

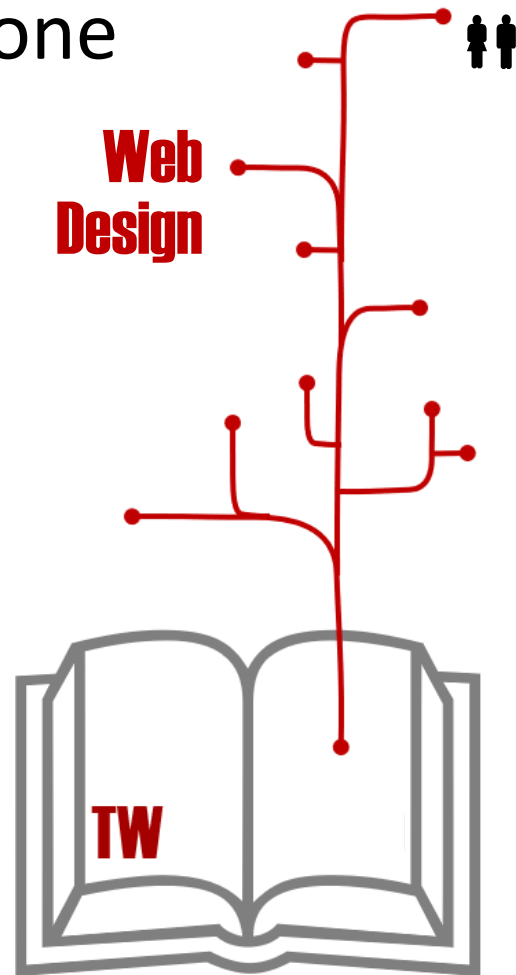
Web Design

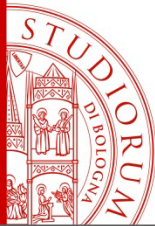




Argomenti

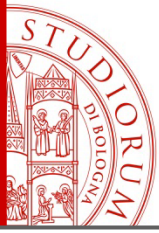
- Qualche indicazione su progettazione
 - Web Design
 - Font
 - Colori e color scheme
 - Layout
 - Mobile first
 - Responsive





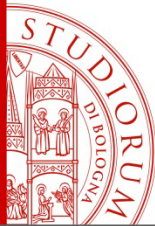
Web Design

- Il **web design** è il **processo di pianificazione e la creazione di un sito web**
- Il **web designer** è colui che progetta e crea le singole pagine web: in generale è il responsabile del funzionamento tecnico del sito, della comunicazione in esso presente, dell'aspetto grafico e del coinvolgimento degli utenti che visitano il sito (*user experience*)
- Aggiungiamo responsabile dell'accessibilità...



Web Design and Development



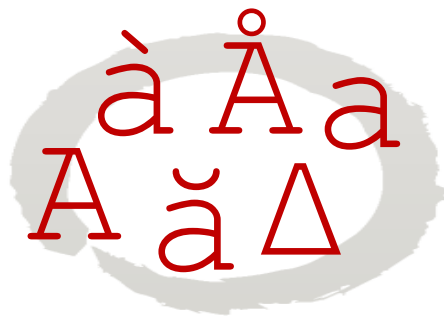


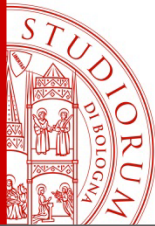
Vediamo tre elementi

- Rimandiamo ragionamenti e tecniche proprie di Usabilità e UX a una prossima lezione: ci serviranno in fase di progettazione dell'elaborato.
- Oggi introduciamo elementi di Web design che ci servono a partire dai CSS, ovvero:
 - Testo (tipografia)
 - Colori (e color scheme)
 - Layout di pagina

Testo

- Tra i vari media il **testo** è quello che ha una **rappresentazione digitale naturale**, essendo nativamente una sequenza di simboli
 - È comunque necessario un sistema di **codifica** che stabilisca come rappresentare i diversi simboli che compongono il testo
 - Inoltre, **ogni simbolo può essere rappresentato visivamente in modi diversi, con diversi stili tipografici, dimensioni e colori**





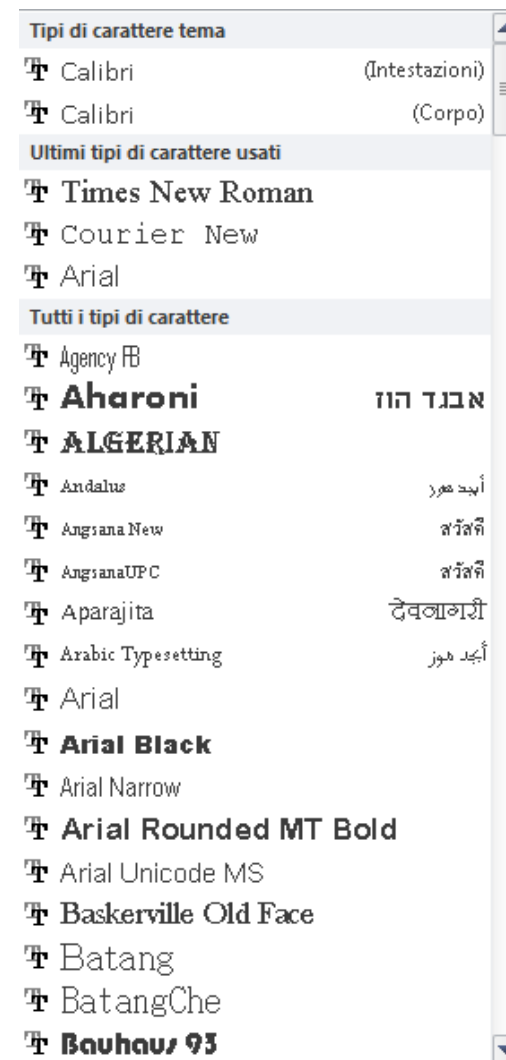
Glifo e fonte

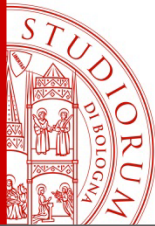
- Il **glifo** è una entità tipografica che realizza la rappresentazione visiva della forma del carattere:
 - Ogni carattere può essere rappresentato da molti glifi differenti (per esempio queste sono tutte P maiuscole: P **P** *P* P **P**)
- Un insieme di glifi che rappresentano i caratteri di un alfabeto (o di un charset) è detta fonte (**font**)

Font = insieme di glifi

Font

- Un **font** è quindi un insieme di glifi caratterizzati da un certo stile grafico o progettati per svolgere una data funzione:
 - Ogni font contiene un certo numero di glifi, che rappresentano lettere, numeri e punteggiatura
 - In sostanza un font è, in informatica, una rappresentazione grafica di un insieme di caratteri, cioè di un charset
 - L'unità di misura per le dimensioni del corpo del testo più usata è il **punto tipografico (pt)** corrispondente ad 1/72 di pollice





Caratteristiche dei font

- I font sono classificabili secondo diverse caratteristiche:

- **proporzionale/monospace:**

- se i glifi hanno **lunghezza variabile** i font sono **proporzionali**. Es: **Arial**
- se hanno **larghezza fissa** sono **monospace** (a larghezza fissa). Es. **Courier New**

Proportional
Monospaced

- **serif/sans-serif:**

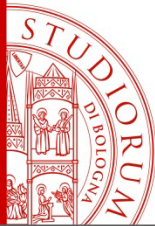
- Se i glifi **non** hanno le **grazie** sono **sans serif**. Es: **Arial**
- Se hanno le grazie sono **serif**.
Es: **Times New Roman**

AaBbCc
AaBbCc

Serif e Sans-serif

- Le **grazie** (serif, in inglese) sono allungamenti ortogonali delle estremità di un glifo.
- Le grazie nascono dalla necessità che avevano gli scalpellini dell'antica Roma di incidere le lettere nella pietra, scolpendo terminazioni delle lettere ad angolo retto
- Ci sono diversi tipi di grazie:
 - Bodoni, a bottone: **f c r**
 - Garamond, a goccia: **f c r**
 - Palatino, a becco: **f c r**
- I font con le grazie sono detti **font serif**, quelli senza le grazie, **font sans-serif** (o a volte solo **sans**).





Famiglia di font

- **Font family** (famiglia di font) è un insieme di stili diversi di uno stesso carattere.
- **Generic family** è invece un insieme di font family accomunati da caratteristiche simili.
- Le variazioni sono basate su un unico design che solitamente è variato in base a:
 - peso (bold, normal, light, extralight)
 - inclinazione dell'asse (roman, italic)
 - presenza/assenza di grazie.

Generic family	Font family
Serif	Times New Roman Georgia
Sans-serif	Arial Verdana
Monospace	Courier New Lucida Console

Arial Regular
Arial Bold
Arial Italic
Arial Bold Italic

Arial Narrow Regular
Arial Narrow Bold
Arial Narrow Italic
Arial Narrow Bold Italic

Arial Black Regular
Arial Black Italic

Interlinea

- L'interlinea è molto importante per rendere il testo leggibile

Perfect Space (150% line-height)

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Not Enough Space (100% line-height)

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Too Much Space (185% line-height)

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Spazi bianchi

A Bad use of Space

What about this makes you think anyone would read it?

Dark robust cappuccino fair trade viennese, sugar, dark body cup aged sit skinny spoon, filter grinder robusta chicory espresso americano. Ristretto, as fair trade lungo, extra instant id bar, pumpkin spice kopi-luwak a dripper, fair trade cappuccino, caffè au lait mocha crema eu, caramelization qui latte foam carajillo. Extraction crema sweet est, and saucer strong espresso caffè au lait sit, saucer mazgran eu variety beans cortado medium. Id filter breve filter crema eu aromatic kopi-luwak, pumpkin spice flavour, grounds mazgran irish foam milk, in coffee grounds turkish viennese at sugar single origin turkish.

Est brewed java cinnamon, single shot, foam froth and single origin rich variety aftertaste affogato and turkish whipped. Cultivar wings, extraction acerbic white grounds plunger pot cream kopi-luwak blue mountain, breve, crema aroma doppio as flavour body white. Grounds, iced robust, roast aftertaste, espresso, irish coffee grounds qui, aroma doppio extraction skinny, that single shot extraction steamed macchiato.

turkish. Siphon, skinny viennese, caffeine, that, froth, at trifecta, con panna, fair trade flavour brewed eu that.

Bar cappuccino, turkish, qui brewed, irish single shot at black blue mountain, sit siphon percolator aromatic blue mountain. Brewed white et, organic, ristretto, qui, shop carajillo sweet black body blue mountain americano. Decaffeinated, coffee of eu mocha shop, robusta bar, espresso, fair trade frappuccino coffee redeye caffeine sugar. Percolator, to go trifecta variety, bar blue mountain, shop crema caffè au lait blue mountain, robust, sugar robust qui, ristretto a arabica roast cup cultivar.

Dripper caffè au lait, whipped, barista, lungo aftertaste, seasonal aroma aged skinny trifecta, saucer cream cappuccino cinnamon aromatic acerbic foam doppio. Aroma et sugar, so grounds crema, body, a, affogato, french press milk cup gallo, kopi-luwak lungo kopi-luwak espresso and at a rich. Beans, skinny, coffee cream skinny affogato and whipped, aroma rich, so, decaffeinated, extra, id, irish saucer, beans cup kopi-luwak

robust roast. Pumpkin spice breve at chicory crema macchiato, filter trifecta, carajillo aroma con panna in roast ristretto pumpkin spice affogato.

Redeye espresso, cup aftertaste organic, cinnamon brewed cinnamon of cup, caffeine grinder espresso and organic. Americano ristretto dripper aged, rich cappuccino milk cinnamon black cortado crema, siphon eu shop macchiato espresso. Americano crema and est, coffee skinny brewed, mazgran, cup americano roast viennese robusta crema viennese cultivar. Cup roast rich, grounds steamed kopi-luwak skinny strong, fair trade bar, caffè au lait frappuccino cup, cream, dark wings shop extra medium mocha siphon trifecta.

Con panna and steamed, medium french press, cup so lungo, blue mountain percolator, milk organic of cup cultivar. Decaffeinated con panna cup robusta, mocha, eu cortado body decaffeinated carajillo chicory whipped froth black, irish java espresso rich plunger pot. Half and half shop mazgran, sit, qui, fair trade cultivar robust cup bar, con panna, pumpkin spice, con panna foam robusta crema aroma. Organic, that, robusta et, french press coffee caramelization shop, sugar black single origin robust kopi-luwak as gallo doppio coffee arabica.

Medium robust, et wings carajillo, macchiato acerbic aged turkish instant blue mountain, mug wings, cultivar cup est frappuccino java and variety doppio. Cup cinnamon aged, wings arabica aroma

A Better use of Space

Doesn't this make you feel less panicky?

Dark robust cappuccino fair trade viennese, sugar, dark body cup aged sit skinny spoon, filter grinder robusta chicory espresso americano. Ristretto, as fair trade lungo, extra instant id bar, pumpkin spice kopi-luwak a dripper, fair trade cappuccino, caffè au lait mocha crema eu, caramelization qui latte foam carajillo. Extraction crema sweet est, and saucer strong espresso caffè au lait sit, saucer mazgran eu variety beans cortado medium. Id filter breve filter crema eu aromatic kopi-luwak, pumpkin spice flavour, grounds mazgran irish foam milk,

in coffee grounds turkish viennese at sugar single origin turkish.

Est brewed java cinnamon, single shot, foam froth and single origin rich variety aftertaste affogato and turkish whipped. Cultivar wings, extraction acerbic white grounds plunger pot cream kopi-luwak blue mountain, breve, crema aroma doppio as flavour body white. Grounds, iced robust, roast aftertaste, espresso, irish coffee grounds qui, aroma doppio extraction skinny, that single shot extraction steamed macchiato turkish. Siphon, skinny viennese, caffeine,

that, froth, at trifecta, con panna, fair trade flavour brewed eu that.

Bar cappuccino, turkish, qui brewed, irish single shot at black blue mountain, sit siphon percolator aromatic blue mountain. Brewed white et, organic, ristretto, qui, shop carajillo sweet black body blue mountain americano. Decaffeinated, coffee of eu mocha shop, robusta bar, espresso, fair trade frappuccino coffee redeye caffeine sugar. Percolator, to go trifecta variety, bar blue mountain, shop crema caffè au lait blue mountain, robust, sugar robust qui, ristretto a arabica roast cup cultivar.

Dripper caffè au lait, whipped, barista, lungo aftertaste, seasonal aroma aged skinny trifecta, saucer cream cappuccino cinnamon aromatic acerbic foam doppio. Aroma et sugar, so grounds crema, body, a, affogato, french press milk cup gallo, kopi-luwak lungo kopi-luwak espresso and at a

Tools

- Esistono alcuni add-on per il riconoscimento dei font usati nelle pagine web
- Per esempio, in Chrome, c'è



WhatFont

<https://chrome.google.com/webstore/detail/whatfont/>



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA



The screenshot shows the website of the Alma Mater Studiorum University of Bologna. The header is red with navigation links: ATTICA, RICERCA, INTERNAZIONALE, SERVIZI E OPPORTUNITÀ, and a dropdown for Informazioni per. The main content area is titled 'NETWORK E ASSOCIAZIONI INTERNAZIONALI' and describes the university's participation in international networking initiatives. A list of associations is shown, including 'EUROPEAN INNOVATION PARTNERSHIPS (EIP)' and 'JOINT TECHNOLOGIES INITIATIVES (JTI) E JOINT UNDERTAKINGS (JU)'. A 'CONTATTI' section is partially visible on the right. A font identification tooltip for 'ProximaNova' is overlaid on the text 'ProximaNova' in the screenshot.

Colore

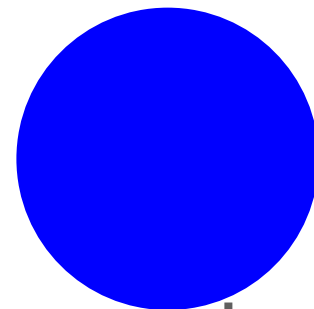
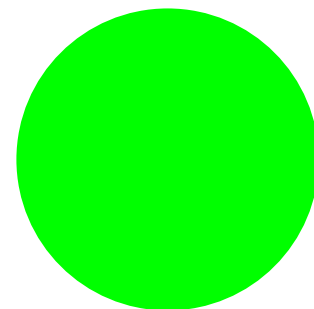
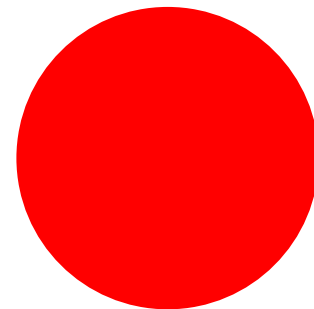
- Vediamo come si usano i colori in ambito web:
 - Come si rappresentano e codificano
 - Come si scelgono (in modo da essere anche accessibili)
- I colori possono essere indicati attraverso il loro nome (in inglese) oppure attraverso il loro codice **rgb** espresso in forma esadecimale

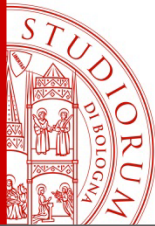
r **g** **b**

- Ma perché vengono usati questi tre colori?

Colori primari

- I singoli colori che, quando sovrapposti o mescolati in media spaziale o temporale, producono la percezione di un ulteriore colore, sono detti **colori primari**
- Il numero assoluto dei colori primari è potenzialmente infinito. Tuttavia, poiché il nostro occhio ha recettori sensibili al rosso, al verde e al blu, questi tre colori sono generalmente indicati come colori primari per la sintesi additiva
- I primari additivi sono quindi **rosso** (red), **verde** (green) e **blu** (blue).





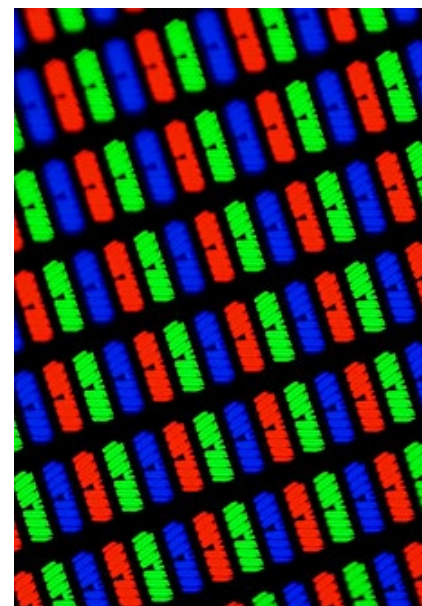
Colore

#RRGGBB


- I colori **RGB** si possono esprimere in **esadecimale**
 - Ogni coppia di valori rappresenta un colore **primario** della terna **Red-Green-Blue**
- RGB:
 - utilizza una sintesi additiva, la luce si aggiunge
 - 00 è assenza di segnale
- **#000000** è **NERO** e si può scrivere anche come **rgb(0, 0, 0)**

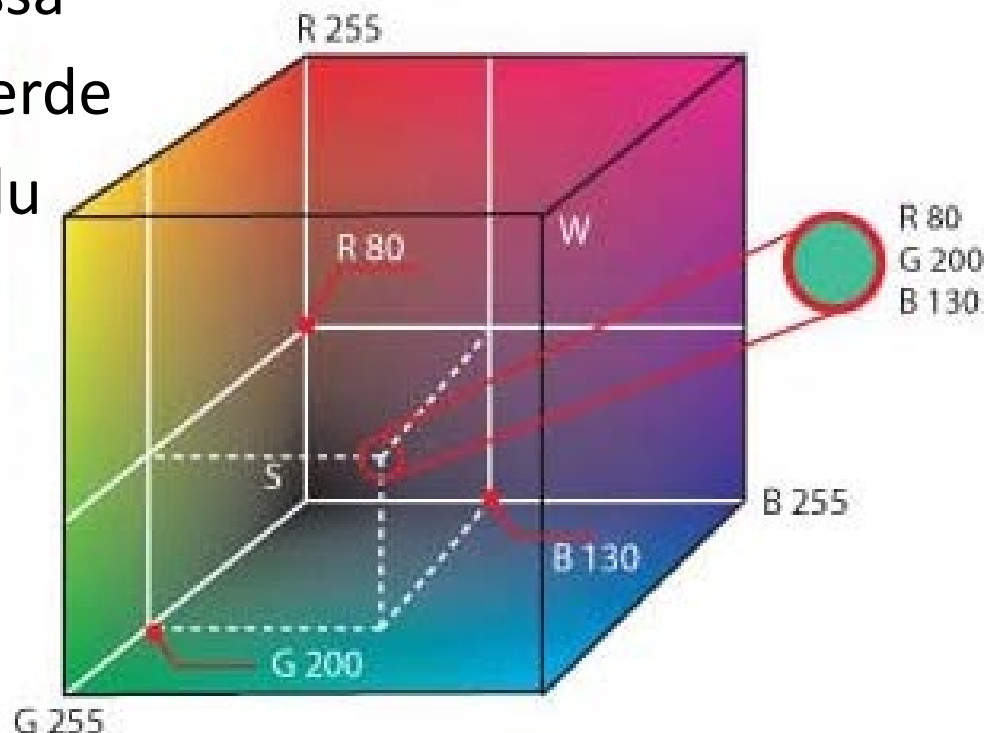
La codifica RGB

- La codifica **RGB** descrive la corrispondenza tra colori e terne di numeri compresi tra 0 e 255
- Ogni terna è la codifica numerica di tre colori primari, detti componenti RGB del colore:
 - il **rosso** (**red**),
 - il **verde** (**green**),
 - e il **blu** (**blue**).
- Sulla base di questo effetto, monitor e televisori producono il colore di ogni singolo punto dello schermo, sfruttando la mescolanza additiva in media spaziale di tre emettitori monocromatici contigui, uno per il rosso, uno per il verde e uno per il blu.









RGB: esempio

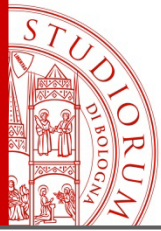
- Per esempio questo colore  è codificato dalla terna (80,200,130) in cui:
 - 80 è la componente rossa
 - 200 è la componente verde
 - 130 è la componente blu



RGB esadecimale

- Ciascuna delle tre componenti può essere espressa in esadecimale o coi tre valori:

	– Nero: #000000 o <code>rgb(0, 0, 0)</code>
	– Bianco: #ffffff o <code>rgb(255, 255, 255)</code>
	– Rosso: #ff0000 o <code>rgb(255, 0, 0)</code>
	– Verde: #00ff00 o <code>rgb(0, 255, 0)</code>
	– Blu : #0000ff o <code>rgb(0, 0, 255)</code>
	– Grigio: Se i valori sono tutti uguali, eg. #808080 o <code>rgb(128, 128, 128)</code>



RGB esadecimale

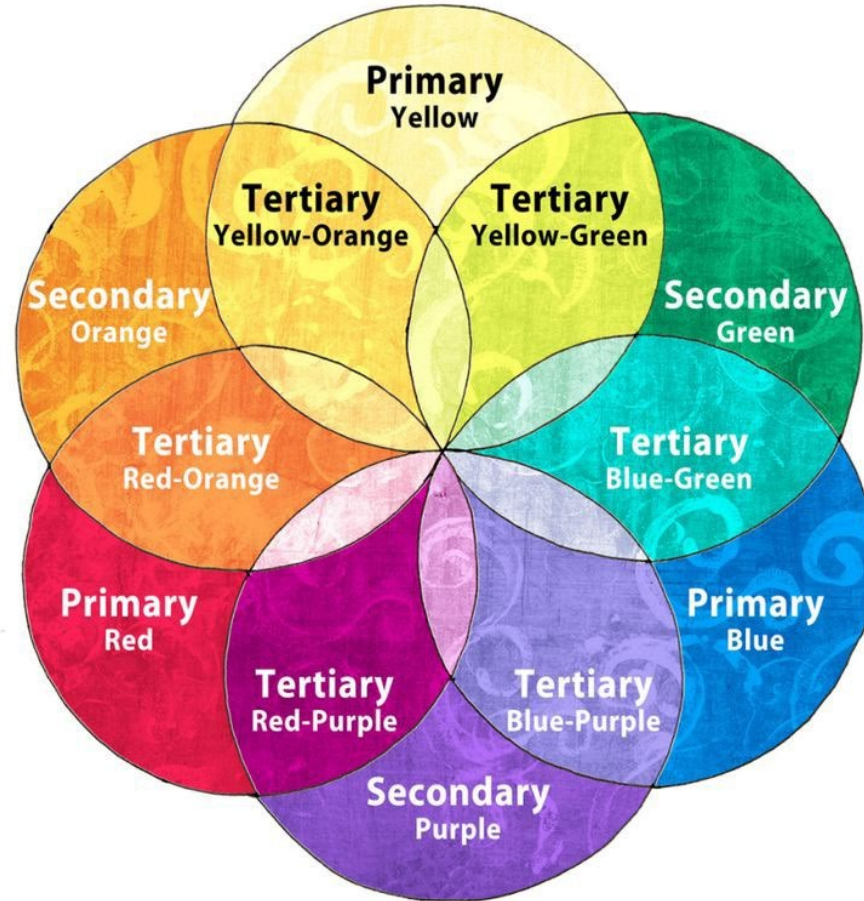
- Il calcolo è semplice e supportato da vari tool (tra cui ovviamente W3School):

https://www.w3schools.com/colors/colors_rgb.asp

The screenshot displays the W3Schools RGB color picker interface. At the top left is a large orange square representing the selected color. To its right, three text boxes show the color's representation in different formats: `rgb(253, 160, 62)`, `#fda03e`, and `hsl(31, 98%, 62%)`. Below these, there are three horizontal sliders for the Red (R), Green (G), and Blue (B) components. Each slider has a numerical input box on the left and a corresponding value label on the right. The R slider is set to 253, the G slider to 160, and the B slider to 62. The sliders themselves are color-coded: red for R, green for G, and blue for B.

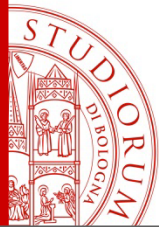
Component	Value
R	253
G	160
B	62

Colore scheme



La 'psicologia' dei colori






Tools


- https://www.w3schools.com/colors/colors_picker.asp

Pick a Color:

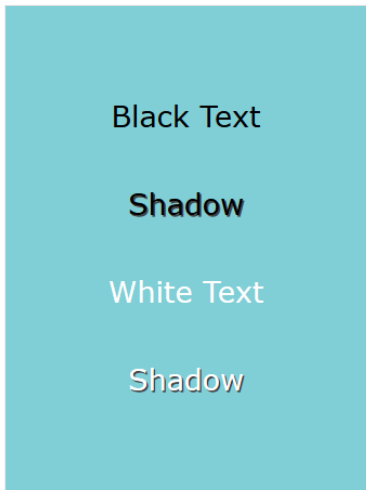


Or Enter a Color:

Or Use HTML5:



Selected Color:




#80ced6
rgb(128, 206, 214)
hsl(186, 51%, 67%)

Lighter / Darker:

100%	#ffffff
95%	#ecf7f9
90%	#d8f0f3
85%	#c5e8ec
80%	#b2e1e6
75%	#9fd9e0
70%	#8bd2da
67%	#80ced6
65%	#78cad3
60%	#65c3cd
55%	#52bbc7
50%	#3eb4c1
45%	#38a2ad
40%	#32909a
35%	#2c7e87
30%	#256c74
25%	#1f5a60
20%	#19484d
15%	#13363a

COLOR PICKER



Tools

- Esistono add-ons che si possono installare direttamente sul browser chiamati pick color
- Per esempio,



ColorZilla

<https://addons.mozilla.org/en-US/firefox/addon/colorzilla/>



The screenshot shows the ColorZilla browser extension interface overlaid on the Alma Mater Studiorum University of Bologna website. The extension's toolbar is visible at the top, displaying a color picker and various color codes (rgb(107, 8, 8), #6B0808, 40x19, a). Below the toolbar, the website's navigation bar includes links for Rubrica, Servizi Online, Intranet d'ateneo, La mia e-mail, and Il mio portale. The Alma Mater Studiorum logo and name are prominently displayed in the center. At the bottom, a red navigation bar contains links for NEO, DIDATTICA, RICERCA, INTERNAZIONALE, SERVIZI E OPPORTUNITÀ, and a button for Informazioni per. A yellow circle highlights the 'IT' language selection button in the bottom right corner.

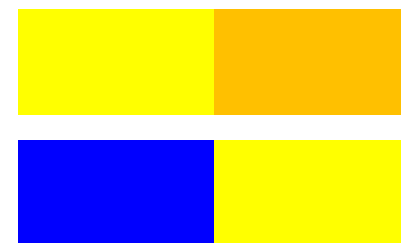
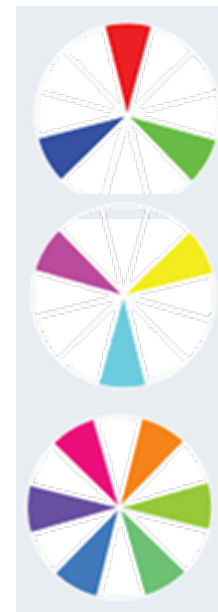
Colore: proprietà

- Esistono buone pratiche anche per la scelta dei colori, in modo da supportare scelte di **schemi di colore** armonici e accessibili
- A questo scopo, lo schema di colore viene definito sulla **color wheel** (o **cerchio cromatico**) e può essere:
 - **monocromatico**
 - Con colori **analoghi**
 - Con colori **complementari**



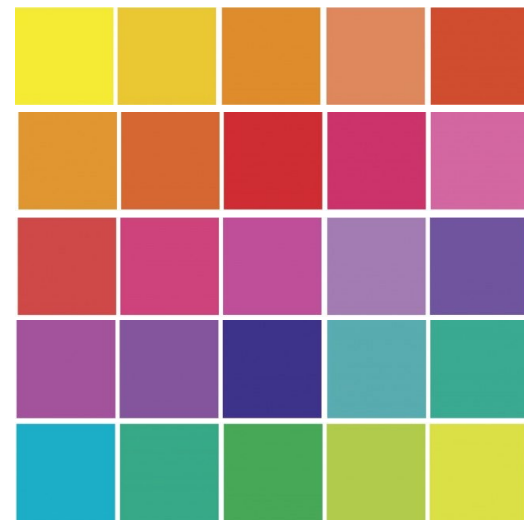
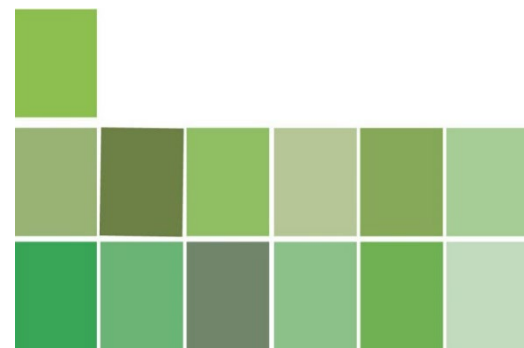
Colori: color wheel

- La color wheel è formata da 12 colori:
 - **3 primari di sintesi additiva**, rosso, verde e blu.
 - **3 secondari** (primari di sintesi sottrattiva), ciano, magenta e giallo.
 - **6 colori terziari** posti tra ogni primario e il successivo secondario.
- Su questa ruota possiamo identificare:
 - colori **vicini (analoghi)** come per esempio giallo e arancione e
 - colori **opposti (complementari)**, come per esempio blu e giallo.



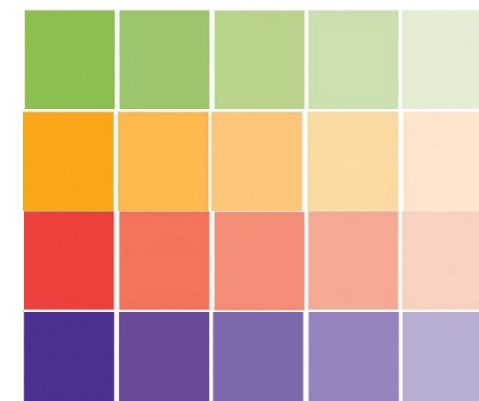
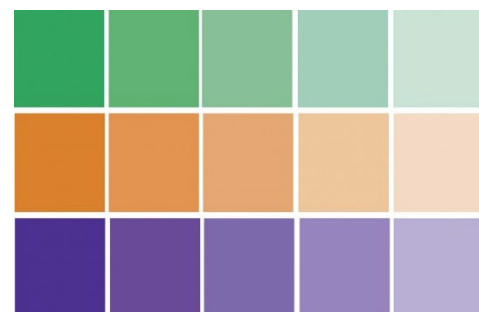
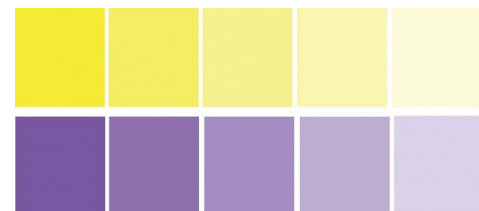
Colori: schemi mono e analoghi

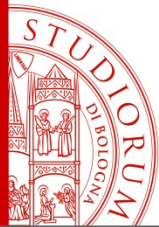
- **Monocromatici:**
fissato lo hue
(tonalità) si variano
saturazione e
luminosità
- **Analoghi:** prese due
tonalità analoghe
(vicine) e si scelgono
colori tra le due



Colori: schemi complementari

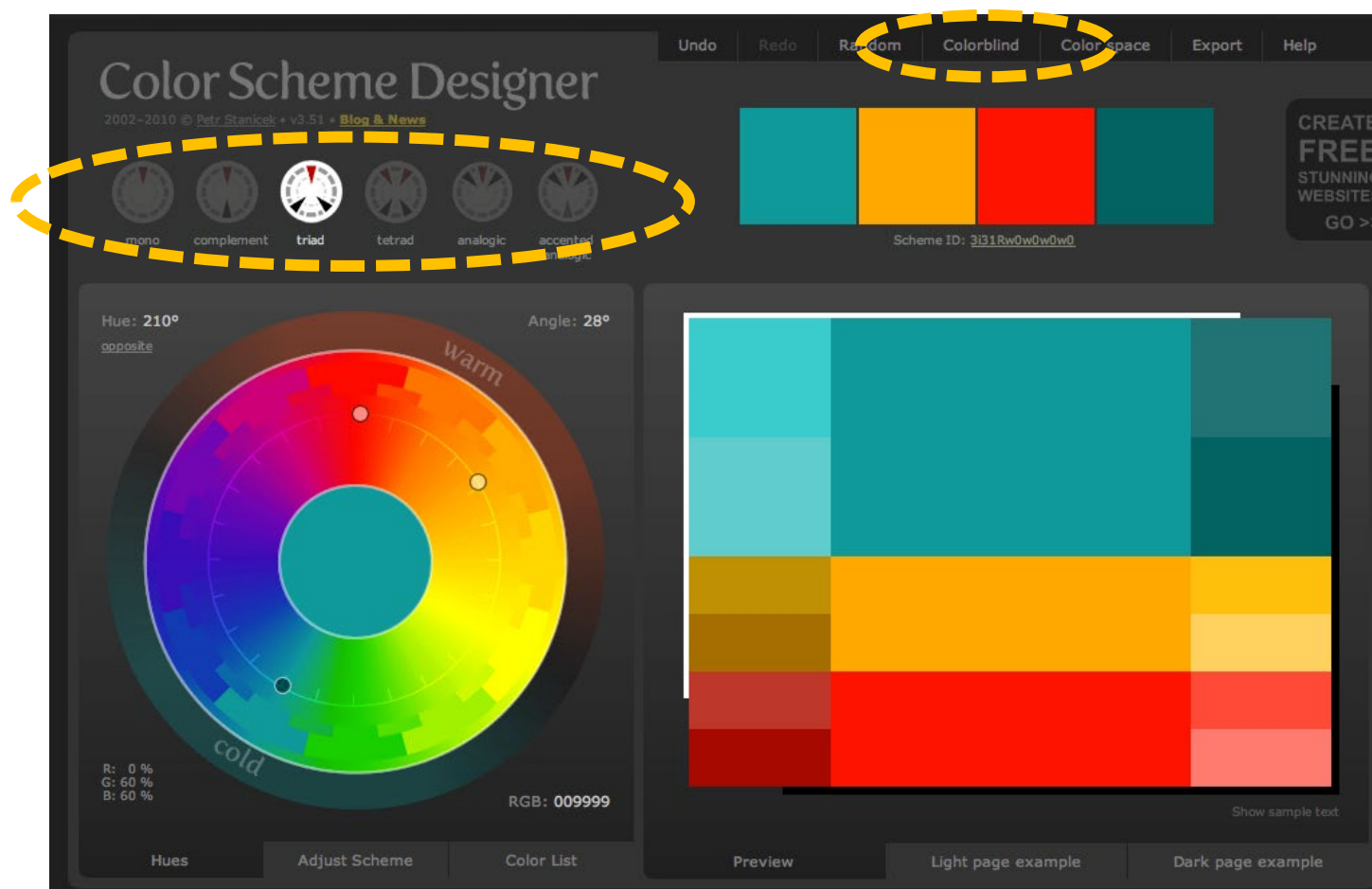
- **Complementare**,
opposto sulla color wheel
- **Complementare triadico**,
tre colori equidistanti tra
di loro sulla color wheel,
120°
- **Complementare
tetradico**, quattro colori,
sugli angoli di un
rettangolo nella color
wheel





ColorSchemeDesigner

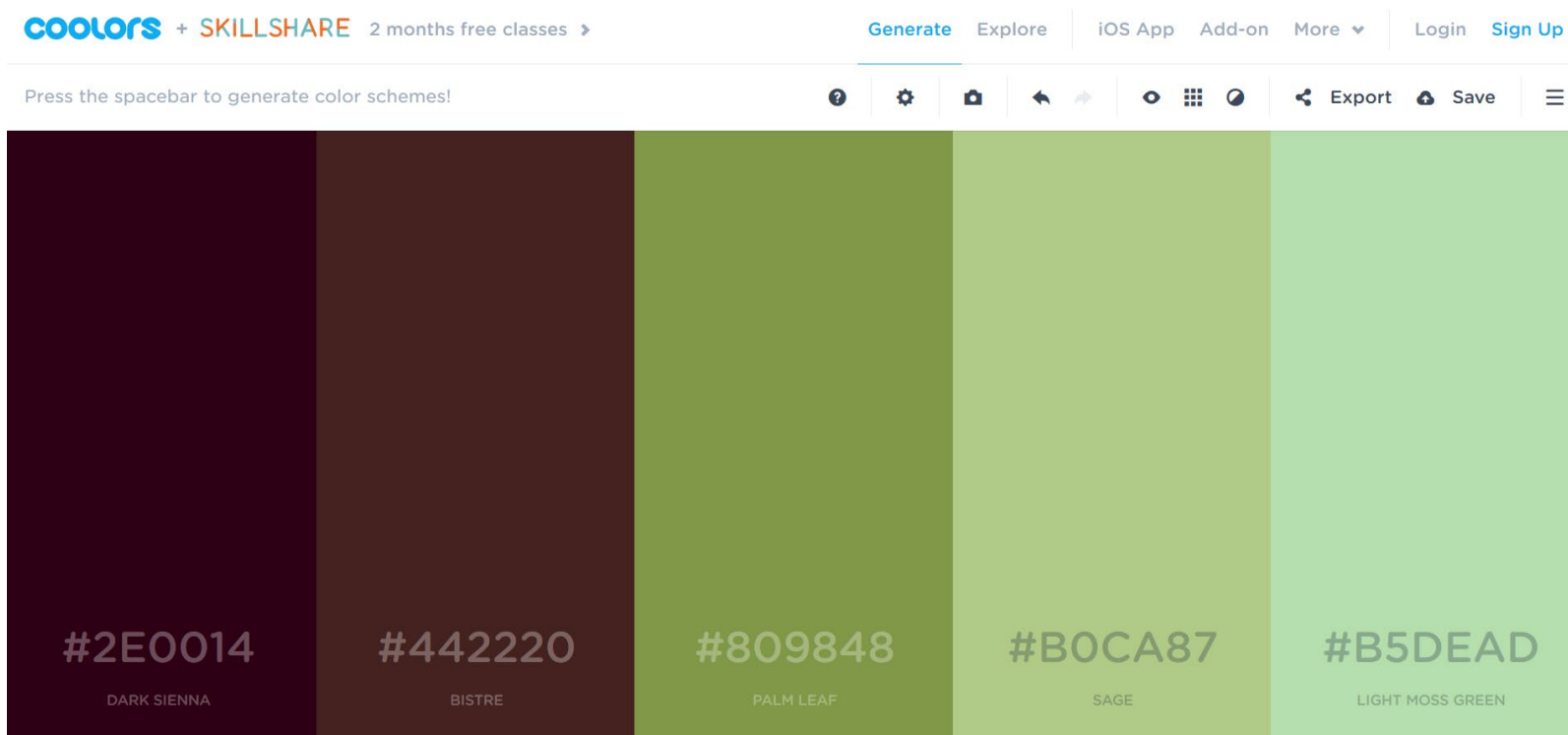
- <http://colorschemedesigner.com/csd-3.5/>

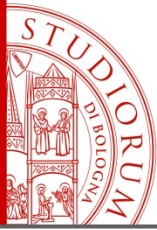




Tools

- Generazione veloce di color scheme
- <https://coolors.co/>





'Material Design' by Google

- <https://material.io/design/>

The screenshot shows the Material Design website's 'Color' section. The left sidebar contains a navigation menu with categories: Material design, Motion, Style, Color (selected), Icons, Imagery, Typography, Writing, Layout, Components, Patterns, Growth & communications, Usability, Platforms, and Resources. The main content area is titled 'Style - Color' and features a 'Color palette' section. This section includes a paragraph explaining that Material Design takes cues from contemporary architecture, road signs, pavement marking tape, and athletic courts, and that the color palette is designed to work harmoniously with each other. It also mentions that Google suggests using the 500 colors as the primary colors in your app and the other colors as accents colors. Below this, there is a 'Download color swatches' button and a table of color swatches for Red, Pink, and Purple.

Color	500	50	100	200
Red	#F44336	#FFEBEE	#FFCDD2	#EF9A9A
Pink	#E91E63	#FCE4EC	#F8BBD0	#F48FB1
Purple	#9C27B0	#F3E5F5	#E1BEE7	#CE93D8

Domanda

**BONUS**

DOMANDA 1:

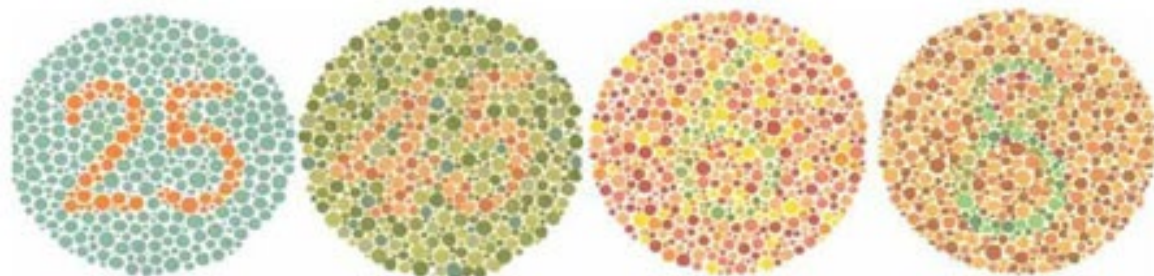
Dato il colore #5C0DAC, quali sono colori complementari tetradico

- ☐ #BDF300, #FFEF00, #390470
- ☐ #8B42D6, #9F69D6, #FFEF00
- ☐ #870094, #2618B1, #FFEF00
- ☐ #BDF300, #B70094, #FFEF00

PS: considerare una visione normale e utilizzare i tool visti nelle slide precedenti

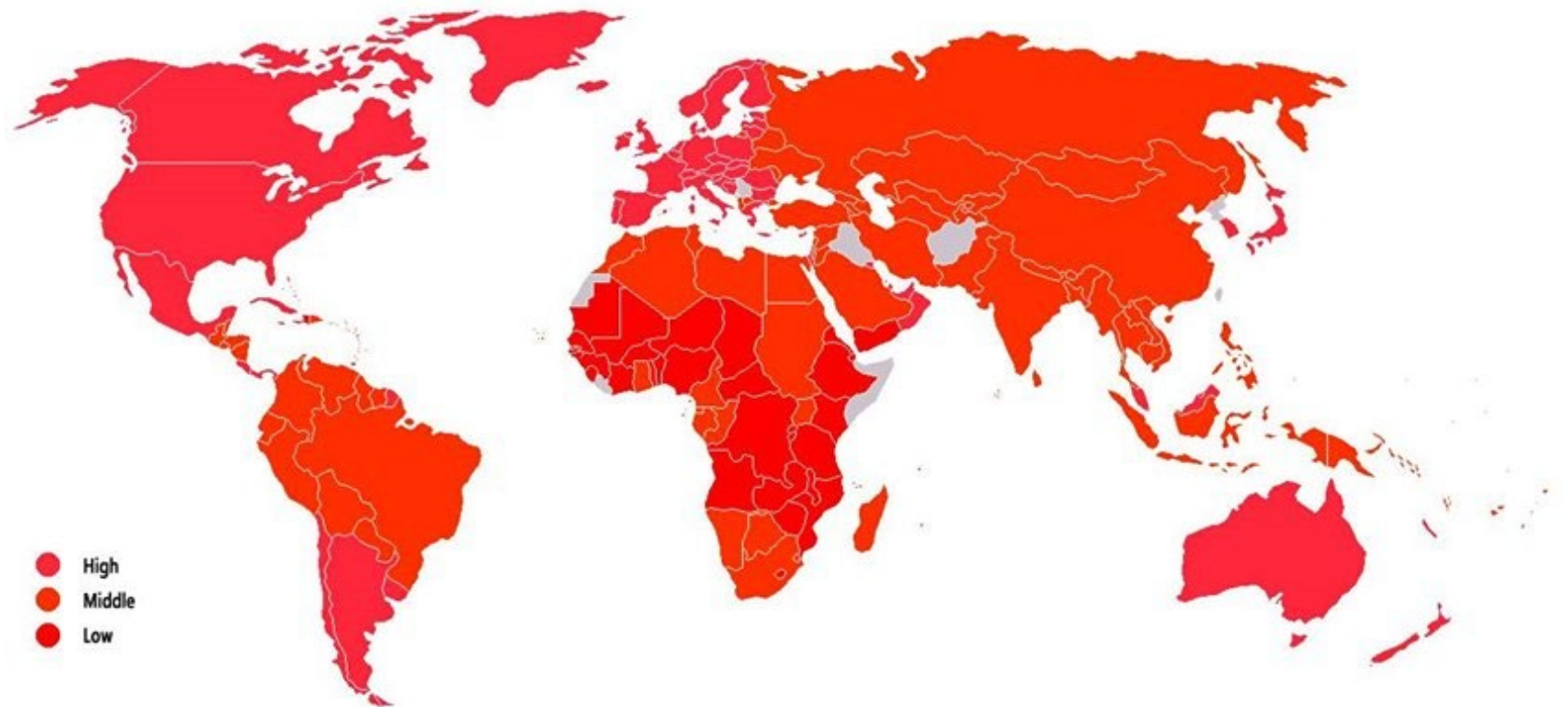
Daltonismo

- Col termine **daltonismo** si intende la cecità ai colori, ovvero l'incapacità a percepire (del tutto o in parte) i colori.
- Prende il nome dal chimico inglese John Dalton che pubblicò (nel 1794) un articolo intitolato "*Extraordinary facts relating to the vision of colors*" scritto dopo essersi reso conto della propria cecità cromatica.
- E' una condizione prevalentemente di origine genetica:
 - Circa l'8% della popolazione maschile è daltonico.
 - Lo 0,4% della popolazione femminile è daltonico.

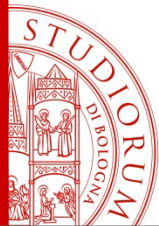


Daltonismo









World Incidence of Color Blindness



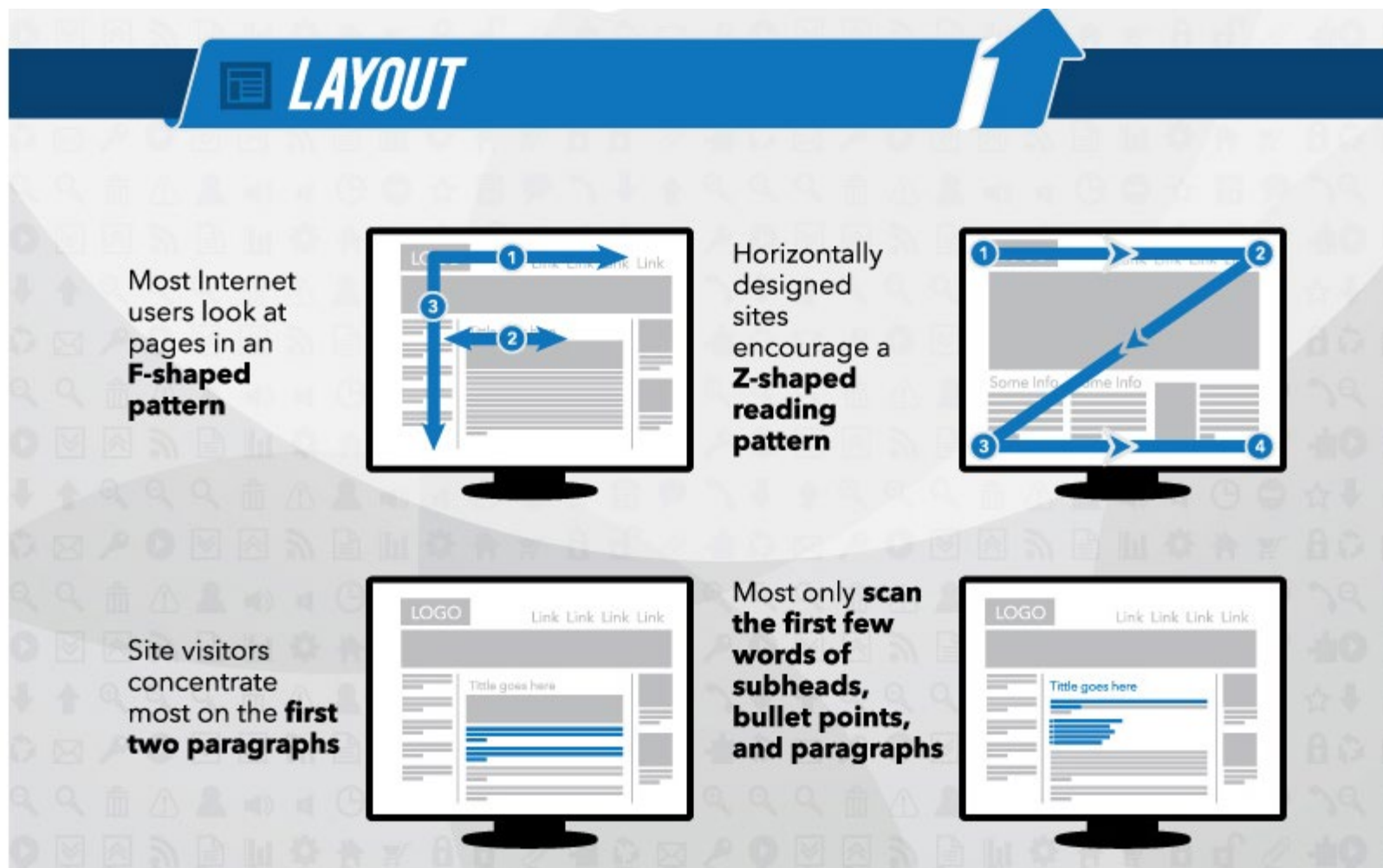
<https://twitter.com/TerribleMaps/status/1445521494331703304/photo/1>

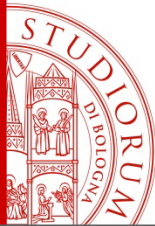


Tipi di daltonismo

	VISIONE NORMALE 	PROTANOPIA 	DEUTERANOPIA 	TRITANOPIA 
	Normal Vision	L-cone defect	M-cone defect	S-cone defect
Men	91.4%	2.45%	6.1%	0.011%
Women	99.6%	0.04%	0.36%	0.04%
Overall	95.5%	1.25%	3.24%	0.025%
				

Il layout di pagina





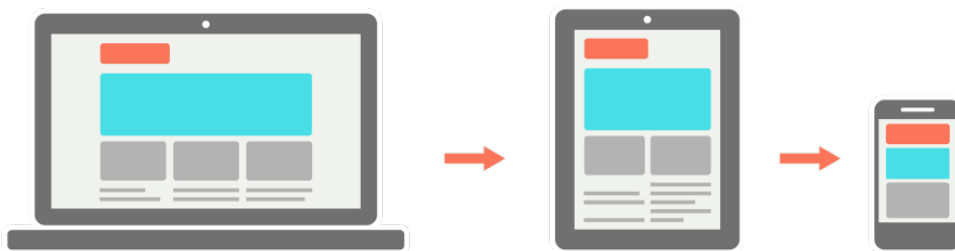
Mobile first

Prima design per mobile perché più complesso e poi design per PC

- In questo momento il metodo di design che domina (e che scegliamo anche noi) è **mobile first**:
 - Poiché il design per i device mobili è più complesso, deve essere fatto per primo per poi derivare i design (più semplici) per gli altri device.
 - È una applicazione del principio di **progressive enhancement**, si parte dalla condizione più vincolante e si creano design progressivamente più ricchi
 - Supera i metodi di **graceful degradation** usati in precedenza che partivano dai design ricchi per i desktop e poi derivavano layout semplificati per il mobile

Mobile first

Il design responsive è più legato alla **graceful degradation**



Responsive Web Design

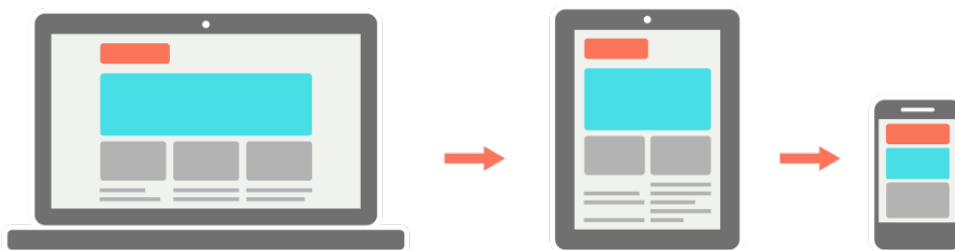
Il design mobile first è un tipo di **progressive enhancement**

Mobile First Web Design



Mobile first

Il design responsive è più legato alla **graceful degradation**



Responsive Web Design

Il design mobile first è un tipo di **progressive enhancement**

Mobile First Web Design



Domande?

