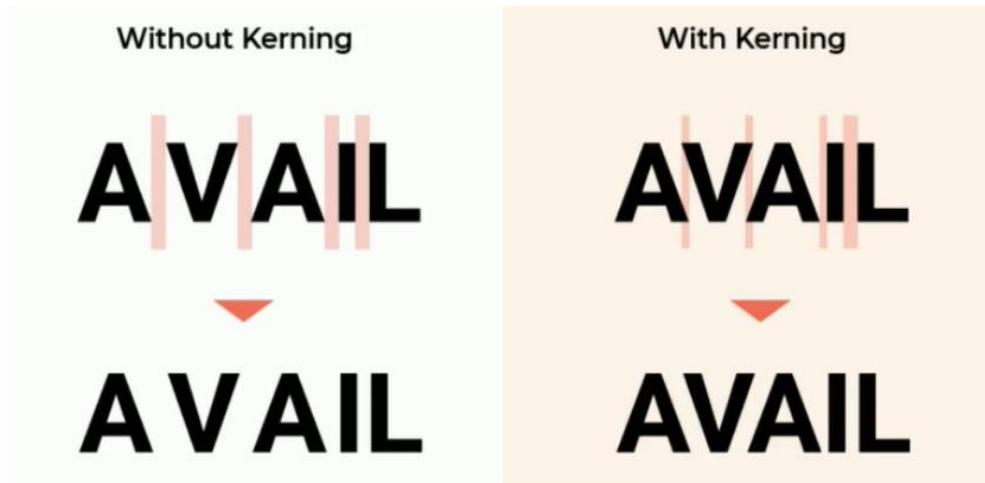


High contrast

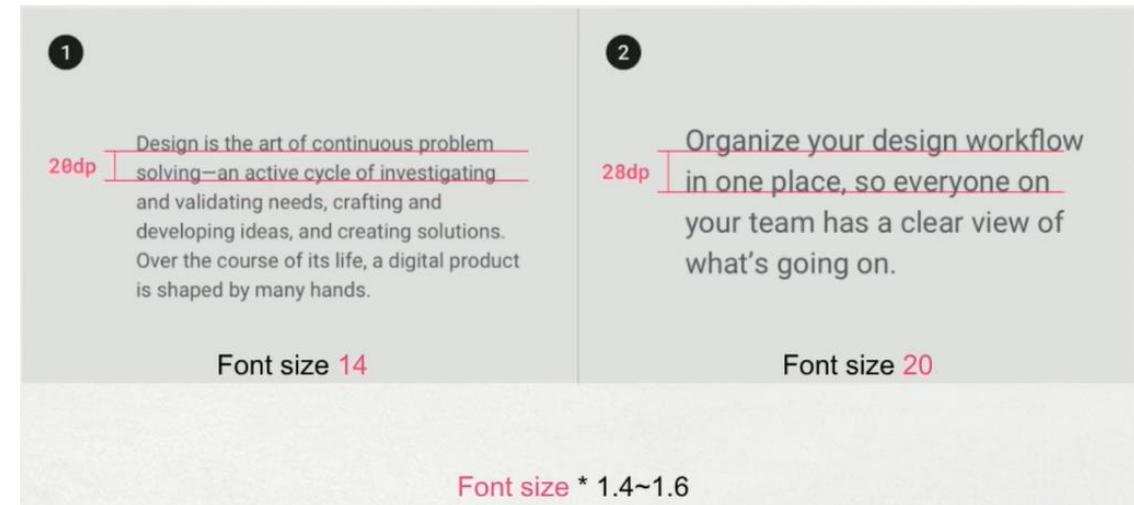
Sistema de diseño: Guías de estilo

TIPOGRAFÍA

Kerning (distancia entre letras)



Alto de línea (interlineado) ± 150% tamaño



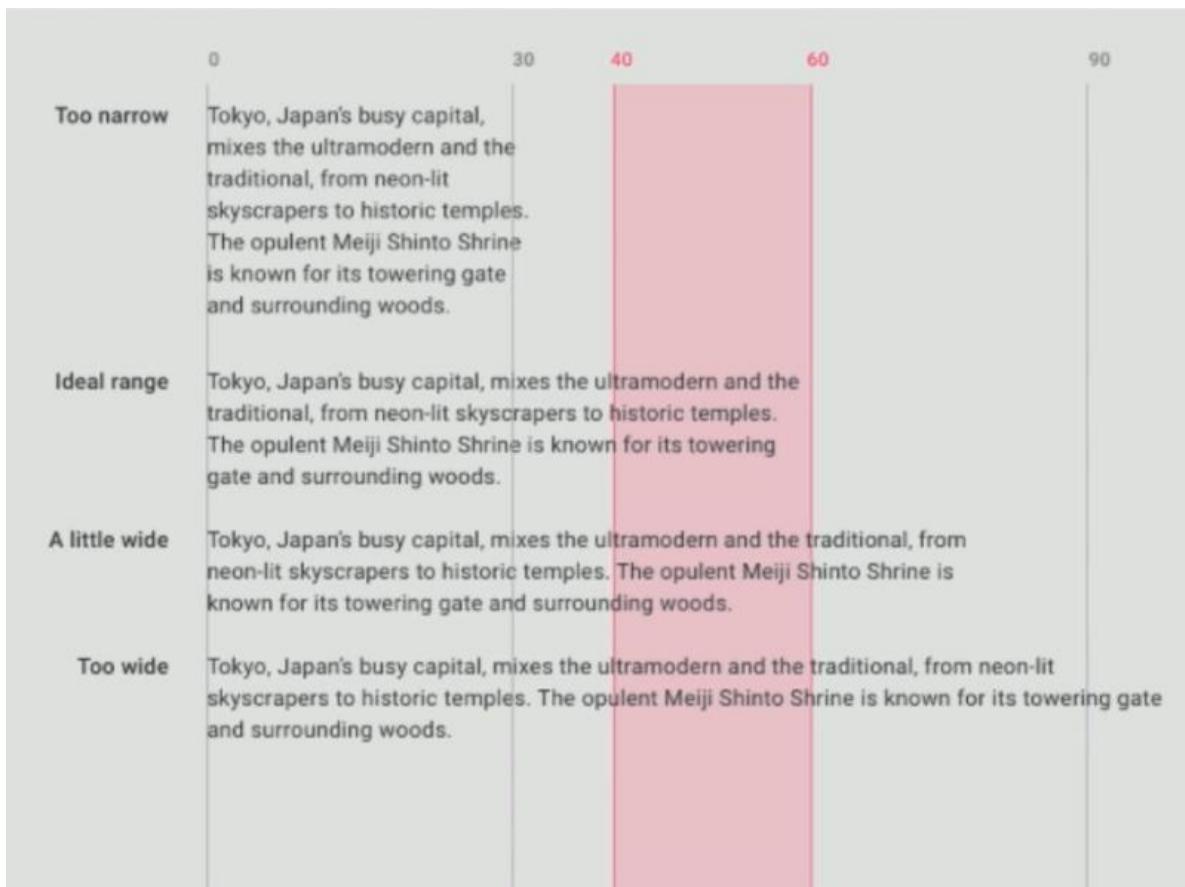
Texto en minúsculas

☺ ☺
Akxgp AKXGP

Sistema de diseño: Guías de estilo

TIPOGRAFÍA

Longitud de línea (caracteres)



Método de Bringhurst:
Longitud de la línea =
Tamaño de letra x 30



20px * 30

Tokio, oficialmente Metrópolis de Tokio, es la capital de facto de Japón, ubicada en el centro este de la isla de Honshu, concretamente en la región de Kantō.

600px

Sistema de diseño: Guías de estilo

TIPOGRAFÍA

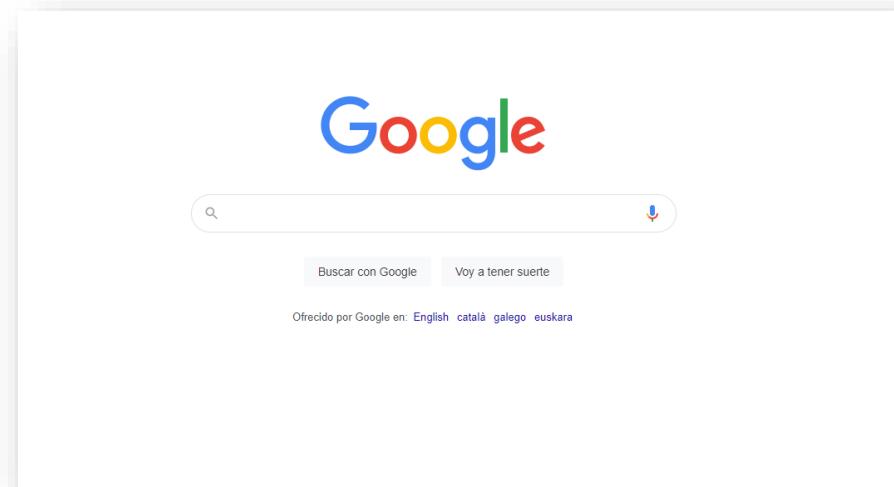
- Elegir un **máximo de 3 tipografías**:
 - Tipografía Sans Serif para los títulos y los botones
 - Tipografía Serif para los textos
- Elegir tipografía gratuitas  Google Fonts
- Evitar tipografías de letras con formas similares.
- **Combinar tipografías** con peso distinto, tener un estilo similar pero tener contraste.
- Existen herramientas online para elegir y combinar tipografías: [Fontjoy](#)
- Alinear a la izquierda.
- Una vez elegidas las tipografía hay que trabajar la **jerarquía visual**:
 - **4-6 tamaños de títulos** (H1..H6)
 - **Buen contraste y color**. El texto más importante será más oscuro para facilitar el escaneo.

La fundación de Edo

Edo sufrió innumerables desastres, entre los que se encuentran centenares de incendios, destacándose el Gran Incendio de Edo (Edo Taika) de 1657, donde murieron alrededor de cien mil personas. La razón de los constantes incendios era que todas las viviendas de Edo eran machiya o viviendas urbanas de madera.

[Descarga resumen](#)

Sistema de diseño: Guías de estilo



Sistema de diseño: Guías de estilo

ICONOGRAFÍA

Son imágenes gráficas de pequeño tamaño pero con mucha importancia, con las que son representados los ficheros, accesos directos o bien los programas.

- Representan un objeto y pueden ayudar a explicar un concepto más rápidamente.
- **Ahorran espacio**, que es muy importante en dispositivos móviles.
- Recursos: [flaticon](#), [iconmonstr](#), [FontAwesome](#)

Recomendaciones:

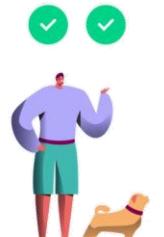
- Usar una cuadrícula.
- Utilizar figuras geométricas.
- Emplear colores de la marca. **Máximo 2 colores**.
- Elegir **iconos simples**, sin elementos innecesarios que dificulten su comprensión.
- Aunque para mejorar la accesibilidad se debería añadir una **etiqueta** al icono, lo mejor es que el icono sea entendible sin ella.
- Mantener la **unidad de estilo** con el resto de elementos de la página.



Sistema de diseño: Guías de estilo

IMÁGENES

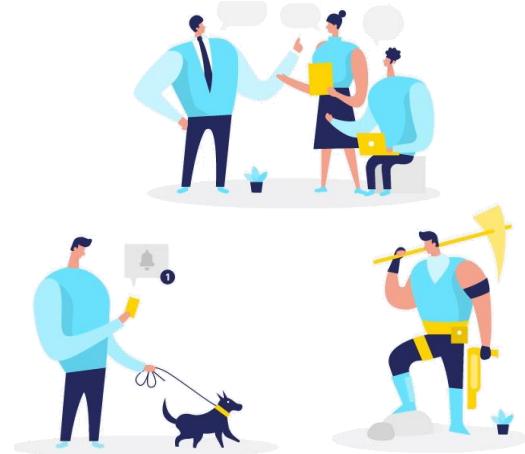
- Las imágenes son más fáciles de recordar que un texto. **Mejor si se combinan los dos.**
- Es importante elegir buenas imágenes para **mejorar la percepción del producto** en el usuario. Son una extensión de nuestra marca, por lo que **pueden potenciar nuestro mensaje corporativo** a través de la iluminación, la perspectiva, el encuadre, color, etc.
- Las ilustraciones deben tener formato **SVG** para que no pierdan calidad al redimensionar y ser del **mismo estilo**.
- **Imágenes de fondo** y texto deben tener suficiente **contraste**.
- No deben **ralentizar la carga** de la página. Optimizar las imágenes.



Educación canina



Educación canina

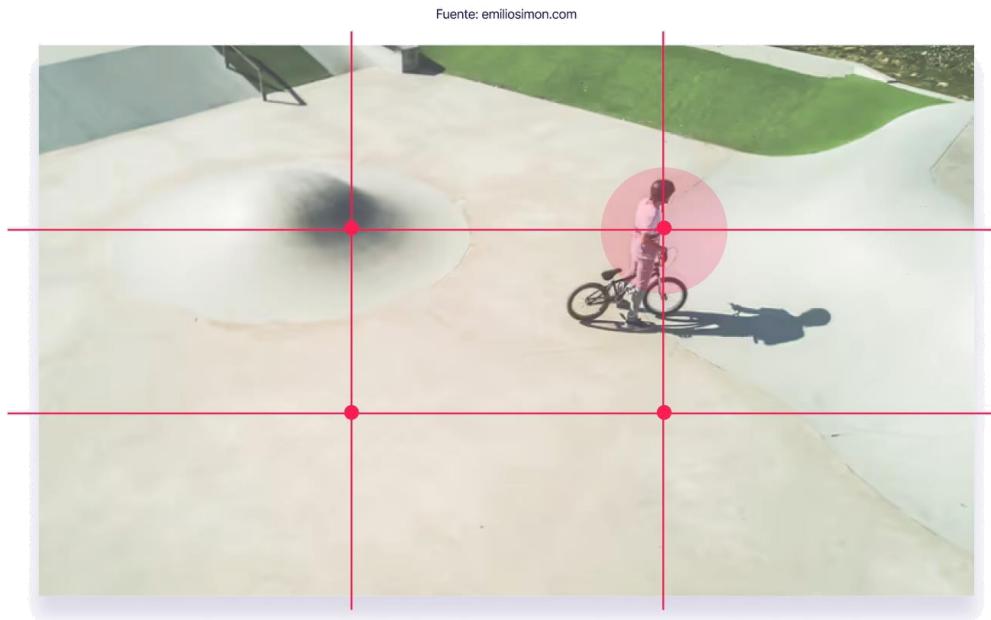


© manypixels.co

Sistema de diseño: Guías de estilo

IMÁGENES

- **Regla de los tercios** en fotografías:



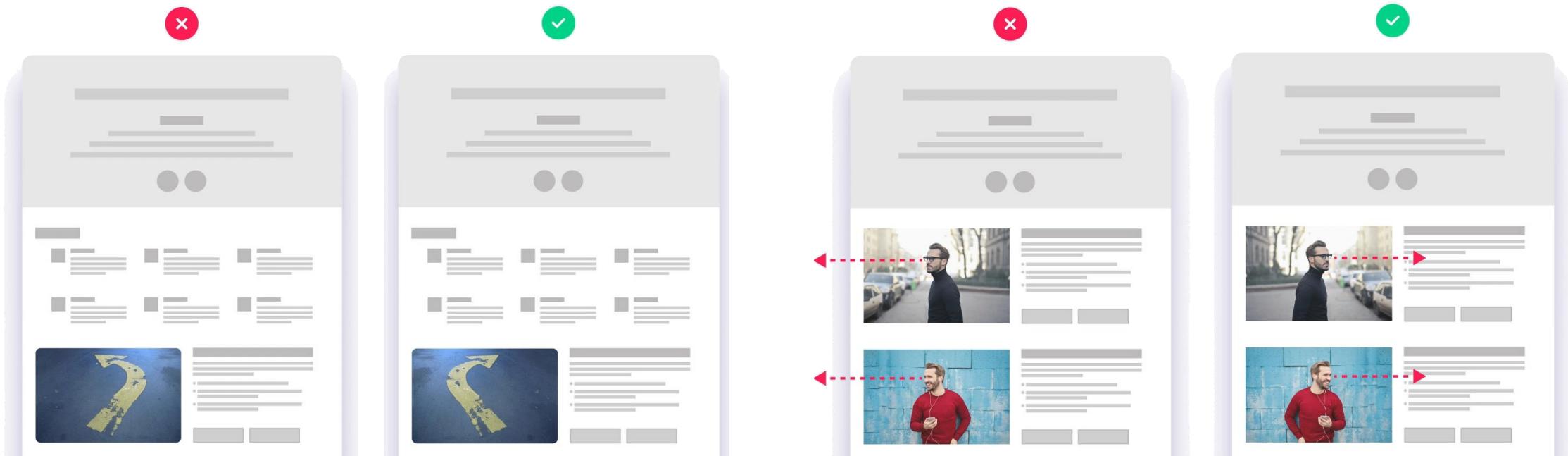
- **Regla del punto de fuga** para paisajes:



Sistema de diseño: Guías de estilo

IMÁGENES

- **Dirección visual:** evitar desviar la mirada del contenido de nuestra web.



Sistema de diseño: Guías de estilo

IMÁGENES

- **Dirección visual:** evitar desviar la mirada del contenido de nuestra web.



Mapa de calor: herramienta digital de análisis que muestra mediante un espectro de colores cálidos y fríos las áreas que atraen más y menos atención.

Sistema de diseño: Guías de estilo

IMÁGENES. Recursos

- [Unsplash](#).
- [Pexels](#)
- [Pixabay](#)
- [Photoroom](#). Eliminar el fondo de una foto.
- [Squoosh](#). Optimizar el tamaño de las imágenes

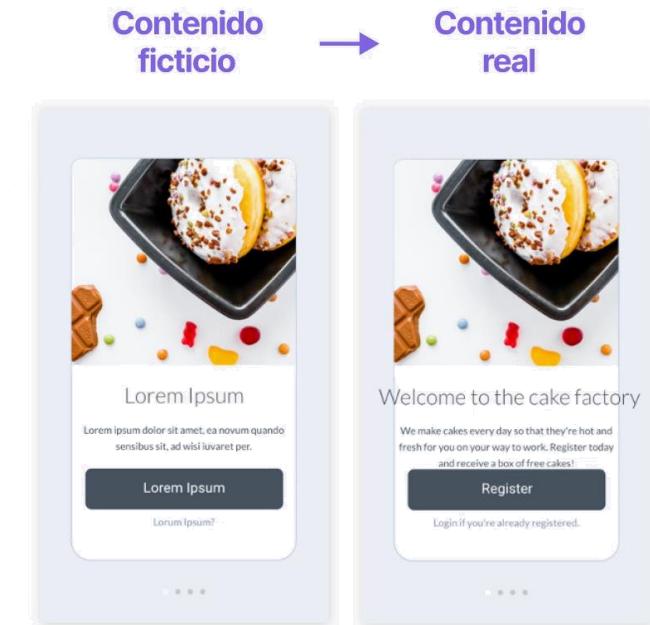
Diseño visual: mockups

Contenido UX

- **Contenido ficticio:** "Lorem ipsum...". Para no bloquear el diseño a la espera del contenido definitivo. Esta técnica se ha ido abandonando porque así no se puede entender el producto a fondo y es más difícil hacer un test con usuarios.
- Si no tenemos los textos habrá que generar un contenido similar, con la misma longitud y mismo tono de voz. Así los usuarios podrán decidir si es el texto les resulta demasiado largo o informal.
- Cuando se **diseña con contenido real**, se adapta el diseño a la cantidad de texto que habrá en el producto final, si no lo hacemos así tendremos que hacer modificaciones, acortar o alargar el texto para que encaje en el diseño hecho a priori y podrá no ajustarse a la realidad.

“ El contenido precede al diseño. Diseñar sin contenido no es diseño, es decoración. Y la decoración no transmite tu mensaje. El contenido lo hace.

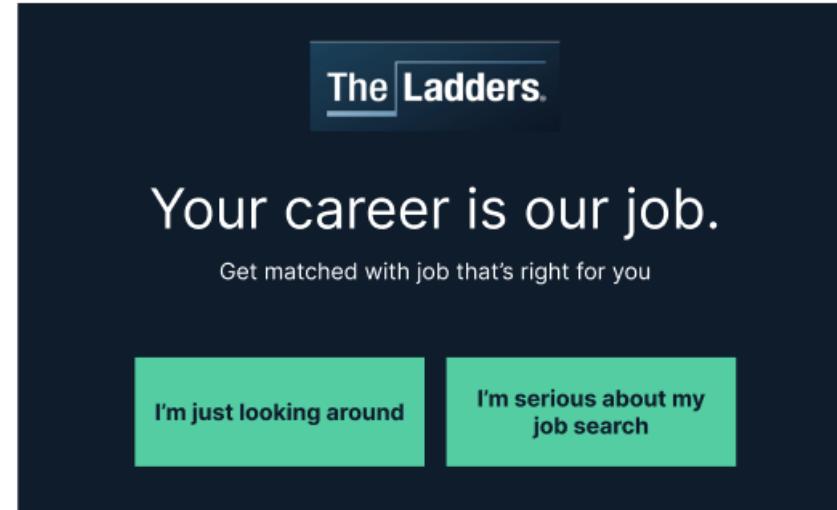
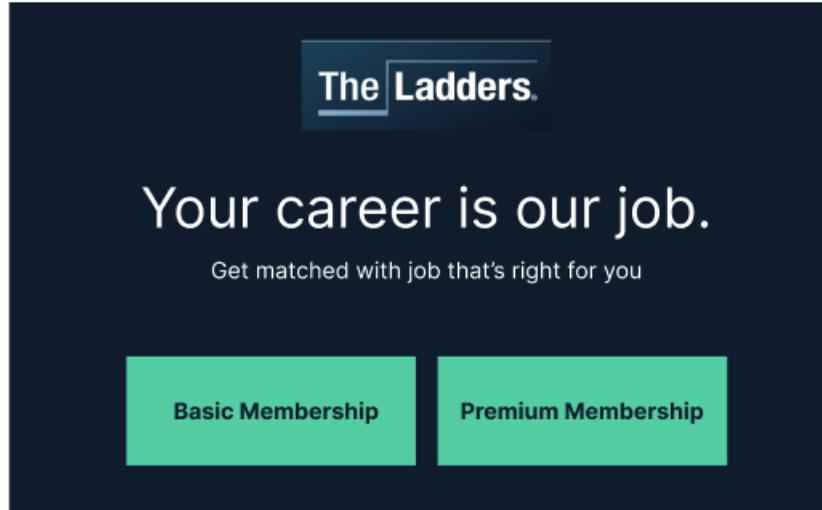
Jeffrey Zeldman



Fuente: blog.prototypr.io

Diseño visual: mockups

Contenido UX



Comprá esta campera en 12 cuotas sin interés. 

Compra este abrigo en 12 mensualidades sin intereses.

2x1

Buy one Get one free 

Diseño visual: mockups

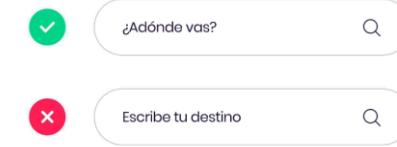
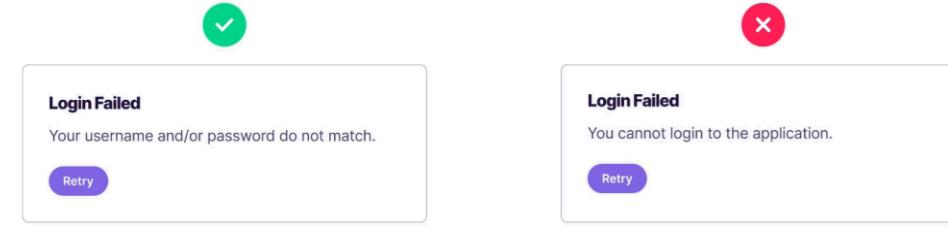
Contenido UX

- **Cómo obtener los textos:** preguntar a los clientes, si no tienen el texto final sí pueden ayudarnos a revisar lo que escribimos. También podemos investigar a la competencia para obtener texto de referencia, su longitud y el tono de voz.
- En este aspecto ha aparecido un nuevo perfil en el mundo profesional: el **UX Writer**. La persona encargada de crear contenido accesible y orientado al usuario, para que la interfaz le resulte clara y su experiencia con el producto sea positiva. Para hacerlo, se centra en las emociones de los usuarios y sus objetivos, orientando cada texto a las necesidades y a la forma de hablar y pensar de los usuarios.
- Debemos conocer a fondo al usuario final, por lo que la fase de inicial de investigación es muy importante.
- Los textos deben ser muy **concisos pero a la vez muy completos**. El usuario no tiene tiempo para leer párrafos de texto. Debemos **eliminar el texto que no sea esencial** y explicar los conceptos claves con pocas palabras pero ¡sin parecer acertijos!
- El contenido debe ser **fácilmente escaneable**, resaltando las palabras clave. Claro, sencillo, preciso y hablar el mismo idioma del usuario.

Diseño visual: mockups

Contenido UX

- **Mensajes de error:** deben dar una explicación clara y ofrecer una posible solución.
- Entendible por personas con distinto nivel cultural y fácilmente traducible para romper las barreras idiomáticas.
- **Consejos** para escribir contenido UX: [Joe Daniels](#)
 1. Convertir cada interacción con el usuario en una conversación para alejarnos de un **tono "robótico"** y evitar el uso de **terminología técnica**.
 2. Mantener el **texto lo más simple posible**. Los textos largos no son leídos y dan un aspecto desordenado al diseño de nuestra interfaz.
 - **Títulos:** 5 – 7 palabras. Ideal 3 – 4.
 - **Descripciones:** máximo 30 – 40 palabras. Ideal 15 – 20.
 - **Botones:** máximo 3 palabras. Ideal 2.
 3. No utilizar palabras largas y complejas que no se usan en el día a día.



Diseño visual: mockups

Contenido UX

- 4. Escritura enfocada a los beneficios** para impulsar a los usuarios a usar nuestro producto. Explicar que beneficios conlleva realizar o acceder a una funcionalidad en concreto del producto.



“¡Añade más amigos!”



“¡Añade más amigos para divertirte más!”

- 5. Tono de voz**, hablar como lo hacen nuestros usuarios.



“Tienes un match”

“Te han devuelto un like”

- 6. Evitar errores tipográficos y gramaticales.** Da un aspecto poco profesional y desconfianza.

La escritura UX juega un papel muy importante en la experiencia general del usuario. Si bien el diseño de la interfaz de usuario y el flujo general del producto pueden ser más obvios, a menudo se ignora la escritura UX. Esto presenta la oportunidad perfecta para mejorar fácilmente nuestro producto, brindando a los usuarios la experiencia que se merecen.

Una vez tengamos el contenido de la página podemos pasar a maquetarla.

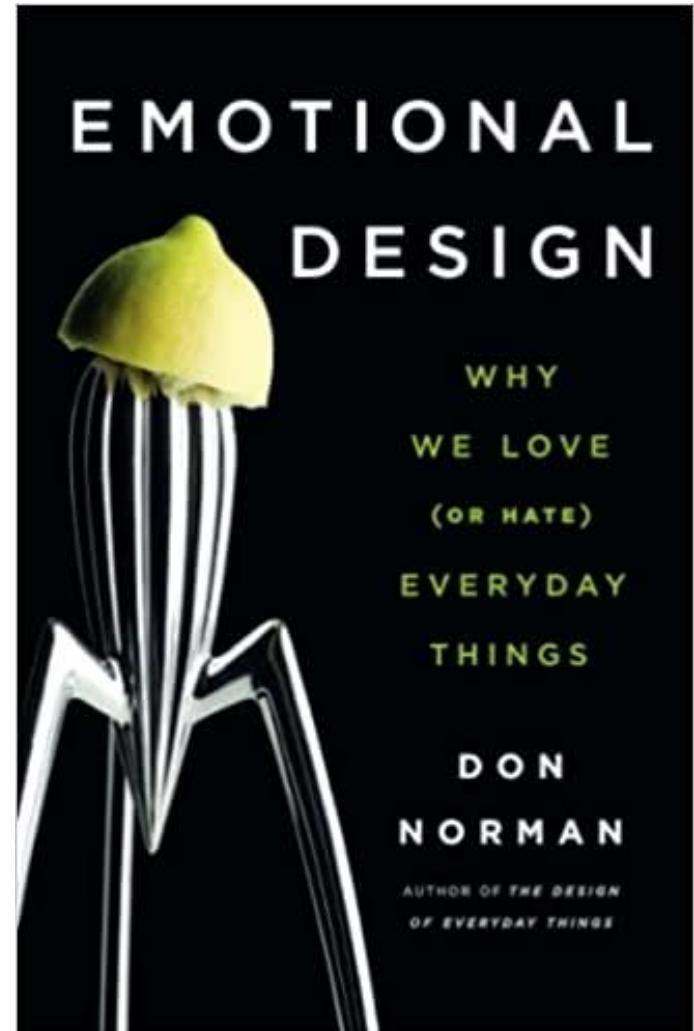
Diseño emocional

“ Los objetos que nos resultan atractivos funcionan, de hecho, mucho mejor. No nos limitamos a usar un producto, sino que establecemos una relación emocional con él.

Cuando un producto es, en términos estéticos, agradable y, además, halaga las ideas que tenemos de nosotros mismos y la sociedad, lo que experimentamos es positivo.



Don Norman



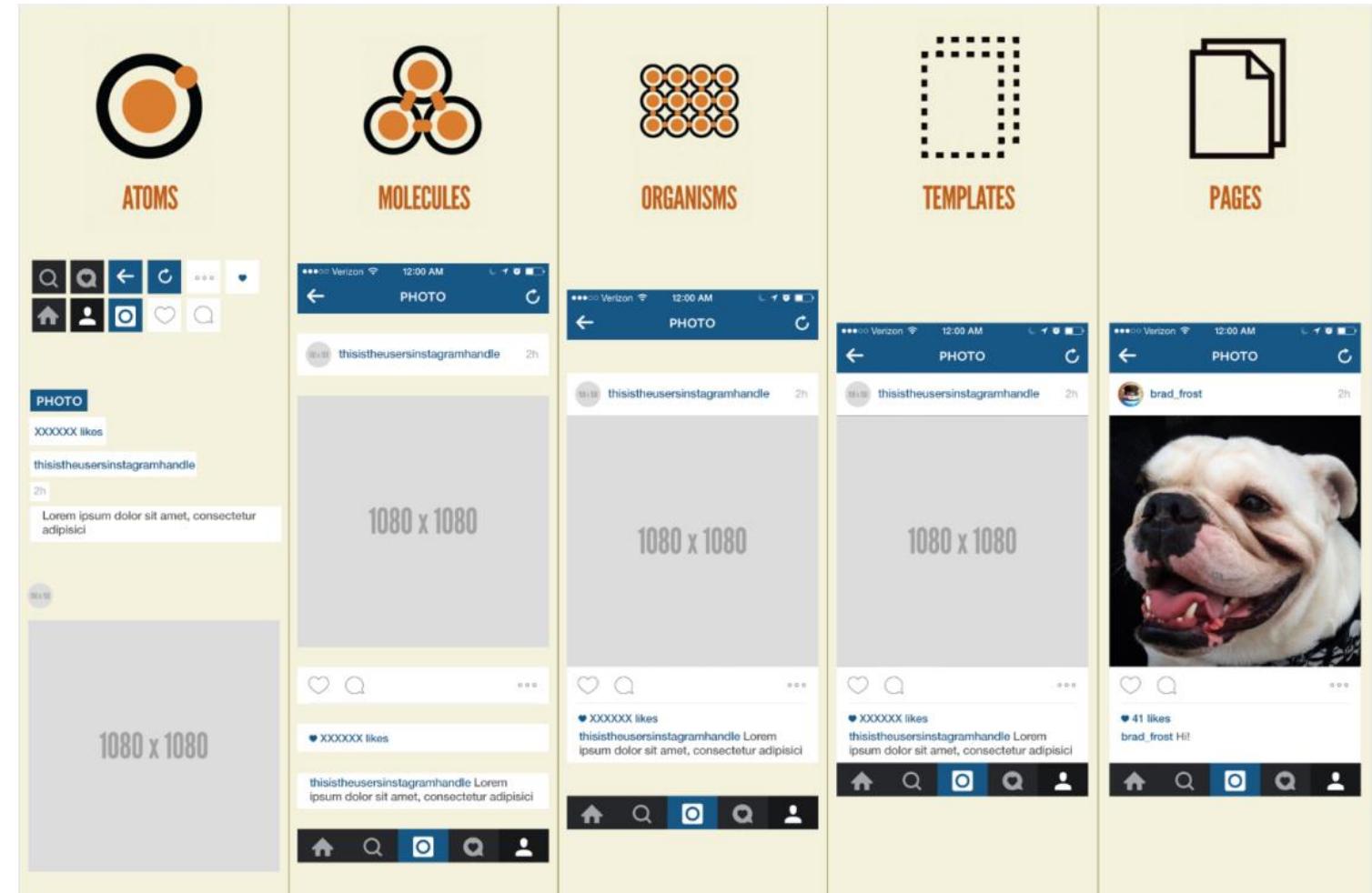
Sistema de diseño: Librería de componentes

Basado en el diseño atómico

La metodología Atomic Design, ideada por Brad Frost, pretende acabar con las inconsistencias y optimizar al máximo el diseño y el desarrollo de productos digitales.

Atomic Design está justo en la intersección entre diseño y desarrollo. Los diseñadores utilizamos guías de estilos y moodboards y los desarrolladores, frameworks como Bootstrap o Foundation.

Atomic Design une ambas disciplinas bajo un concepto: **diseñar por componentes**.



Sistema de diseño: Librería de componentes

BOTONES

Tienen la misión de capturar eventos realizados por el usuario para lanzar acciones de respuesta adecuadas, permitiendo al usuario interactuar con la aplicación. Por lo que es fundamental que el usuario pueda identificar que elementos son interactivos y cuales estáticos.

- Los botones son una mezcla de paletas de colores, formas e iconografía.
- Crea botones como si fuesen botones, **elementos clicables**. Que no tengan que ser descubiertos por casualidad, mejor **cuadrados, con los bordes redondeados y una ligera sobra** para dotarles de tridimensionalidad.
- Cada botón debe tener una **etiqueta** apropiada y/o un ícono. **El texto debe estar centrado y con padding en todos los lados.**
- Tiene varios **estados** y provee un feedback visual al usuario para indicar el estado de la tarea.
- Comunicar al usuario la espera de hacer clic en un botón. **Enseñar la reacción de forma inmediata.**

Primary button

Activo Aceptar

Hover Aceptar

Presionado Aceptar

Deshabilitado Aceptar

Sistema de diseño: Librería de componentes

BOTONES

- No incluir muchas cajas con el mismo color de fondo.
- No incluir demasiados botones en una misma página.
- Crear una jerarquía visual entre los botones para destacar los botones principales de los secundarios:



- **Tamaño** óptimo de los botones en dispositivos táctiles, con una separación entre ellos de 36-48 px:



Organización territorial

Japón está dividido en 47 prefecturas, cada una supervisada por un gobernador electo y una legislatura.⁷⁶ En el siguiente cuadro, las prefecturas están agrupadas por región.

Geografía

Consta de 6852 islas que se extienden a lo largo de la costa del Pacífico de Asia. ¹²⁰¹²¹ Las cinco islas principales del condado, de norte a sur, son Hokkaidō, Honshū, Shikoku, Kyūshū y Okinawa.¹²² Las islas Ryukyu, que incluyen a Okinawa, son una cadena al sur de Kyushu.

[Ver las islas](#)



Organización territorial

Japón está dividido en 47 prefecturas, cada una supervisada por un gobernador electo y una legislatura.⁷⁶ En el siguiente cuadro, las prefecturas están agrupadas por región.

[Ver el territorio](#)

[Descarga el mapa](#)

Geografía

Consta de 6852 islas que se extienden a lo largo de la costa del Pacífico de Asia. ¹²⁰¹²¹ Las cinco islas principales del condado, de norte a sur, son Hokkaidō, Honshū, Shikoku, Kyūshū y Okinawa.¹²² Las islas Ryukyu, que incluyen a Okinawa, son una cadena al sur de Kyushu.

[Ver las islas](#)

[Descarga el mapa](#)

Sistema de diseño: Librería de componentes

ENLACES

- Tienen que **llamar la atención**. Texto destacado visualmente del resto de elementos.
- Describir claramente la página de destino.
- El texto de un enlace debe responder a la pregunta "**¿qué obtendrá el usuario cuando haga clic aquí?**"
- El texto del enlace debe empezar por **palabras clave**. El usuario mira las dos primeras palabras.
- Tradicionalmente son azules y subrayados, pero las últimas tendencias están personalizándolos, sobre todo en el color. Hay que asegurarse que estén bien contrastados y que parezcan clicables.
- Nunca usar el color azul para texto estático.

Ruiz Boix: "La provincia de Cádiz lleva un año esperando 310 millones de euros para empleo"

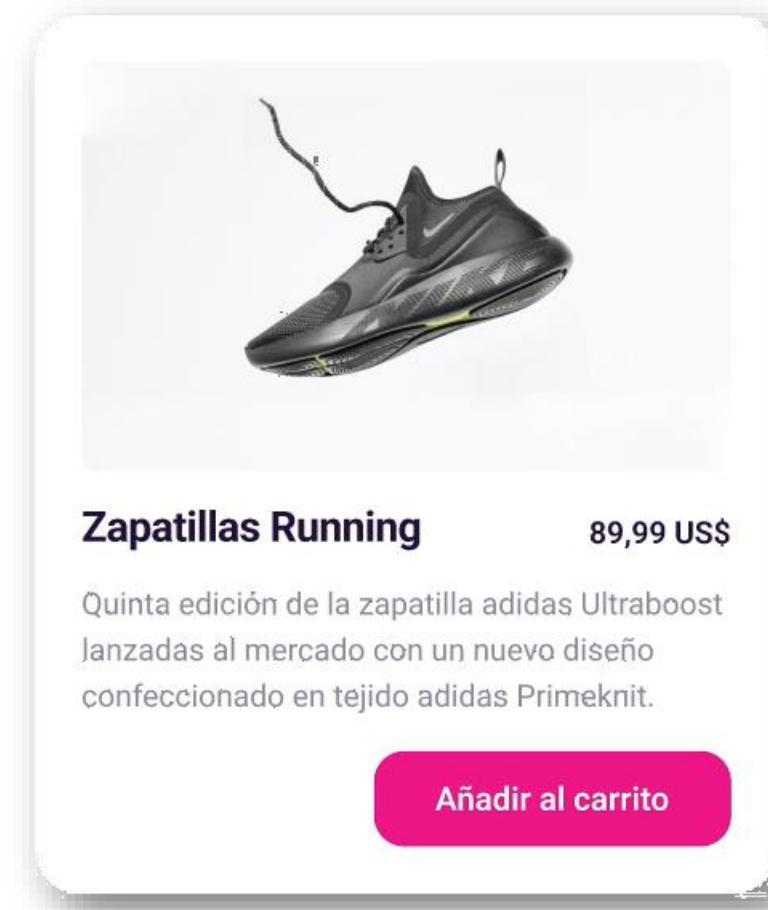
El gobierno municipal demuestra con una profusa relación de datos el cumplimiento y la máxima lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

[Descarga el documento](#)

Sistema de diseño: Librería de componentes

TARJETAS

- Muestran **en un espacio reducido muchos elementos:** imagen, texto descriptivo y uno o varios botones.
- Tienen **buenas usabilidad** y enlazan con otras páginas con información más detallada.
- Se adaptan a cualquier estilo y dispositivo.
- Para **establecer jerarquía entre sus elementos** podemos usar su tamaño, el peso y el color.
- Las diferencias de tamaño del texto no pueden ser demasiado grandes por lo que habrá que jugar con el peso y el color.
- Para **delimitar las tarjetas** se puede usar un borde de un color que no haga demasiado contraste con el fondo, o unas sobras sutiles que luego destaque más al pasar el ratón.



Zapatillas Running 89,99 US\$

Quinta edición de la zapatilla adidas Ultraboost lanzadas al mercado con un nuevo diseño confeccionado en tejido adidas Primeknit.

Añadir al carrito

Sistema de diseño: Librería de componentes

FORMULARIOS

- Son un elemento fundamental para la empresa porque recopila datos de los usuarios.
 - Son los procesos más medidos y analizados de una interfaz.
1. Elimina los **campos no esenciales**.
 2. Si el formulario tiene muchos campos hay que **dividirlo en dos o tres pasos**. **Agrupar** en un paso los campos relacionados y guardar los datos en cada paso, enseñando el **progreso**.
 3. Alinear las etiquetas a la parte superior izquierda.
 4. La distancia entre la etiqueta y la caja debe ser inferior a la distancia entre otras preguntas.

NOMBRE

Pablo Sebastián Bravo

E-MAIL

pablo-1992@gmail.com

Contact Information Business Information Message Us

Company Name

Company Type

Address

Back Next

50%

Fuente: wordpress.org

Sistema de diseño: Librería de componentes

FORMULARIOS

5. El tipo de campo a usar será el que exija el menor número de clics. Por ejemplo si son menos de 6 opciones no usar un select.
6. Explicar por qué pedimos información confidencial.
7. Para solicitar la dirección del usuario es mejor empezar con un código postal y a partir de ahí sugerir la dirección.
8. Utilizar un **tamaño adecuado de campo** que refleje la cantidad de texto a introducir.
9. Utilizar un **placeholder** para dar pistas de como rellenar un campo. Si está claro, mejor no ponerlo.
10. Utilizar **buscadores predictivos autocompletados**, sobre todo si son listas largas.
11. Se pueden **incluir imágenes o iconos** para mejorar la UX.

¿Por quéquieres darte de baja?

Me parece demasiado caro
 No lo uso lo suficiente
 He encontrado un producto mejor
 Otra razón

Selecciona una opción

Tu número de teléfono

Lo usamos para validar con seguridad tu cuenta

Código postal

28022

Código postal

28022

País de nacionalidad

Es|

Eslovaquia
Eslovenia
España
Estados Unidos
Estonia

Sistema de diseño: Librería de componentes

FORMULARIOS

12. Evitar los **captchas**.
13. No confiar simplemente en el color para comunicar un **error**, hace falta un **texto explicativo junto al campo** que ha provocado el error y acompañado de algún icono.
14. Se debe probar el formulario en **todos los dispositivos**.
15. Debe existir un contraste suficiente para su uso en condiciones de extrema luminosidad.
16. Ayudar al usuario **formateando el campo**.
17. **No pedir que se escriba dos veces la contraseña**. Usar un icono para poder desenmascarar la contraseña y, usar una lista con los diferentes requisitos, indicando en tiempo real cuales se han cumplido.
18. **Informar al usuario cuando hay un error** en un campo en cuanto se **pierda su foco** y que no tenga que pulsar el botón de enviar para ver los errores.
19. **No habilitar el botón de enviar** hasta que el formulario esté completo.

Se requiere:
• una letra mayúscula
• una letra minúscula
• un número
• un carácter especial

Sistema de diseño: Librería de componentes

FORMULARIOS

20. Características del botón Enviar:

- Es importante **personalizar su texto**: ¿qué quiere el usuario al llenar este formulario?
- El texto debe hablar **en primera persona**.
- Debe tener un gran **contraste** con el resto de elementos.
- Si el tamaño del formulario es reducido, el botón tendrá el **mismo ancho que los campos**.

21. Eliminar el botón "restablecer" porque puede ser pulsado por equivocación.

22. Combinar las diferentes políticas en un único archivo para hacer clic en un único checkbox.

23. Comunicar el tiempo de espera con una animación o deshabilitando el botón de enviar.

The image shows a user interface with several input fields and buttons. At the top right are two buttons: a purple one labeled 'Enviar' with a red 'X' icon and a green one labeled 'Solicitar mi consulta gratuita' with a green checkmark icon. Below these are input fields for 'Correo electrónico' containing 'cristina@gmail.com' and 'Contraseña' showing masked text. A large purple button labeled 'Entrar en mi cuenta' is positioned below the password field. At the bottom left is a checkbox labeled 'Acepto la política de privacidad y las condiciones de uso'. A purple button labeled 'Solicitar mi prueba gratuita' is at the bottom right.

Enviar

Solicitar mi consulta gratuita

Correoelectrónico

cristina@gmail.com

Contraseña

Entrar en mi cuenta

Acepto la política de privacidad y las condiciones de uso

Solicitar mi prueba gratuita

Prototipo: Diseño de Interacción IxD

- Es la práctica de diseñar **productos digitales interactivos**.
- No es un paso obligatorio pero sí muy recomendable porque construir un prototipo navegable conlleva las siguientes **ventajas**:
 - Nos ayuda a ver cómo será el **producto final cuando el usuario interactúe con él**.
 - Mejora la forma de presentar nuestro trabajo al cliente.
 - **Comunica mejor las animaciones y las transiciones** entre pantallas o páginas del website.
- Cualquier animación o transición tiene un **disparador**, un evento que inicia la animación. Este desencadenante suele ser una acción del usuario: hacer clic en un botón o enlace.
- Las animaciones deben sentirse como naturales y no intrusivas, siendo animaciones **rápidas, con movimientos sutiles (efecto easing) y con un propósito (dar feedback o transiciones)**.
- La **duración** de la animación debe ser lo suficientemente lenta para que el usuario la note pero rápida para no provocar esperas: **200 - 500 ms** que variará **según la complejidad de la animación y del dispositivo**. Para sitios web deberá ser más rápida para que el usuario no siente que tiene problemas de conexión.



Diseño estático de interfaz

Prototipo interactivo animado



Instituto Tecnológico Edix_