

## Diseño de Rótulos

Los usuarios pasan por una web muy rápido. Hay 5 claves para que entiendan y vean la mayor parte del sitio:

- Jerarquía visual clara en cada página.
- Aprovechamiento y uso de convenciones.
- División de las páginas en zonas claramente definidas.
- Dejar bien claro donde se puede hacer click.
- Minimizar ruido.

### Creación de jerarquía visual clara:

Las cosas de la página (claves visuales) deben dejar clara la relación que existe entre ellas: Que está relacionado con qué y que cosas forman parte de otras cosas.

Las páginas con jerarquía visual cumplen:

- Lo mas importante se verá mejor. Lo más importante utilizará encabezados mas grandes, en negrita, con color distintivo y rodeados de espacio o en la parte superior de la página.
- Las relaciones lógicas también son visuales. Las cosas similares irán bajo el mismo título y tendrán un estilo similar o estarán juntas en una zona delimitada.
- Todo se engloba para delimitar las partes que pertenecen a una cosa. Por ejemplo: Bajo el titular "Libros de computación" se pondrá el título de un libro englobando este dentro de la sección.

Esto se aplica mucho en los periódicos. Mediante diferentes tipos de letra se anidan secciones para que quede clara la distribución de los contenidos antes de leer.



En este ejemplo se puede ver que la foto pertenece a un artículo ya que está debajo del titular y el artículo es más importante ya que tiene un titular más grande y la columna es más ancha.

Con una buena jerarquía visual se ahorra el esfuerzo de organizar la página que vemos y establecer prioridades y contenidos. Nos permite captar todo de forma casi instantánea. Si no existe esta jerarquía es más difícil hacerse una idea de que es más importante y distinguir la forma en la que está todo organizado.



Es útil tener una orientación editorial en nuestra web. El editor sabe mejor que partes son las más importantes.

En este ejemplo la jerarquía es engañosa ya que sugiere que todo el contenido pertenece a Libros de computación.

## Convenciones

Una convención que hemos adoptado es la distribución de una página de periódico. Sabemos diferenciar todas las partes con un solo golpe de vista. Todos los periódicos siguen unas convenciones parecidas ya que los lectores las han adoptado también.

Todos los medios cogen las convenciones que ya existen y las adaptan y mejoran para sus necesidades. En la web se utilizan las convenciones de la prensa y otras nuevas que han ido saliendo, por ejemplo en cualquier tienda ya sabemos cual es el significado del carrito de la compra y ya no hace falta ni etiquetarlo como tal.

Dos cosas importantes sobre las convenciones de la web son:



- Son muy útiles. Una convención solo llega a serlo si funciona. Si es muy efectiva ayuda al usuario a desplazarse sin esfuerzo. Por ejemplo se crea una sensación de familiaridad al ver un menú de secciones coloreado en el lateral izquierdo de la página. el uso de convenciones permite al usuario descubrir una gran cantidad de información.
- Los diseñadores son reacios a utilizar demasiadas convenciones. Siempre quieren utilizar algo nuevo y reinventar la rueda. Sienten que su contrato les obliga a innovar ya que en las ofertas de trabajo rara vez se ve la frase "al mejor uso de las convenciones". El tiempo empleado en reinventar la rueda

puede dar buenos resultados pero no suele ser así. Si no se utilizan se deben substituir por algo tan claro y fácil que no haya curva de aprendizaje o si la hay que valga la pena hacerlo.

## División de las páginas en zonas claramente definidas

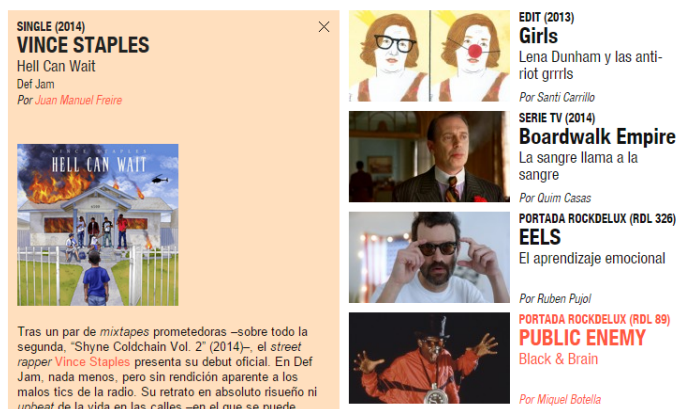


El usuario al entrar en una página tiene que poder elegir rápidamente que es lo que quiere ver por lo que hay que saber dividirla en zonas totalmente definidas para que el usuario pueda decidir que es lo que quiere hacer en ella.

Muchos estudios sobre el rastreo inicial de una página web sugieren que los usuarios deciden rápidamente que partes de la página les van a dar lo que buscan y no suelen mirar el resto.

## Dejar bien claro sobre lo que se puede hacer click

Cuando un usuario entra en una página lo que hace es buscar donde puede hacer click. Hay que dejar muy claro donde se puede y donde no.



Aunque les sea difícil los usuarios pueden llegar a descubrir donde tienen que hacer click pero se les obliga a pensar cuando debería ser un acto mecánico y ellos suelen tener una paciencia muy limitada.

## **Baja el sonido hasta que casi desaparezca**

Uno de los enemigos de las páginas es el ruido visual. Hay dos tipos:

- **Negocio-abigarrado:** Hay que evitar que toda la página quiera la atención del usuario a la vez ya que el efecto será abrumador.
- **Ruido de fondo:** En algunas páginas es esta como en una fiesta. Ninguna fuente de ruido es tan alta como para que nos distraiga pero hay muchos pequeños fragmentos que nos agotan.

Por ejemplo un menú de selección o una tabla que separa sus contenidos con unas líneas de colores fuertes provocará ruido, atenuar ese color o quitar las líneas facilitará la lectura de estos menús.