

## Énfasis

Estrechamente relacionado con la idea de unidad está el concepto de énfasis o dominancia. En lugar de centrarse en que los diversos elementos de un diseño encajen entre sí, el énfasis está en hacer que una característica particular llame la atención del espectador. Cuando diseñas el diseño de una página web, a menudo identificas un elemento en el contenido, o en el diseño mismo, que deseas destacar. Quizás sea un botón que los usuarios deben presionar o un mensaje de error que deben leer. Un método para lograr tal énfasis es convertir ese elemento en un punto focal. Un punto focal es cualquier elemento de una página que atrae la atención del espectador, en lugar de simplemente ser parte de la página en su conjunto o mezclarse con su entorno. Al igual que con la unidad, existen algunos métodos probados y verdaderos para lograr un punto focal.

### Colocación

Aunque las limitaciones del diseño web práctico a menudo no lo permiten, el centro directo de una composición es el punto en el que los usuarios miran primero y, por lo general, es el lugar más fuerte para producir énfasis. Cuanto más lejos del centro esté un elemento, es menos probable que sea notado primero. En la Web, la esquina superior izquierda de la página también tiende a exigir mucha atención para aquellos de nosotros que leemos de izquierda a derecha (recuerde que muchos idiomas, como el hebreo y el árabe, se leen de derecha a izquierda) y escaneamos una página de arriba a abajo.

### Continuación

La idea detrás de la continuidad o el flujo es que cuando nuestros ojos comienzan a moverse en una dirección, tienden a continuar por ese camino hasta que aparece una característica más dominante. La figura 1.20 demuestra este efecto. Aunque la mancha inferior es más grande y tiende a llamar tu atención primero, tu cerebro no puede evitar decir "¡Oye, mira, una flecha!" Muy pronto te encontrarás mirando el objeto más pequeño.



Figura 1.20. Continuidad y colocación: crear énfasis

La continuidad es uno de los métodos más comunes que utilizan los diseñadores web para unificar un diseño. De forma predeterminada, el borde izquierdo de los títulos, textos e imágenes colocados en una página web forma una línea vertical en el lado izquierdo de la página antes de aplicar cualquier estilo. Una forma sencilla de hacer un uso adicional de este concepto es alinear elementos con las líneas de su cuadrícula. Esto crea múltiples líneas de continuidad para que los ojos de los visitantes sigan la página.

## Aislamiento

De la misma manera que la proximidad nos ayuda a crear unidad en un diseño, el aislamiento promueve el énfasis. Un elemento que se destaca de su entorno tenderá a exigir atención. Aunque le entristece estar separado de sus amigos, el mono aislado de la Figura 1.21 destaca como punto focal de la página.



Figura 1.21. Aislamiento: un mono triste

## Contraste

El contraste se define como la yuxtaposición de elementos gráficos diferentes y es el método más común utilizado para crear énfasis en un diseño. El concepto es simple: cuanto mayor sea la diferencia entre un elemento gráfico y su entorno, más resaltará ese elemento. Se puede crear contraste utilizando diferencias de color (que analizaré con más detalle en el Capítulo 2), tamaño y forma. Eche un vistazo a la página de inicio de Twitter en la Figura 1.22.



Figura 1.22. Twitter: usar naranja para contrastar

Si hay un enlace o botón singular en el que desea que sus visitantes hagan clic en una página, se conoce como llamado a la acción. Cuando miras el diseño anterior, ¿qué es lo primero que llama tu atención? Para mí es el

Botón Regístrate en la columna de la derecha. Es el único lugar de la página que utiliza esos colores naranja y amarillo brillantes, y el texto es mucho más grande que los botones Buscar e Iniciar sesión. Al colocarlo en un bloque que cruza la barra de temas de tendencia, tiene mucha continuidad, aislamiento y contraste. Twitter realmente quiere que hagas clic en ese botón, por lo que está creando el mayor énfasis posible para garantizar que su llamado a la acción sea efectivo.

### Proporción

Otra forma interesante de crear énfasis en una composición es mediante el uso de proporciones. La proporción es un principio de diseño que tiene que ver con las diferencias en la escala de los objetos. Si colocamos un objeto en un entorno de menor escala que el objeto mismo, ese objeto parecerá más grande de lo que es en la vida real, y viceversa. Esta diferencia de proporción atrae la atención de los espectadores hacia el objeto, ya que parece fuera de lugar en ese contexto.

En la Figura 1.23, tomé a nuestro mono triste y aislado y lo superpuse sobre el horizonte de Manhattan para demostrar mi punto. Entre el marcado contraste de color y la diferencia de proporción, tu cerebro inmediatamente dice: "Oye, esto no está del todo bien", y te quedas mirando al mono hasta que te obligas a apartar la mirada.



Figura 1.23. Proporción: un mono en Manhattan

Este principio también funciona para la miniaturización. Eche un vistazo al sitio web del evento BeerCamp13 en la Figura 1.24, diseñado por David DeSandro. El primer elemento que probablemente notes es el enorme titular de BeerCamp. Desde aquí, sin embargo, mi vista salta directamente a la flecha y a la fila de

<sup>13</sup> <http://sxsw.beercamp.com>  
/

edificios. Esto se debe tanto a la continuidad como al uso llamativo de la proporción. Para aquellos interesados en las posibilidades de CSS3, debo señalar que no se utilizan imágenes para crear lo que ven aquí.



Figura 1.24. BeerCamp: un pequeño pedacito de la historia del SXSW

Crear énfasis en su diseño no es sólo la clave para que su llamado a la acción se destaque. También es la forma en que movemos los ojos del espectador por la página. Al darle a los elementos un nivel de énfasis descendente, puede sugerir un orden a seguir para los visitantes. Si tiene esto en cuenta al crear sus sitios, puede hacer eco del énfasis que crea con el marcado HTML semántico y CSS. Por ejemplo, al hacer coincidir las etiquetas de título h1 con h6 con un nivel respectivo de énfasis visual, puede proporcionar una vista similar de lo que es visualmente importante en la página para los motores de búsqueda y los visitantes con discapacidad visual.

A continuación, veremos algunos ejemplos bien probados de diseños con los que puede trabajar.

## Diseños básicos

La mayor parte de lo que hemos hablado hasta ahora ha sido teoría del diseño. La teoría es útil, pero sólo puede llevarnos hasta cierto punto hacia la comprensión de por qué algunas ideas funcionan (y otras no) en el diseño de un sitio web. En mi opinión, los ejemplos y la práctica son mucho más valiosos. La mayoría de los programas académicos de diseño gráfico incluyen un plan de estudios rico en historia del arte y bellas artes. Estas clases brindan una excelente base para comprender el diseño gráfico desde una perspectiva artística, pero hacen poco para prepararlo para los desafíos específicos que enfrenta cuando lleva sus diseños a la Web.

Pablo Picasso dijo una vez: "Siempre estoy haciendo lo que no puedo hacer, para poder aprender a hacerlo". Si bien me gusta adoptar ese enfoque al diseñar un nuevo sitio web, primero es importante saber qué se puede hacer. Cuando buscas en Internet, puedes ver que las posibilidades de diseño son infinitas. Sin embargo, dependiendo de los objetivos del sitio, sólo algunas de esas posibilidades tienen sentido en el diseño. Por eso vemos ciertas configuraciones de identidad, navegación y contenido una y otra vez.

En esta sección, hablaremos de los tres diseños más comunes y exploraremos algunas de sus ventajas y desventajas.

## Navegación en la columna izquierda

Independientemente de si estamos hablando de diseño de diseño líquido o de ancho fijo, el formato de navegación de la columna izquierda es un estándar tradicional. El diseño del sitio de Porsche<sup>14</sup>, representado en la Figura 1.25, es un ejemplo clásico de esta configuración. Muchos sitios que encajan en este molde no necesariamente usan la columna izquierda como bloque de navegación principal (a veces verá la navegación en la parte superior de la página), pero aún así dividen el diseño debajo del encabezado en una sección estrecha (de una sola vez). tercera o menos) columna izquierda y una columna derecha ancha. Es como una manta de seguridad o esa cómoda camisa con agujeros en las axilas que usas una vez a la semana, aunque vuelva loco a tu cónyuge. Por esos motivos, un diseño que incluya navegación en la columna izquierda es una opción segura para la mayoría de los proyectos.



Figura 1.25. Navegación en la columna izquierda en Porsche

La desventaja de los sitios que utilizan la navegación en la columna izquierda es que puede parecer que les falta creatividad. Se ha hecho tantas veces, de tantas maneras, durante tantos años, que tienden a parecer iguales. Eso no quiere decir que debas evitar el uso de un diseño de navegación en la columna izquierda. Supongo que diría que el 75% de los sitios que he diseñado tienen una navegación secundaria en la columna izquierda, pero trato de mezclarla un poco cuando puedo.

Hablando de mezclarlo, ¿qué tal si levantamos la columna de la izquierda y la pegamos al otro lado del contenido? Entonces tendrías un diseño de navegación en la columna derecha.

<sup>14</sup> <http://www.porsche.com/usa/models/911/>

## Navegación en la columna derecha

Si va a restringir su contenido principal a un lado de la página, hoy en día está más extendido empujarlo hacia la izquierda, colocando la navegación, la publicidad y el contenido subsidiario a la derecha. Esta es una configuración especialmente común para sitios de noticias, redes sociales y sitios web con esquemas de navegación expansivos que no pueden estar contenidos en una navegación superior simple. BlueCross BlueShield de Carolina del Sur<sup>15</sup> es un ejemplo de dicho sitio. Presenta varios diseños y combinaciones de colores diferentes para cada sección. La captura de pantalla que ve en la Figura 1.26 es una página de cuarto nivel, es decir, está a cuatro clics de la página principal. Al mantener la navegación secundaria a la derecha, se mantiene alejada de los visitantes que, si ya son tan profundos, buscan contenido muy específico.

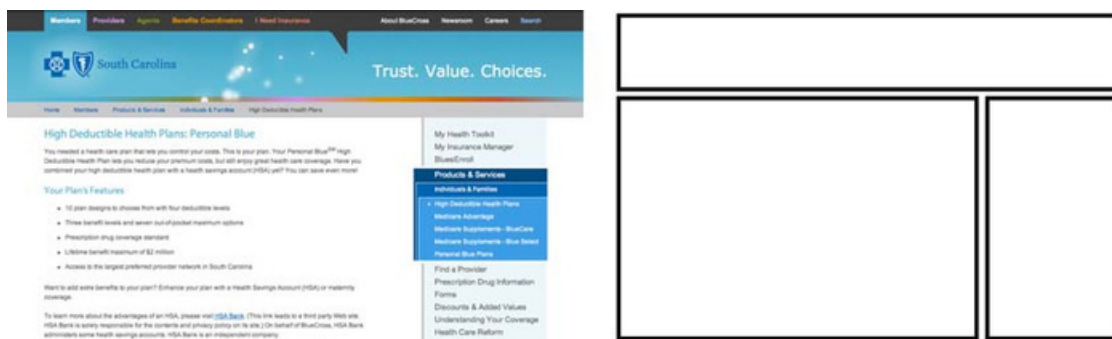


Figura 1.26. Navegación en la columna derecha en BlueCross BlueShield de Carolina del Sur

En última instancia, la decisión de colocar una columna de navegación a la izquierda o a la derecha es una decisión que en realidad tiene que ver con la cantidad y el tipo de contenido que tienes que organizar. Si es un sitio simple que no requiere navegación secundaria, considere un diseño estrecho y sin columnas. Un buen diseño a menudo se trata más de lo que se omite que de lo que se incluye. Si necesita una columna secundaria, recuerde que el contenido es para lo que están sus visitantes... y cada vez más, lo buscan en la página. izquierda.

## Navegación de tres columnas

El diseño típico de tres columnas tiene una amplia columna central flanqueada por dos diminutas columnas de navegación. La tienda ThinkGeek16 que se muestra en la Figura 1.27 es un ejemplo de este elemento básico de diseño de página web. Aunque pueden ser necesarias tres columnas en páginas que tienen mucha navegación, breves fragmentos de contenido o publicidad para mostrar, los espacios en blanco son esenciales si queremos evitar que un diseño parezca desordenado.

<sup>15</sup> <http://www.southcarolinablues.com/>

<sup>16</sup> <http://www.thinkgeek.com/>



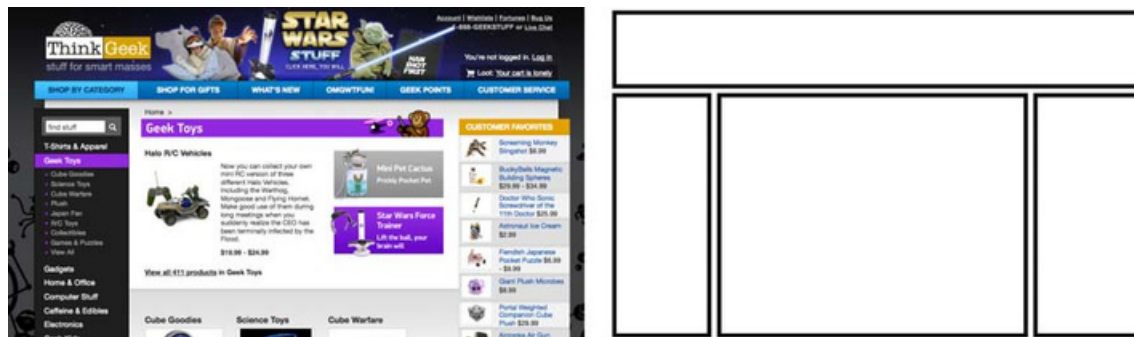


Figura 1.27. Navegación de tres columnas en ThinkGeek

## Encontrar inspiración

Solo porque las configuraciones de diseño de columna izquierda, columna derecha y tres columnas son el pan y la mantequilla de la mayoría de los diseños de páginas web, no hay necesidad de sentirse confinado a estos diseños. Se ha creado una plétora (sí, una plétora) de sitios de exhibición de diseño y patrones de diseño para presentar ideas nuevas e innovadoras que podrían ayudarlo a pensar de manera innovadora, incluidas las siguientes (solo por nombrar algunas):

### Estilo inigualable en <http://unmatchedstyle.com/>

Hay un montón de excelentes galerías CSS por ahí. Unmatched Style es más selectivo que otros, y los podcasts de vídeo y las entrevistas también suelen ser interesantes.

### CSS Drive en <http://cssdrive.com/>

Al igual que Unmatched Style, CSS Drive es una galería CSS. Lo que hace que éste sea especial es que no es un buen trabajo al clasificar los sitios destacados por combinación de colores y diseño.

### Diseño Meltdown en <http://designmeltdown.com/>

Entre 2005 y 2009, Patrick McNeil recopiló y catalogó miles de diseños web interesantes. Ha publicado dos libros y el sitio Design Meltdown sigue siendo una gran fuente de inspiración.

### Patrón Tap en <http://patterntap.com/>

A diferencia de los primeros tres ejemplos, Pattern Tap es una galería de patrones de interfaz en lugar de sitios web completos. Aquí encontrará colecciones de estilos de navegación, formularios de contacto, paginación y más.

### Biblioteca de patrones de diseño de Yahoo en <http://developer.yahoo.com/ypatterns/>

Similar a Pattern Tap, pero con muchos menos ejemplos y variaciones, la Biblioteca de patrones de diseño de Yahoo es un excelente lugar para aprender sobre los elementos estándar de la interfaz de usuario.

## Usando un archivo de morgue

Sé lo que estás pensando: "Genial, tengo un montón de galerías y bibliotecas de patrones para mirar, ¿y ahora qué?" Uno de los consejos más útiles que me enseñó mi primer profesor de diseño gráfico fue crear un archivo de morgue cada vez que buscaba inspiración para un proyecto grande. El concepto es bastante simple: si estás haciendo un proyecto de ilustración o marketing que involucra trenes, recortas e imprimes todo lo que puedas encontrar que pueda inspirarte y lo guardas todo en una carpeta. Te ayudará con tu proyecto actual y, si alguna vez necesitas hacer otro proyecto relacionado con trenes, tendrás mucha inspiración a mano.

La idea del archivo de la morgue se me olvidó hasta hace unos años. Me encontré buscando un sitio que había visto en una galería que me gustaba, pero del cual no podía recordar el nombre ni la dirección. Seguro que es genial tener acceso a muchos recursos de inspiración excelentes, pero son inútiles si no puedes encontrar el ejemplo específico que estás buscando. Fue entonces cuando comencé mi propio archivo de morgue digital. Últimamente, he estado usando una aplicación llamada LittleSnapper<sup>17</sup> para Mac que me permite crear una captura de pantalla de parte de la pantalla, o incluso de una página web completa (no más desplazamiento, ajuste, desplazamiento, ajuste). LittleSnapper también te permite darle un nombre a cada instantánea y etiquetas para que sea más fácil encontrarlas más tarde. Por supuesto, no importa qué sistema operativo prefieras, hay muchas formas de tomar una instantánea de tu archivo de morgue. Tener un repositorio de diseños de sitios web que pueda consultar ha sido un recurso útil en innumerables ocasiones cuando he estado buscando inspiración.



### Capture una captura de pantalla para su propio archivo de morgue

1. Seleccione la ventana del navegador que muestra la página que desea guardar como captura de pantalla.
2. Copie una captura de pantalla de la ventana del navegador a su portapapeles:
  - En una PC, presione Alt+Imprimir pantalla o use la herramienta de recorte nativa (Windows Vista o 7) para capturar una sección de la pantalla.
  - En una Mac, presione Mayús+Comando+4 y luego Espacio para convertir el cursor en una cámara. Entonces aguanta presione Ctrl y haga clic en la ventana del navegador.
3. En este punto, debería tener una captura de pantalla de la ventana del navegador en su portapapeles. Abre un nuevo documento en su programa de gráficos o editor de documentos favorito y péguelo en la captura de pantalla.
4. Guarde su imagen o documento.

<sup>17</sup> <http://www.realmacsoftware.com/littlesnapper/>



## Nuevas tendencias

Si se siente tan abrumado por los recursos anteriores que incluso pensar en iniciar un archivo de la morgue en busca de inspiración está fuera de su alcance, tómese unos minutos para navegar por esos sitios. Mire más allá de los colores y texturas de los cuadros que componen el diseño e intente identificar ideas estándar y tendencias de diseño. Al hacer esto, comencé a notar algunas tendencias que parecen estar surgiendo en el diseño de sitios web.

## Estilo de revista sin navegación

Si estás leyendo este párrafo, supongo que probablemente no llegaste a través del índice. En la Web, tendemos a estar mucho más orientados a objetivos y a consumir información en fragmentos. La navegación del sitio nos permite ser rápidos, eficientes... y erráticos. ¿Qué sucede si no desea que sus visitantes pasen a otra página? ¿Qué pasa si es mejor consumir la información que necesita transmitir como un todo, como un libro o un artículo de revista? Si ese es el caso, ¿por qué incluir la navegación? Ese es el enfoque que adopta Design Informer<sup>18</sup> con cada uno de sus artículos dirigidos por arte. Aparte de un pequeño logotipo de Design Informer en el gráfico del encabezado, no hay enlaces de navegación del sitio en la página de cada artículo hasta que llega a la sección de comentarios en el pie de página. ¿Una tendencia de un sitio web, preguntas? Eche un vistazo a los otros ejemplos en la Figura 1.28, de The Bold Italic<sup>19</sup> y 52 Weeks of UX.<sup>20</sup>



Figura 1.28. No hay mucha navegación aquí, solo excelente contenido ininterrumpido.

<sup>18</sup> <http://designinformer.com/>

<sup>19</sup> <http://thebolditalic.com/>

<sup>20</sup> <http://52weeksofux.com/>

## Pies de página expansivos

Éste es menos una tendencia y más un fenómeno continuo. En la primera edición de este libro presenté pies de página expansivos, que siguen creciendo hoy en día, tanto en tamaño como en el tipo de información que la gente introduce en ellos. En lugar de utilizar el pie de página sólo para enlaces esenciales y un aviso de derechos de autor, muchos sitios están utilizando esta parte de la página, antes descuidada, para incluir información de contacto, navegación ampliada del sitio y contenido de redes sociales. Aunque colocar el elemento de navegación principal de un sitio en la parte inferior de la página es una mala idea, incluir navegación y contenido "adicionales" en ese espacio es una solución obvia. Un gran ejemplo de esta tendencia es la venta en consignación Show & Tell diseñada por FortySeven Media.<sup>21</sup>

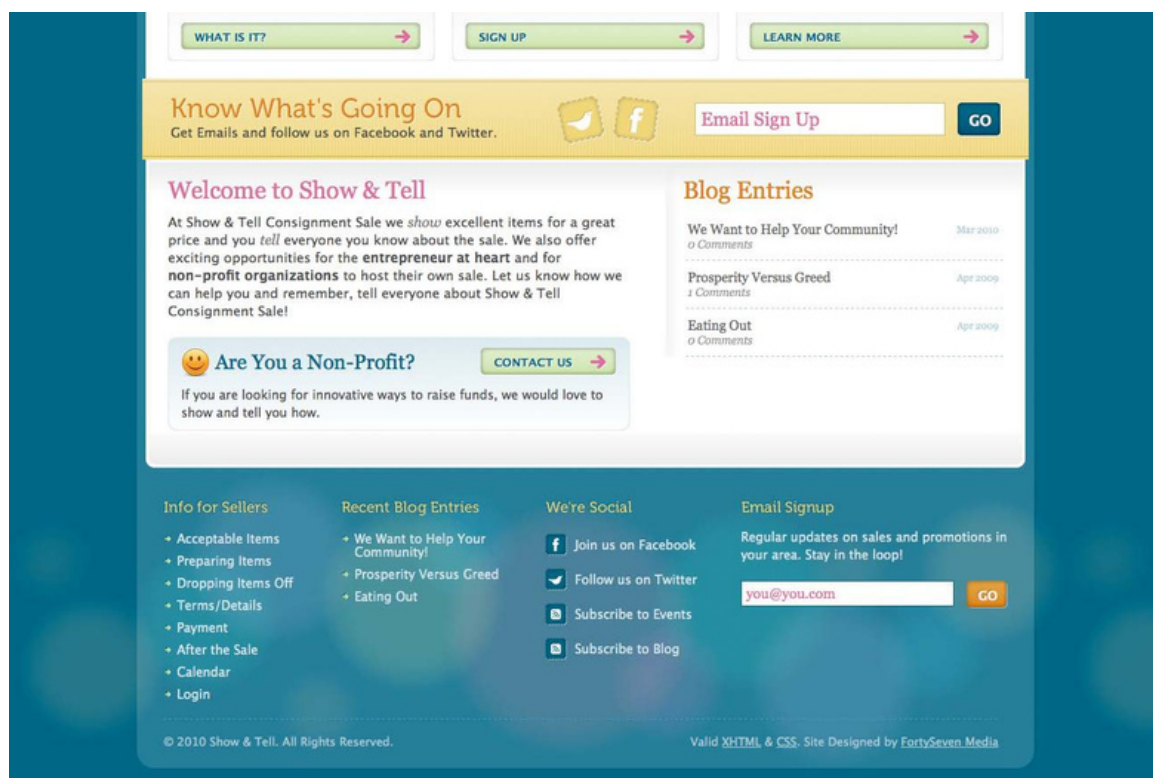


Figura 1.29. Presentación de contenido adicional en el pie de página en la venta a consignación Show & Tell

Ver también:

- Mozilla en <http://mozilla.org/>
- CreamyCSSat <http://creamy.css.com/>
- Andy, incluso <http://sitepoint.com/>

<sup>21</sup> <http://showandtellsale.com>

## Minimalismo básico

De manera similar al estilo de revista sin navegación y bastante contrario al concepto de pie de página expansivo, muchos sitios están eliminando gran parte del contenido web estándar. El diseño minimalista consiste en reducir el diseño a los elementos más esenciales. En la Figura 1.30, Analog Coop<sup>22</sup> logra esto reduciendo su copia a una única página divertida de leer. Para Kha Hoang,<sup>23</sup> ser minimalista es tener una página de inicio con simplemente una lista de enlaces de cartera, una cotización sobre diseño y alguna información de contacto. Es un concepto fácil de aplicar: simplemente revise cada elemento de cada página y pregúntese qué agrega a su sitio web. Si no tiene una respuesta, deséchela.

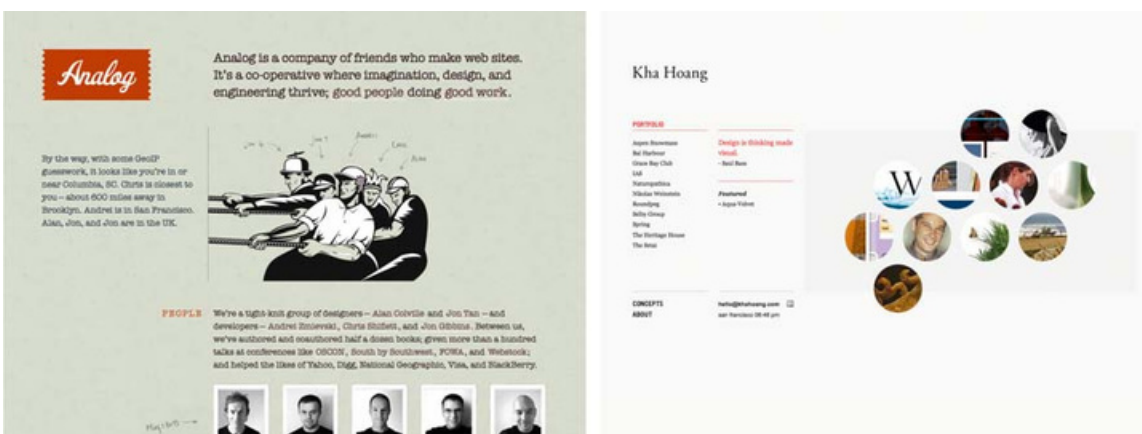


Figura 1.30. Dos sabores de minimalismo: Analog Coop y el portafolio de Kha Hoang

El minimalismo no es una nueva tendencia de diseño ni mucho menos, ni siquiera en la Web. En el mundo del arte, el movimiento minimalista de los años 1960 y 1970 fue una reacción contra la era excesivamente autoexpresiva del expresionismo abstracto. De manera similar, la reciente explosión del minimalismo y los diseños de una sola página en la Web es una reacción contra la era excesivamente interactiva de la Web 2.0. Es un intento de equilibrar el ajetreo y el bullicio de las redes sociales con el equivalente a un tranquilo café o una tranquila galería de arte.

Ver también:

■ BrandNew en <http://www.underconsideration.com/brandnew/>

■ SageMedia en <http://www.sagemediari.com/>

## Cambio de tamaño: diseños fijos, fluidos o responsivos

Cuando estábamos dibujando nuestros primeros bloques de diseño con lápiz y papel, le expliqué que el rectángulo exterior dentro del cual estábamos diseñando era el bloque contenedor. En el diseño de impresión, el bloque contenedor es un objeto físico como una tarjeta de presentación o un cartel publicitario. En la Web, nuestro contenedor es el navegador

<sup>22</sup> <http://analog.coop/>

<sup>23</sup> <http://khahoang.com/>

ventana. ¿El diseño debería llenar la ventana del navegador o debería tener un ancho determinado? Esta decisión ha afectado a los diseñadores web durante cientos, si no miles de años, desde los días en que usábamos tablas y archivos spacer.gif para diseñar el contenido de la página web. Bueno, tal vez no hace miles de años, pero de todos modos este es un debate de larga data.

## Ancho fijo

Si comenzó su diseño con el sistema de cuadrícula 960 del que hablé antes, es probable que esté trabajando para lograr un diseño de ancho fijo. Estos diseños están envueltos con un div al que se le asigna un ancho basado en píxeles (digamos, 960 píxeles) y se centran dentro de la etiqueta del cuerpo usando `margin:0 auto;`. Si la ventana del navegador tiene más de 960 píxeles, verá el fondo del elemento del cuerpo a la izquierda y a la derecha del contenedor; y si es más angosto, tendrás una barra de desplazamiento horizontal. Los diseños de ancho fijo son más fáciles de diseñar (y mantener) porque básicamente estás creando exactamente lo que diseñas en Photoshop. La Figura 1.31 muestra una estructura de diseño similar, fija y fluida, en el mismo ancho de espacio del navegador.

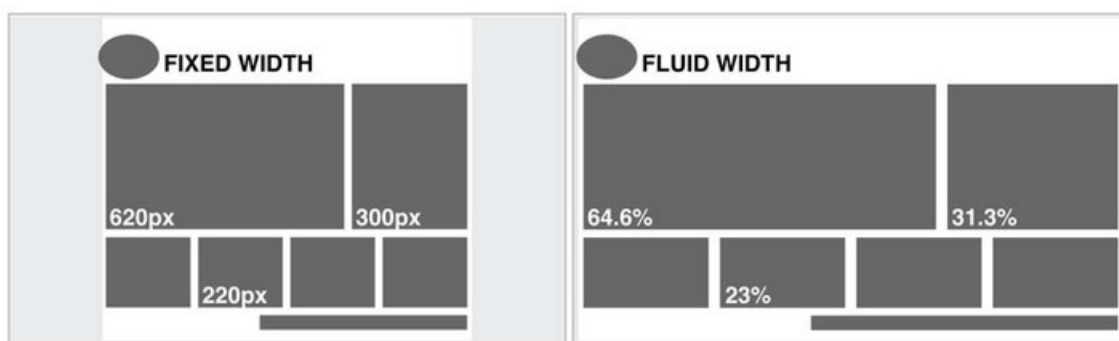


Figura 1.31. Fijos y fluidos, o crujientes y blandos si lo prefieres.

## Ancho del fluido

Un diseño fluido o líquido está diseñado con anchos basados en porcentajes, de modo que el contenedor se estire cuando cambia el tamaño de la ventana del navegador. Es necesario pensar más en su planificación, ya que hay que prever los problemas que podrían ocurrir en todos los anchos posibles. A veces, las columnas de ancho de píxeles se mezclan con columnas basadas en porcentajes en un diseño fluido, pero la idea es mostrar al usuario tanto contenido horizontal como quepa en su pantalla. Por lo general, los diseños fluidos aprovechan las propiedades de ancho mínimo y máximo de CSS, lo que garantiza que el contenedor no se vuelva ridículamente estrecho o ancho.

Una de las razones por las que algunos diseñadores rechazan los diseños fluidos es porque creen que les impide utilizar una cuadrícula para crear sus diseños. Hay varios recursos disponibles para diseñar diseños fluidos en una cuadrícula, incluida una adaptación fluida del 960 Grid System.<sup>24</sup>

<sup>24</sup> <http://www.designinfluences.com/fluid960gs/>. Sin embargo, en última instancia, la decisión de utilizar un tipo de diseño sobre el otro realmente debería estar determinada por el público objetivo, y el accesible

objetivos de utilidad de cada sitio web individual. Los pros y los contras de cada tipo de diseño están bastante bien definidos, como muestra la Tabla 1.1.

Tabla 1.1. Diseños fijos versus líquidos: los pros y los contras		
<b>Ancho fijo</b>	<b>Ventajas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ le da al diseñador más control sobre cómo se verá una imagen que flota dentro del contenido</li> <li>■ permite espacios en blanco planificados mejora la legibilidad con bloques de texto más estrechos</li> </ul>	<b>Contras</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ puede aparecer eclipsado en ventanas grandes del navegador le quita el control al usuario</li> </ul>
<b>Ancho del líquido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ se adapta a la mayoría de las resoluciones de pantalla y dispositivos reduce el desplazamiento del usuario</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Difícil de leer cuando el texto abarca una gran distancia.</li> <li>■ más difícil de ejecutar exitosamente limita o impone espacios en blanco</li> </ul>

Con estos pros y contras en mente, he diseñado más diseños de ancho fijo que líquidos. Me gusta tener control sobre cómo se mostrará el contenido y trabajar con el espacio de fondo. Por otro lado, a veces disfruto los desafíos que traen a la mesa los diseños líquidos. Pero, independientemente de las preferencias personales, es importante anteponer las necesidades de su cliente. Si decide el ancho de un diseño de ancho fijo, debe pensar en la audiencia para la que está diseñando y crear un diseño que satisfaga las necesidades de esos usuarios.

## Una alternativa: diseños responsivos

Se ha dicho que para cada regla hay una excepción. Esto suele ser cierto en el mundo web, y los diseñadores han ideado muchas variantes e híbridos de estructuras de diseño de ancho fijo y ancho fluido. Recientemente he visto artículos que enumeran hasta diez tipos de diseño diferentes. Sin embargo, para los fines de este capítulo, la mayoría de ellos podrían clasificarse como fijos o fluidos. Sin embargo, un artículo reciente de A List Apart introdujo un tipo de diseño novedoso que creo que veremos mucho más. El artículo se tituló “Responsive Web Design”<sup>25</sup> y fue escrito por Ethan Marcotte.

En lugar de repetir el artículo completo aquí, le recomiendo que lo consulte. Si tuviera que nombrar esta técnica de diseño, la llamaría Metodología Omnipotente de Transformación de Mercurio, pero probablemente esa sea la razón por la que no se me ocurrió. La idea es que a medida que el mercado móvil hace que los anchos de las ventanas del navegador sean cada vez más inconsistentes, la necesidad de que nuestros diseños sean fluidos y se adapten a diferentes

<sup>25</sup> <http://www.alistapart.com/articles/responsive-web-design/>  
diferentes anchos es cada vez más importante. La técnica aprovecha algunas incrustaciones de fluidos sofisticadas y



Consultas de medios CSS3 para cambiar completamente el diseño a medida que alcanza ciertos umbrales de ancho. La Figura 1.32 muestra capturas de pantalla del ejemplo de Ethan en tres anchos de navegador diferentes.

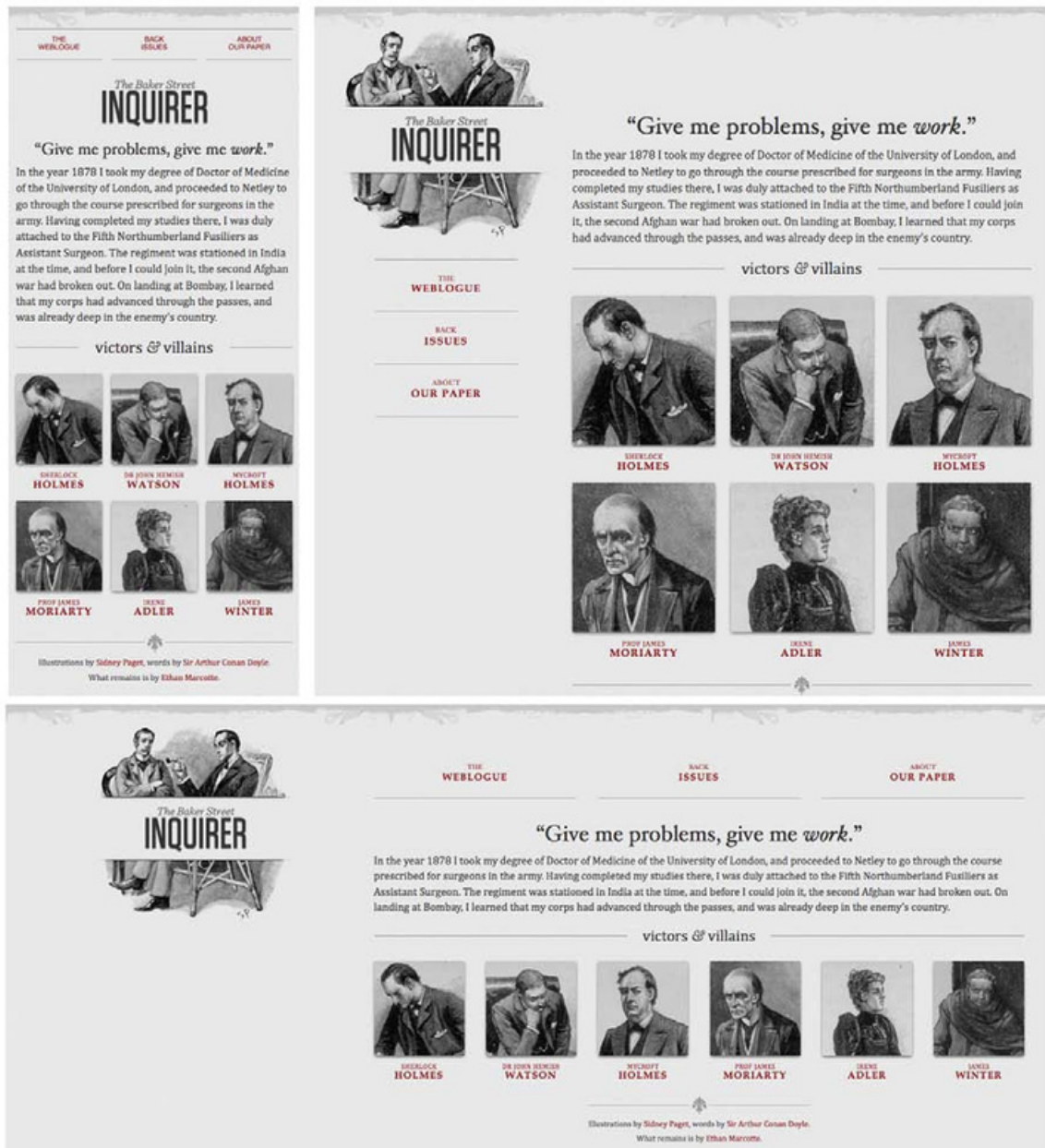


Figura 1.32. Un diseño que se adapta a dispositivos móviles, de escritorio y JumboTron

El diseño web responsivo de Ethan (o Metodología Omnipotente Mercury Morphing) es una gran solución a un problema que aún tenemos que discutir: las resoluciones de pantalla.



## Resolución de la pantalla

En comparación con el debate entre fijo y fluido, el argumento sobre el diseño para resoluciones de pantalla particulares ha sido bastante manso en los últimos años. Cuando los diseñadores dicen que un sitio está diseñado u optimizado para una resolución de pantalla particular, en realidad están hablando de la resolución del monitor del espectador. En el pasado, el debate sobre la resolución de pantalla se centraba en si nuestros diseños debían seguir admitiendo resoluciones de monitor de 800x600 sin mostrar una barra de desplazamiento horizontal.



### Resolución de la pantalla

Según las estadísticas de resolución de pantalla de W3Schools,<sup>26</sup> en enero de 2010, el 1% de los usuarios de la web tenían sus pantallas configuradas en 800×600 píxeles (frente al 4% en 2009), el 20% tenían sus resoluciones configuradas en 1024×768 píxeles (frente al 4% en 2009), 36%), y un enorme 76% de los visitantes tenían una resolución superior a 1024×768. La figura 1.33 ilustra estas tendencias.

Hoy en día, se supone que los navegadores de escritorio muestran al menos 1024×768. Incluso la mayoría de los netbooks tienen una resolución de 1024×600 o superior. Por esa razón, 960px se ha convertido en el ancho de facto para la mayoría de los proyectos de diseño web. Dado que W3Schools informa el crecimiento de usuarios con resoluciones superiores a 1024, uno pensaría que buscaríamos llevar el ancho estándar más allá de 960, pero hay un par de razones por las que esto probablemente no sucederá. En primer lugar, la mayoría de los usuarios con monitores más grandes todavía mantienen la ventana de su navegador configurada en menos de 1024 px de ancho, para que puedan ver otras aplicaciones que tienen en ejecución. La otra razón es la longitud de la línea. Si una línea de texto es demasiado larga, se vuelve menos legible. Por lo tanto, un ancho de diseño predeterminado más amplio en realidad solo nos permitiría agregar más columnas.

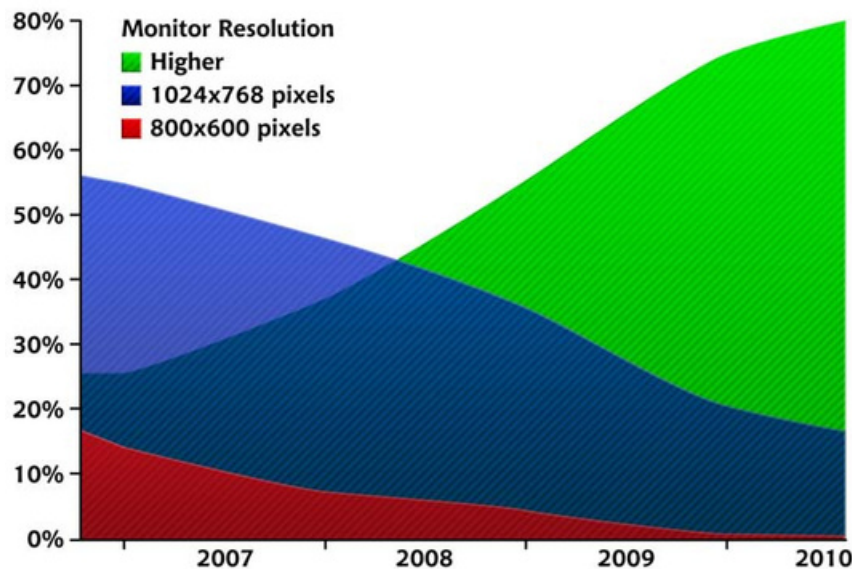


Figura 1.33. Estadísticas de resolución de pantalla de W3Schools

<sup>26</sup> [http://www.w3schools.com/browsers/browsers\\_display.asp](http://www.w3schools.com/browsers/browsers_display.asp)

Aunque las estadísticas de navegadores de escritorio como las proporcionadas por W3Schools justifican nuestro uso de diseños de 960 px, ignoran a un segmento importante de la población de navegación web: los usuarios de dispositivos móviles. Citando el mismo artículo que mencioné anteriormente sobre el diseño web responsivo, se espera que la navegación móvil supere el acceso desde el escritorio dentro de tres a cinco años. A medida que aumentan las resoluciones de las pantallas móviles y los navegadores móviles alcanzan a sus primos de escritorio, es seguro decir que el diseño de su sitio web será legible en los dispositivos móviles modernos. Sin embargo, aún debes incluir dispositivos móviles populares en las pruebas de tu navegador; Si nos cuesta hacer que los sitios que diseñamos se vean bien en IE7, ¿no deberíamos revisarlos también en los navegadores móviles?

Tomando un poco más en serio el aumento en el uso de dispositivos móviles, una mayor cantidad de sitios web ofrecen versiones optimizadas para dispositivos móviles de sus sitios; Esto, por supuesto, significa que cada vez más clientes exigirán también sitios optimizados para dispositivos móviles. Esto solía ser una tarea complicada, lidiar con dispositivos móviles.

lenguajes específicos como WML y navegadores horribles e ineptos como el antiguo sistema operativo RIM de Blackberry.

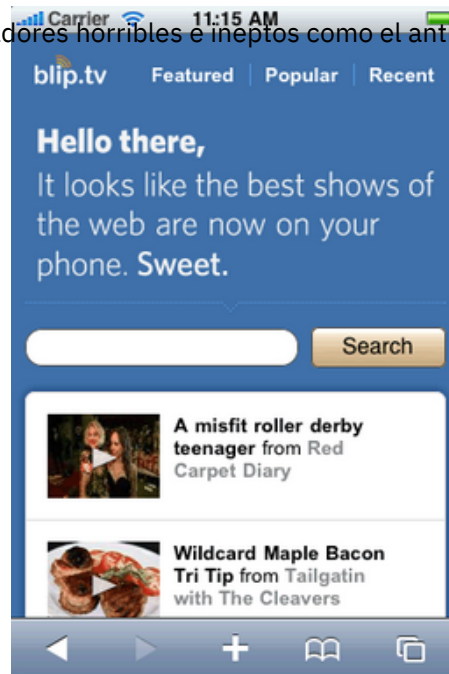


Figura 1.34. Blip.tv en iOS (como se ve en <http://cssiphone.com>)

Afortunadamente, hoy en día diseñar un sitio optimizado para dispositivos móviles se trata principalmente de renovar su diseño para que funcione en pantallas móviles y, al mismo tiempo, aprovechar algunas de las características adicionales del sistema operativo para hacerlo brillar. Cubrir los detalles técnicos del diseño de un sitio optimizado para dispositivos móviles está fuera del alcance de este libro, pero los principios de diseño y la teoría del diseño discutidos en el resto del capítulo aún se aplican. Al final del día, no importa lo que estés diseñando, las necesidades de tu cliente y su público objetivo deben ser la fuerza impulsora detrás de tus decisiones.

## Aplicación: Ahorradores del Sur

A menudo, gran parte de lo que hacemos como diseñadores es subconsciente. Generalmente podemos decirle, elección por elección, por qué tomamos decisiones específicas, pero no es natural verbalizar los procedimientos que seguimos. A veces, la mejor manera de explicar cómo aplicar los principios del diseño gráfico es recorriendo el proceso de diseño del sitio web de un cliente real.

Ingrese: Southern Savers,<sup>27</sup> un proyecto de diseño web real para un cliente real. En junio de 2008, Jenny Martin fundó Southern Savers en Blogger.com para compartir las mejores ofertas de comestibles que encontró con sus amigos.

Después de unos pocos meses, el sitio creció demasiado para Blogger y su esposo James lo migró a una instalación de WordPress autohospedada. Ni Jenny ni James tenían experiencia en diseño, por lo que compraron un tema de WordPress, crearon un gráfico de encabezado y Jenny siguió escribiendo en el blog. Un poco más de dos años desde su inicio, el sitio ahora recibe más de tres millones de visitas al mes y tiene más de 60.000 seguidores en Facebook, todo con la plantilla de diseño básica que se ve aquí en la Figura 1.35.



Figura 1.35. El antiguo diseño de Southern Savers

<sup>27</sup> <http://www.southernsavers.com/>

Jenny sabía que hacía mucho que debía realizarse un rediseño y contrató a la agencia de diseño de estrellas de rock Squared Eye<sup>28</sup> para hacer el trabajo. Como amigo de Jenny y Matthew Smith de Squared Eye, ha sido interesante ver cómo se desarrolla el proceso de diseño tanto desde la perspectiva del cliente como de la agencia. Sabía que seguir este proceso a lo largo de cada capítulo de este libro también sería revelador para usted, y estoy muy agradecido de que tanto Jenny como Matthew aceptaran dejarme usar el proyecto como ejemplo.

## Empezando

Por lo general, los clientes tienen ideas específicas sobre cómo debería verse su sitio y cómo debería funcionar. Dependiendo del cliente, estas ideas preconcebidas pueden ayudar o dificultar el proceso de diseño; más a menudo, esto último. Sin embargo, en este proyecto, a Squared Eye se le dio rienda suelta para rediseñar completamente y cambiar la marca del sitio. Matthew sabía que era importante que él y su equipo no solo entendieran cómo funcionaba el sitio web, sino también quiénes eran los visitantes de Southern Savers y por qué estaban allí. La estrategia web independiente Emily Smith, arquitecta de información del proyecto, explica: “Antes de que pudiera comenzar el diseño, pasamos por una fase de descubrimiento para descubrir cuáles eran los objetivos. También asistimos a uno de los talleres Couponing 101 de Jenny y hablamos con los asistentes. Evaluamos cómo los visitantes recurrentes usan el sitio: observándolos, hablando sobre las características y funcionalidades de las que dependen y observando cómo navegan”.



### Pruebas de usuario

Este es un término para la actividad que Emily describe como “vigilar por encima de sus hombros”. Monitorear el comportamiento real del usuario antes y después de un rediseño es una buena manera de medir su éxito. Una excelente herramienta de bricolaje para pruebas de usuarios es Silverback.<sup>29</sup>

Aprovechando lo que aprendieron durante su tiempo con Jenny y los usuarios de su sitio web, Emily y el resto del equipo de Squared Eye regresaron a su espacio de trabajo compartido. “Hicimos un mapa de las personalidades que utilizaban actualmente el sitio y las dividimos en personas reales”, dijo Matthew. A partir de ahí, comenzaron a explorar cómo organizar la información en el sitio, para que tanto los usuarios nuevos como los habituales pudieran encontrar lo que buscaban.

<sup>28</sup> <http://squaredeye.com/>

<sup>29</sup> <http://silverbackapp.com/>