

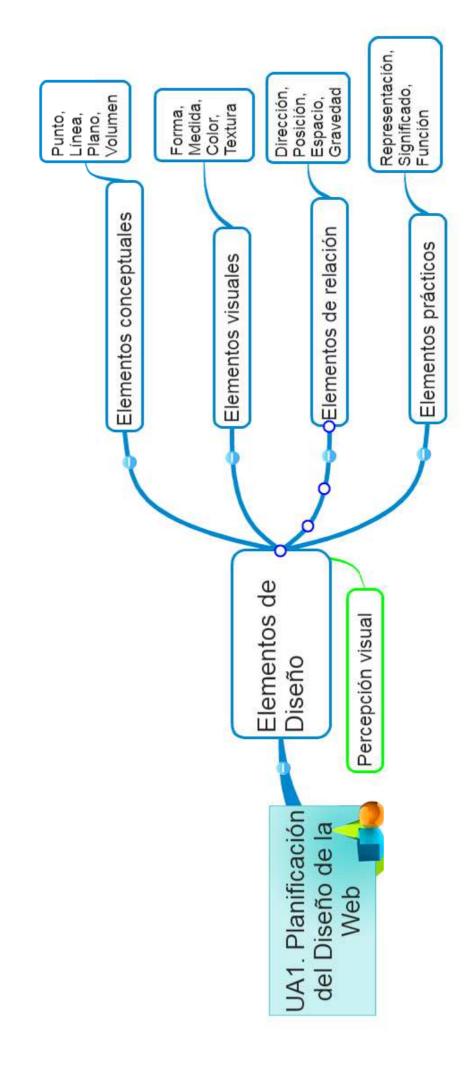


INDICE. LA **PLANIFICACION** DE LA PÁGINA WEB (parte I)

- Elementos de diseño
- La interfaz Web:
 - ✓ ¿Interación?
 - Objetivos
 - Características mínimas/básicas
 - Componentes
 - Maquetación

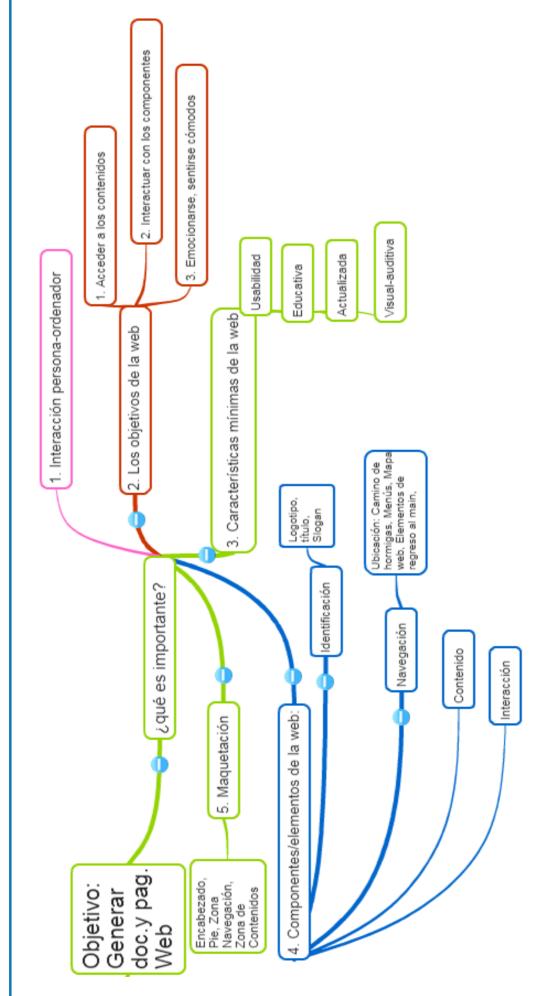






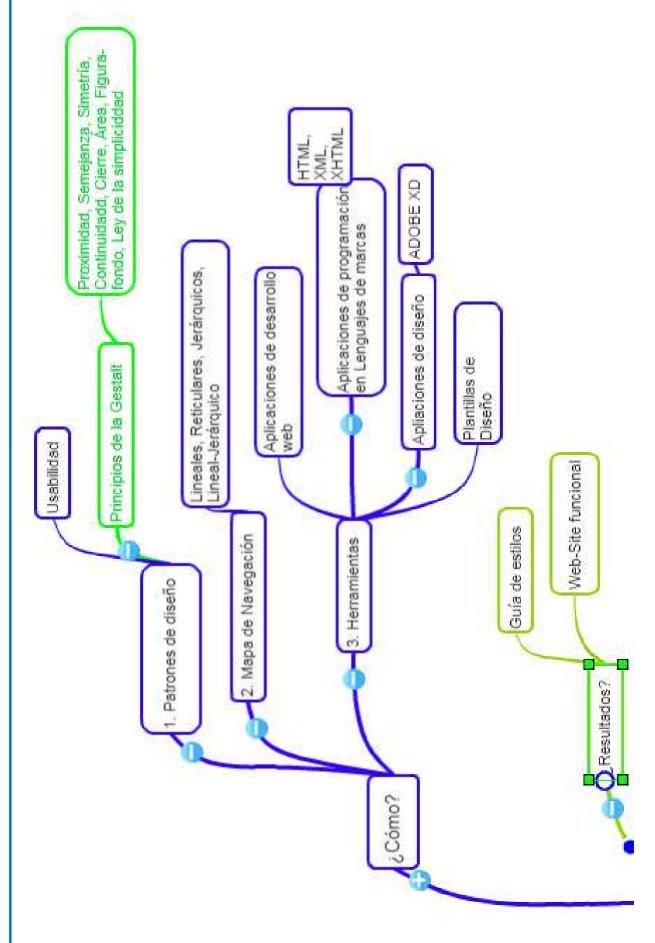










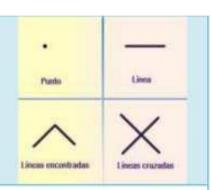






Elementos conceptuales

PUNTO. Es el resultado del primer encuentro de la punta de un lápiz, la pluma o pincel, con el papel, la tela u otro material. El punto (Limite mínimo de la extensión, que se considera sin longitud, anchura ni profundidad. Señal de dimensiones pequeñas, ordinariamente circular, que, por contraste de color o de relieve, es perceptible en una superficie) es concebido en la imaginación pequeño y redondo. Un punto indica posición. No tiene largo ni ancho ni ocupa una zona del espacio. Es el principio y el fin de una línea y, es donde dos líneas se encuentran o se cruzan.



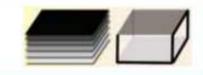
LÍNEA. La línea no es visible por sí sola en la naturaleza. Es el resultado del movimiento de un punto que se desplaza por una superficie. La línea tiene largo pero no ancho, tiene posición y dirección. Está limitada por dos puntos siendo la distancia más pequeña entre ambos. La línea delimita espacios dando lugar a las formas, representa el perfil o el contorno (conjunto de las líneas que limitan una figura o composición) de las cosas. La percepción de la línea en la naturaleza es similar a la línea geométrica cuando la relacionamos con el borde real de una superficie (Limite o término de un cuerpo, que lo separa y distingue de lo que no es él). También forma los bordes de un plano.



PLANO. Es el resultado del movimiento de una línea que se desplaza en una dirección distinta a la suya. Un plano tiene largo y ancho pero no grosor, tiene posición y dirección. Es la porción de superficie limitada por una línea cerrada. Define los límites extremos de un volumen (Espacio ocupado por un cuerpo).



VOLUMEN. Es el resultado del movimiento de un plano que se desplaza en una dirección distinta a la suya. Tiene una posición en el espacio y está limitado por planos. En un diseño bidimensional, el volumen es ilusorio (Engañoso, Irreal, ficticio).







Elementos visuales

FORMA. Identificamos lo que percibimos porque lo que vemos posee una forma (configuración externa de algo). Una forma se define como un área que se destaca del espacio que la rodea debido a un límite definido explícita o implícitamente.



MEDIDA. Todas las formas tienen un volumen o una dimensión. El tamaño de las formas se puede establecer de forma relativa, por comparación de unas con otras, pudiendo decir así que una forma es más grande o más pequeña que otra pero, en cualquier caso, es físicamente medible.



COLOR. Todo lo que existe en la naturaleza tiene color. Las cosas que vemos no sólo se diferencian entre sí por su forma y tamaño, sino también por su colorido. El color y, el contraste de color en particular, se utiliza también para llamar la atención sobre una parte determinada de la imagen.



TEXTURA. Es la característica visual o táctil de todas las superficies. El material con el que se hacen los objetos aporta a su superficie una textura determinada con unas determinadas características de rugosidad, suavidad, aspereza, homogeneidad, etcétera.





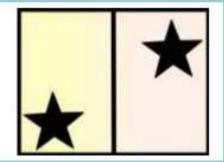


Elementos de relación

DIRECCIÓN. La dirección de una forma depende de su relación con el observador, con el marco que la contiene o con otras formas cercanas con las cuales se compara.



POSICIÓN. La posición de una forma es juzgada por su relación respecto al cuadro que la contiene o a la estructura global del diseño.



ESPACIO. Las formas por muy pequeñas que sean, ocupan un espacio. Así, el espacio (extensión que contiene toda la materia existente. Parte que ocupa cada objeto sensible) puede estar ocupado o vacío. Se puede utilizar la perspectiva (arte que enseña el modo de representar en una superficie los objetos, en la forma y disposición con que aparecen a la vista) para organizar y sugerir el espacio creando la ilusión de profundidad. Se pueden superponer objetos de modo que el observador percibe como más cercano el objeto que está delante de los demás. También podemos lograr la profundidad dentro del campo visual utilizando el contraste y la variación de tamaño en las formas.



GRAVEDAD. La sensación de gravedad no es visual, es psicológica. Tenemos tendencia a aplicar cualidades tales como pesadez o ligereza, estabilidad o inestabilidad, tanto a las formas individuales como a los grupos de formas.







Elementos prácticos

REPRESENTACIÓN. Una forma es representativa cuando se deriva de la naturaleza o del mundo hecho por el ser humano. La representación puede ser realista, estilizada (interpretar convencionalmente la forma de un objeto, haciendo más delicados y finos sus rasgos) o medio abstracta (que no pretende representar seres o cosas concretos y atiende solo a elementos de forma, color, estructura, proporción, etc). Una fotografía de un monumento es una representación realista del mismo. Un dibujo de los perfiles de dicho monumento es una representación estilizada del monumento y un dibujo naif (estilo pictórico caracterizado por la deliberada ingenuidad, tanto en la representación de la realidad como en los colores empleados) del monumento es una representación semiabstracta.



SIGNIFICADO. Es la imagen conceptual que se representa en nuestra mente cuando el diseño transporta un mensaje visual. Cada receptor del mensaje le dará una interpretación, un significado distinto, según sean sus conocimientos y experiencias previas.



FUNCIÓN. La función se hace presente cuando un diseño debe servir a un determinado propósito.

La imagen anterior cumple una función muy importante. Colocada en el lugar adecuado como por ejemplo, una sala de revelado de fotografías, o una sala de microfilmación cumple la función de mantener el ambiente oscuro para poder trabajar.





INTERFACES WEB. ¿Qué es interacción persona-ordenador?

La Interacción Persona-Ordenador es la disciplina relacionada con el diseño, evaluación e implementación de sistemas informáticos interactivos para ser usados por personas, y con el estudio de los fenómenos más importantes que están relacionados.

> ACM, Association for Computer Machinery SIGCHI, Special Interest Group on Computer Human Interaction





INTERFACES WEB. Objetivos de diseño

Para que un diseño Web sea efectivo debemos diseñar una interfaz que cubra todos nuestros objetivos. Este diseño debe lograr que los usuarios de nuestro sitio puedan acceder con facilidad a sus contenidos, puedan interactuar con eficacia con todos sus componentes y, se sientan cómodos haciéndolo.

- La paciencia de las personas no es ilimitada. Cuando una persona busca una información y, entra en una página después de haber realizado una búsqueda, no permanecerá mucho tiempo en ella si no encuentra rápidamente lo que busca.
- El gusto, considerado como una cuestión de preferencias personales en materia de estética, varía mucho de unas personas a otras, pero no debemos olvidar que, un diseño cuidadoso, una interfaz agradable y, un empleo coherente de los elementos gráficos, nunca nos hará perder visitantes.
- Los enlaces que no funcionan o que, sencillamente, no conducen a la información que prometían, provocan en el usuario una sensación de rechazo, con la consiguiente pérdida de confianza en nuestra página, pudiendo llegar, incluso, a la determinación de no visitarla de nuevo.





INTERFACES WEB. Objetivos de la web

Una web tiene múltiples funciones:

- ✓ Es un medio que puede servir para conseguir registros (leads) que son tratados posteriormente para convertirlos en clientes mediante estrategias de inbound marketing u otras acciones de marketing digital.
- ✓ Representa tu marca, es una ventana al mundo.
- ✓ Funciona como un medio de comunicación y contacto con los usuarios y clientes.
- ✓ Puede ser una **fuente de ingresos**, en caso que dispongas de una tienda online o cuentes con publicidad.
- ✓ Permite **ganar visibilidad** en internet e incrementar el conocimiento de tu marca





INTERFACES WEB. Logros de tu web, si está bien diseñada

- ✓ Llegarás a conseguir **más ventas**, registros o suscripciones, según el objetivo que te hayas marcado.
- ✓ Conseguirás más tráfico y visitas.
- ✓ Te **posicionarás mejor** en los motores de búsqueda (como Google) y la gente te encontrará más fácilmente.
- ✓ Conseguirás despertar el interés de tus visitantes y, por lo tanto, lograrás que se queden en tu web y naveguen por sus secciones.
- ✓ Podrás dirigirte a tu target e interactuar con ellos.





INTERFACES WEB. Características básicas

- Usable
- Visual
- Educativa
- Actualizada

Estos constituyen los objetivos básicos de las webs





USABLE

- Analizaremos la experiencia del usuario y la usabilidad en las páginas web
- Google cada vez da más relevancia a estos aspectos y lo tiene muy en cuenta para el posicionamiento orgánico y al valorar el nivel de calidad de una web.
- Herramienta: Google Analytics
 - Tasa de rebote
 - Tiempo de permanencia en la página
 - Flujo del comportamiento del usuario





- USABLE (2º parte)
- Herramienta de velocidad de carga: Pingdom Tools
- Velocidad de carga de la web
 - No es lo mismo que nuestra web se cargue en el navegador de un usuario en 2 segundos que en 10. Para medir adecuadamente la velocidad de nuestra web existen numerosas herramientas gratuitas que nos pueden ayudar en esta tarea

Dispositivos móviles

 Si en un ordenador el diseño y la usabilidad es importante, en dispositivos móviles es aún más importante ya que contamos con menos espacio para mostrar la información y el usuario suele tener menos paciencia para acceder al contenido

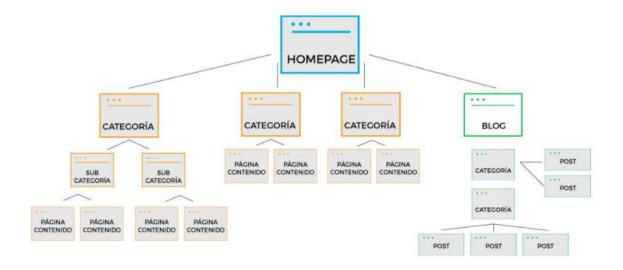




Visual

Estructura de las páginas web

En este tipo de estructura, en cambio estaremos trabajando la composición de la web pero a un nivel visual, vamos a pensar cómo queremos organizar las páginas web de nuestro sitio. Cómo vamos a distribuir los elementos, si vamos a añadir imágenes, textos, enlaces, botones







Educativa

Objetividad de documentos de la red

- ¿Qué metas / objetivos, cumple esta página?
- ¿Oué tan detallada es la información?
- ¿Qué opiniones (sí las hay) expresa el autor?

Objetividad

- Determine si la página es una máscara para hacer publicidad; si es así, la información podría estar sesgada.
- Observe cualquier página de la red como lo haría si estuviese mirando un comercial informativo en televisión. Pregúntese ¿por qué fue escrito y para quién?





Actualizada

Actualidad de los documentos de la red

- ¿Cuándo fue producido?
- ¿Cuándo fue actualizado?
- ¿Qué tan actualizados están los enlaces (sí los hay)?

Actualidad

- ¿Cuántos enlaces rotos se encuentran en la página?
- ¿Los enlaces están vigentes o son actualizados regularmente?
- ¿La información en la página está desactualizada?





Merramientas online de análisis web

- Análisis integral:
 - https://www.ionos.es/tools/analisis-web
- Análisis de la carga
 - https://tools.pingdom.com/







Actividad

- Utiliza las herramientas aportadas para analizar algunas de las páginas webs analizadas.
- Incorpora la salida de las herramientas, a tu documento, como versión II







Actividad

 Realiza una <u>planificación</u> de tus proyectos, en función de los 4 <u>objetivos básicos</u>