

UD1 PLANIFICACIÓN DE INTERFACES WEB

DISEÑO DE INTEFACES WEB (DAW2)

INDICE

- Percepción visual
- Interacción Persona-Ordenador
- Guía de estilos
- Estructura web
- Arquitectura web

Introducción

- Vivimos rodeados de cosas que han sido fruto del diseño la silla donde nos sentamos, el microondas donde calentamos la leche o la cafetera, las suaves sábanas, el colchón, una consola de videojuegos
- Utilizado habitualmente en el contexto de las artes, ingeniería, arquitectura y otras disciplinas creativas, **diseño se define como el proceso previo de configuración mental, "pre figuración", en la búsqueda de una solución en cualquier campo**
- Diseñar requiere consideraciones funcionales y estéticas Esto necesita de numerosas **fases de investigación, análisis, modelado, ajustes y adaptaciones previas a la producción definitiva** del objeto Además comprende multitud de disciplinas y oficios dependiendo tanto del objeto a diseñar, como del número de personas que participan en el proceso
- Diseñar es una **tarea compleja y dinámica**. Es la integración de un conjunto de **requisitos técnicos, sociales y económicos, de necesidades biológicas con efectos psicológicos** y de materiales, forma, color, volumen y espacio, todo ello pensado e interrelacionado con el entorno
- Las personas dedicadas al diseño **deben comunicar las ideas y conceptos, de una forma clara y directa, por medio de los elementos gráficos**. Por tanto, la eficacia de la comunicación de los mensajes visuales que elaboran estas personas dependerá de la elección que haga de los elementos a emplear y del conocimiento que tenga de ellos.

1.1 Percepción visual

Percepción, es el proceso de recogida y tratamiento de la información obtenida mediante los sentidos. Los estímulos que llegan a nuestro cerebro.



Diferencias culturales, afectan al modo en que se percibe la información

A la hora de diseñar

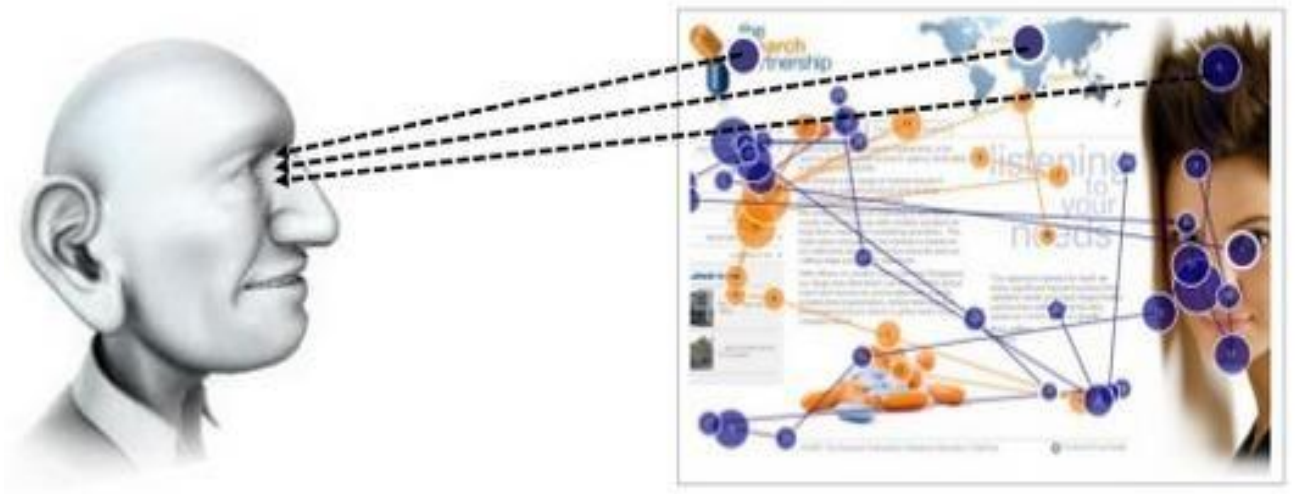
- Que tipos de estímulos son interpretados de forma similar por todos.
- Que tipos de realidad es interpretada de forma diferente por grupos.

Es importante diferenciar entre el **estímulo**, que pertenece al mundo exterior y genera el primer efecto en la cadena del conocimiento, y la **percepción** que es un proceso psicológico y pertenece al mundo interior. El estímulo es la energía física, mecánica, térmica, química o electromagnética que excita o activa a un receptor sensorial.

¿Cómo percibimos visualmente?

- **Comportamiento ocular**

- Saltos + fijaciones
 - En las fijaciones enfocamos y percibimos una zona
 - En los saltos (cuya duración es de 30 a 120 ms) la duración queda prácticamente suprimida y no percibimos
 - Vemos una serie de instantáneas (como una cámara fotográfica)
- Vemos menos de lo que creemos ver



¿Cómo percibimos visualmente?



Vemos **menos** de lo que creemos ver, pero **más** de lo que somos conscientes de estar viendo.

Visualmente nos vemos involuntariamente **atraídos por lo inusual y por el movimiento**.

Solo percibimos lo que está en la **visión focal**

Los elementos que están en la **visión periférica** no se perciben, pero pueden llamar nuestra atención

Eye tracking / Mapas de Calor o Heatmaps



Tecnología de seguimiento ocular que permite saber los comportamientos visuales del usuario cuando visita nuestra web.

- Mejorar la estructura del contenido
- Mejorar la experiencia del usuario
- Guiar al usuario hacia el objetivo de negocio
- Facilitar los procesos que desea que realice el usuario.
- Mejorar la imagen de marca



Herramienta que permite conocer datos sobre el comportamiento del usuario. Existen 3 tipos:

- Mapas de clics
- Mapas de movimientos del ratón
- Mapas de scroll

¿Cómo llamar la atención?

Enfatizar los elementos más **relevantes** de acuerdo a sus propiedades gráficas:



¿Cómo llamar la atención? - Contraejemplo

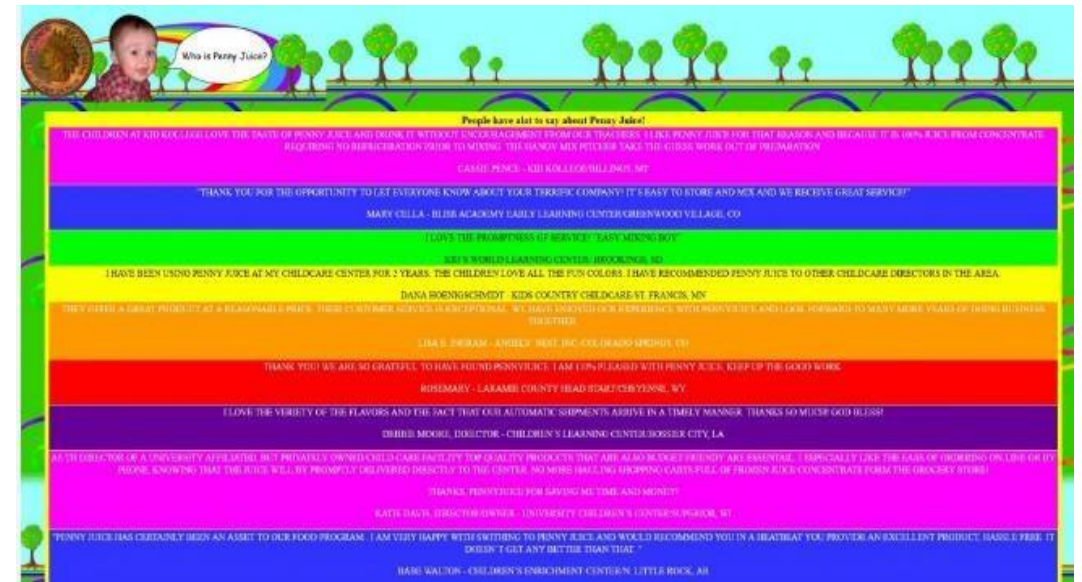
- **Movimiento + animación = ¡Atención Visual!**
 - Banners publicitarios
 - Sin embargo los usuarios no buscan banners
 - Con el tiempo los usuarios aprendieron a ignorar automáticamente todo lo que parezca publicidad (**ceguera selectiva**)



Por tanto...

Sólo resaltar aquello que queremos que se vea

- Elementos que deberían estar poco enfatizados:
 - Fondos
 - Adornos
 - Elementos secundarios



INTERACCIÓN PERSONA- ORDENADOR

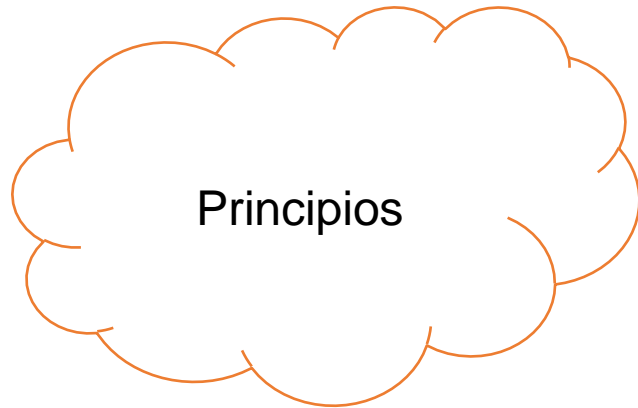
- Percepción visual
- Interacción Persona-Ordenador
- Guía de estilos
- Estructura web
- Arquitectura web

INTERACCION PERSONA-ORDENADOR

Interacción Persona-Ordenador, “IPO” o Human-Computer es una disciplina que estudia el intercambio de información entre los ordenadores y las personas.

Actores:

- Usuario
- Ordenador + Periféricos
- Proceso que se lleva a cabo



1. Conocer al usuario
2. Ofrecer información de forma rápida
3. Fruto de la observación, optimizar operaciones haciendo interfaces **accesibles y usables**
4. Evitar que se produzcan errores

INTERACCION PERSONA-ORDENADOR

Su objetivo principal es **incrementar la productividad de los equipos y minimizar los errores al tiempo que se dota a los usuarios de una experiencia segura, confortable y satisfactoria.**

Los estudios realizados por **Myers y Rosson [MYE92]** en una encuesta hecha a diferentes desarrolladores, demuestran que alrededor del **48% del código de una aplicación está dedicado a la interfaz.**

Otros estudios demuestran que el **80% de los costes de mantenimiento** de una aplicación son debidos a **problemas del usuario con el sistema** y no con errores de código o bugs. Entre ellos, alrededor del **64% son problemas de usabilidad.**

INTERACCION PERSONA-ORDENADOR

Los humanos damos mucha **más importancia a la vista que a otros sentidos**. Al guiarnos tanto por la vista debemos conocer cómo esta nos hace percibir una realidad subjetiva.

Las leyes de la Gestalt, para la psicología de la Gestalt, son una serie de reglas que explican el origen de las percepciones a partir de los estímulos.



ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 1

GUIA DE ESTILOS

- Elementos
 - Paleta cromática
 - Tipografías
 - Estilos de botones y/o elementos de navegación
 - Imágenes
 - ...

GUIA DE ESTILOS

La mejor manera de hacer que todas las personas implicadas en el proceso de creación de una web estén en sintonía es crear una guía de estilo. Es imprescindible crear y seguir la documentación que permita a diseñadores, maquetadores y desarrolladores crear un proyecto único, homogéneo y con una fuerte consistencia de marca.

¿Qué es una guía de estilo?

- La guía de estilo **es el manual que recoge y detalla el lenguaje visual de todos los elementos y módulos que conformarán el proyecto**, sirviéndose de elementos gráficos y reglas que **definirán la personalidad** de la marca, la paleta de colores, la tipografía, la iconografía, imágenes, espaciados y el carácter general.
- Se aplica del mismo modo en las webs y aplicaciones móviles, ya que debe establecerse el diseño, además de los puntos anteriores, de los elementos nativos como el *layout*, tablas, formularios, listas, párrafos, enlaces, encabezados en su versión para escritorio y móvil.
- Proporcionan la información necesaria para continuar un proyecto digital una vez que la administración es entregada al cliente. Los estilos se definen al diseñar home, sin embargo, también son útiles para los diseñadores durante la creación de elementos que no forman parte de las plantillas anteriores, pues se encuentran delimitados por las normas que ya han sido escogidas.

GUIA DE ESTILOS

Paleta cromática

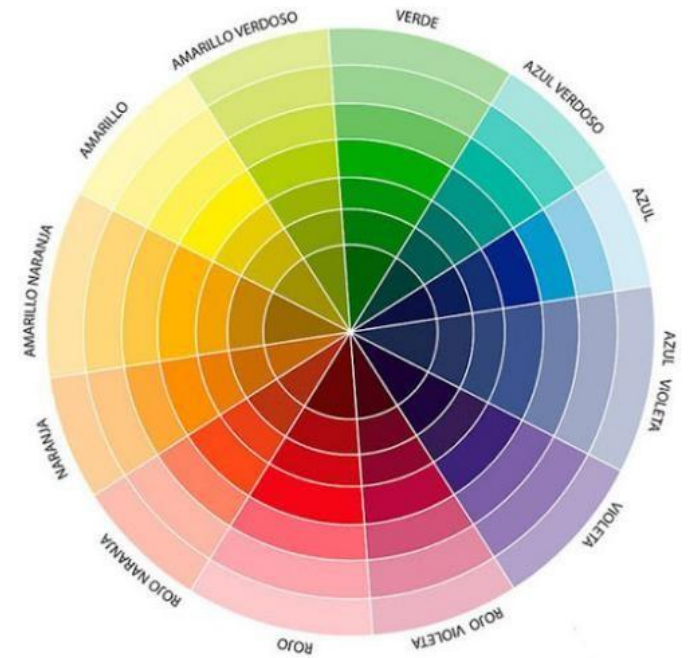
- Muestra los colores principales del sitio con todas sus posibles variaciones, ya sean patrones o tonos sólidos. Las referencias deben incluir el código de color exacto e información relevante para su aplicación, como los porcentajes de saturación y luminosidad, cuando estos son necesarios.



GUIA DE ESTILOS

Colores

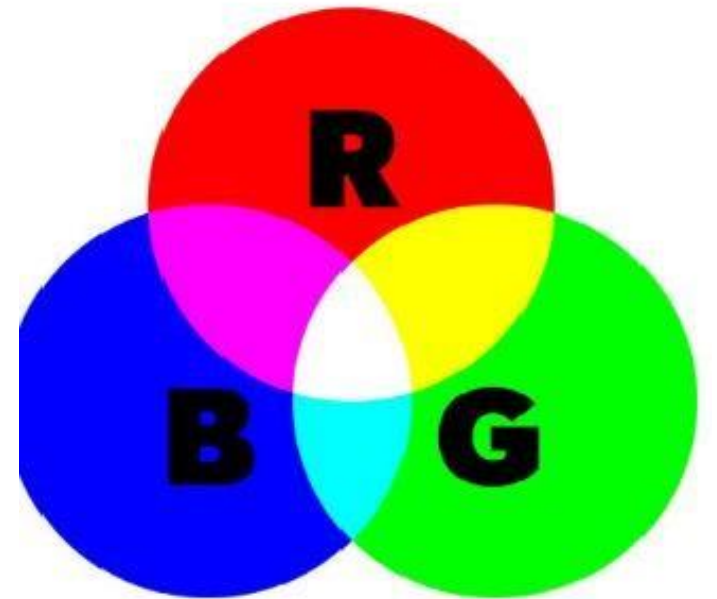
- **Colores fríos** son los situados en la rueda de color entre el amarillo-verdoso y el púrpura.
- **Colores cálidos**, los colores situados en la rueda de color entre el rojo-púrpura y el amarillo.
- **Los colores complementarios** son los que están en lados opuestos de la rueda de color. Se utilizan para crear contraste.
- **Los colores análogos** son los colores que se encuentran juntos en la rueda de color. Se suelen usar para crear la armonía del color.
- **Los colores monocromáticos** son todos los tonos y matices de un mismo color.



GUIA DE ESTILOS

Colores – proceso perceptivo

- El ojo humano percibe los colores: **rojo, verde y azul** y, el resto de los colores se consiguen con la adición de estos tres colores en diferentes proporciones.
- El blanco se consigue con la mezcla de los tres colores puros y se considera el negro como la ausencia de color. A estos colores se les llama **colores aditivos** y el ordenador se basa en este sistema para la representación de los colores dando lugar a lo que conocemos como **Modo de color RGB**.



GUIA DE ESTILOS

Colores – colores seguros

- Una misma página se puede ver de distinta forma según la plataforma, sistema operativo, navegador y monitor empleados. ¿Acaso los colores no son siempre los mismos? El color rojo siempre es y será rojo. Pero, ¿es posible que quede algún usuario con un monitor muy antiguo o con una versión del navegador muy anticuada? Sí, es posible y debemos tenerlo en cuenta.
- Hay monitores que sólo permiten visualizar 256 colores. **Hay navegadores que poseen una paleta de sólo 216 colores conocidos en el ámbito del diseño web como colores seguros.** Emplear estos colores seguros es una forma de garantizar que nuestro sitio Web se verá del mismo modo en todos los navegadores.
- Los colores seguros son los que se forman con las combinaciones de los tres colores rojo, verde y azul pero sólo con los valores hexadecimales: 00, 33, 66, 99, CC y FF. Son seis grados distintos de cada color y por eso hay 216 colores en total ya que 216 es el resultado de multiplicar 6 x 6 x 6.

GUIA DE ESTILOS

Colores – Psicología del color

- Identifica el público objetivo de la Web.
 - La mayoría de los colores están asociados a determinados grupos de usuarios.
 - Los colores **transmiten sensaciones**.
 - En ocasiones tienen un fundamento cultural.

AMOR, ENERGÍA, FUERZA, PODER, PASIÓN, PELIGRO
FEMINIDAD, INFANCIA, DULZURA
AMISTAD, VALOR, CONFIANZA, ÉXITO, CALIDEZ
FELICIDAD, OPTIMISMO, ENERGÍA, VITALIDAD, ENTUSIASMO
TIERRA, MEDIO AMBIENTE, DINERO, NUEVO, FERTILIDAD, FRESCURA
PAZ, CONFIANZA, SALUD, SERIEDAD, CALMA, TRADICIÓN, PROFESIONALIDAD
ESPIRITUALIDAD, LUJO, AMBICIÓN, SABIDURÍA, MISTERIO
ELEGANCIA, FORMALIDAD, PROTECCIÓN, CLASE, SOFISTICACIÓN

GUIA DE ESTILOS

Tipografías

- Es un listado de los tipos de fuentes presentes en el diseño web. Además, explica todas las normas que regirán el uso de estas tipografías en el sitio, incorporando nombres, tamaños, estilos y colores. Es conveniente adjuntar imágenes que ilustren todos estos detalles para evitar confusiones

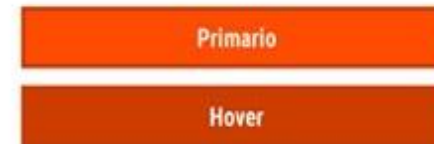
Menú principal / open <u>Menú principal / hover</u> Menú principal / activo	Roboto Condensed Regular / 16pt #FFFFFF	Título banner destacado	Roboto Condensed Light / 26pt #FFFFFF
Opción de menú principal desplegado	Roboto Condensed Regular / 14pt #FFFFFF	TÍTULO DE SECCIÓN	Oswald Regular / 20pt #FFFFFF
Menú secundario y text link footer / activo <u>Menú secundario y text link footer / hover</u>	Roboto Condensed Regular / 12pt #FFFFFF	Bajada de título y citas	Roboto Condensed Light / 20pt #FFFFFF
		Título de contenido	Roboto Bold / 18pt #0A0A09
<h3>h1</h3> <div>MAECENAS NEC ODIO ET</div> <div>h1 banner- section title</div> <div>Oswald Bold 26px / 1.2 interlines aproximada</div>			
<h3>h2</h3> <div>Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus</div> <div>h2 text body- content title</div> <div>Roboto Condensed Regular 16px / 1.2 interlines</div>			

GUIA DE ESTILOS

Estilos de botones y/o elementos de navegación

- Define el uso combinado de las tipografías con la paleta cromática. Debe mostrar cómo se verán los botones y enlaces, considerando los usos con y sin texto, en hover, selección e inactividad.
- También se describen las aplicaciones en los elementos de navegación, mostrando el diseño de las flechas de desplazamiento, breadcrumbs, menús y submenús.

Primario



Roboto Condensed; bold; 11px
background: #FF4C00
box-shadow: 0 0 3px inset #CC3D00

HOVER
box-shadow: 0 0 40px inset
#CC3D00

Primario invertido



background: #CC3D00
box-shadow: 0 0 3px inset #FF4C00

HOVER
box-shadow: 0 0 40px inset
#FF4C00

Auxiliar



background: #F5AB00
box-shadow: 0 0 3px inset #C28700

HOVER
box-shadow: 0 0 40px inset
#C28700

Secundario



background: #004F45
box-shadow: 0 0 3px inset #00362F

HOVER
box-shadow: 0 0 40px inset #00362F



Activo
Ico #FFFFFF
Fill #0A0A09

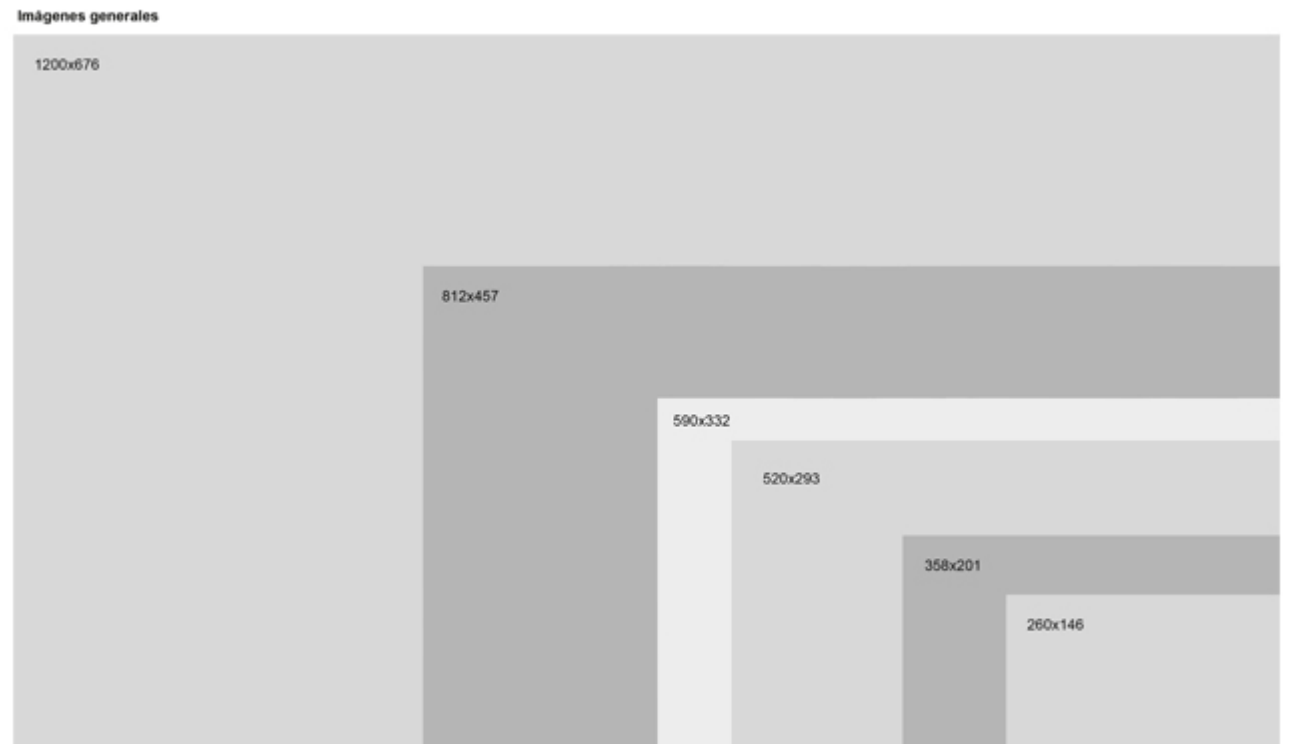


Hover / Selected
Ico #FFFFFF
Fill #D10010

GUIA DE ESTILOS

Imágenes (opcional)

- Esta sección indica todos los tamaños y proporciones de imágenes usados en el sitio y cómo conviven dentro del diseño. Además, muestra los efectos o variaciones que puedan tener en sus distintas aplicaciones, especificando si se trata de una galería, foto destacada, uso en el footer u otros.



GUIA DE ESTILOS

Otros

- Cada sitio es distinto, por lo que siempre incluimos un apartado adicional para entregar los detalles de elementos específicos. Por ejemplo, explicamos las características de los bloques de autor, calendarios, gráficos, tablas y/o fichas, cuando estos existen.



ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 2

ESTRUCTURA WEB

- Elementos de una interfaz web
 - Identificación
 - Navegación
 - Contenidos
 - Interacción
- Componentes de una interfaz web
 - Cabecera/Header
 - Cuerpo
 - Pie de página/Footer
- Patrones de diseño web
 - Patrón Z
 - Patrón F
 - Imagen a toda pantalla
 - Pantalla dividida
 - Regla de los tercios

ESTRUCTURA WEB - Elementos

Elementos de identificación

- Los elementos de identificación son los que nos ayudan **a reconocer el sitio web**. Algunos ejemplos de elementos de identificación son los siguientes:
 - El nombre de la web.
 - El logotipo.
 - La imagen de la cabecera.

Elementos de navegación

- Los elementos de navegación son los que **nos permiten acceder a todos los contenidos** del sitio web. Algunos ejemplos de elementos de navegación son los siguientes:
 - Menú principal
 - Widgets.
 - Aside de navegación.
 - Menú de navegación del footer.

Consideraciones navegación (usabilidad)

- Elemento de regreso a la página de inicio o home.
- Menú principal situado en la parte superior de la página.
- Información sobre la ubicación del usuario dentro del sitio: consiste en una línea de texto en la parte superior, bajo el menú de navegación principal, que indica al usuario dónde se encuentra. Para este cometido también se pueden utilizar las “migas de pan” o breadcrumbs.

ESTRUCTURA WEB - Elementos

Elementos de contenidos

- Los elementos de contenidos son las zonas de la web en las **que se muestra la información destacada** como las áreas de texto de un artículo de un blog, el formulario de una página de contacto, etc.
- Es muy importante que los contenidos de una web sean interesantes para el lector y estén escritos de forma clara y concisa.

Elementos de interacción

- Los elementos de interacción son los que nos permiten realizar acciones en el sitio web. Algunos ejemplos de elementos de interacción son:
 - Cambiar el idioma.
 - Utilizar el buscador.
 - Consultar el carrito de compra.
 - Suscripción en la newsletter.

ESTRUCTURA WEB - Componentes

Cabecera o header

- La cabecera o header es la zona de la interfaz web situada en la parte superior y que sirve para identificar la empresa o marca. Normalmente se utiliza para mostrar el logotipo de la empresa o su nombre. Además, este espacio da cabida a textos descriptivos, imágenes, paneles de acceso o banners publicitarios, entre otras cosas. Aunque la cabecera no es obligatoria, es utilizada en prácticamente todos los desarrollos de sitios web.
- Debido a nuestra lectura visual, de arriba a abajo y de izquierda a derecha, el primer elemento que vemos en toda interfaz web es la parte superior izquierda de la página. Por este motivo, no es de extrañar que se aproveche este espacio para posicionar el logotipo y el nombre de la marca.



ESTRUCTURA WEB - Componentes

Cuerpo de la página

- El cuerpo de la página es donde se muestran los contenidos. Puede verse acompañado de uno o varios sidebars (o menús laterales de navegación). Se sitúa bajo de la cabecera o header o bajo del navbar (o menú de navegación principal).
- Generalmente, el cuerpo de la página cuenta con un título descriptivo. Todos los elementos del cuerpo de página deben seguir la guía de estilo del resto de la web.

Pie de página o footer

- El pie de página o footer se sitúa en la parte inferior de una interfaz web, bajo el cuerpo de la página. Generalmente, suele utilizarse para para mostrar enlaces a servicios, formulario de contacto, banners publicitarios, políticas de privacidad y cookies, entre otras cosas.



ESTRUCTURA WEB – Patrones de diseño

Qué es un patrón de diseño web

- Un patrón de diseño web **es una forma determinada de distribuir los elementos visuales de una página web y optimizar la relación entre ellos**. Aunque los elementos se pueden distribuir como uno quiera, seguir un patrón de diseño web ayuda a transmitir mejor el mensaje de la página web **y a mejorar su usabilidad**.
- El patrón del diseño es esencial en el diseño web. Establece un **orden jerárquico** visual de los elementos, define aquellos que deben captar mayor la atención del usuario, y contribuye al equilibrio general del diseño de la página web.
- Por decirlo llanamente, un buen patrón de diseño web puede ayudar a que el usuario preste atención primero a lo más importante de una página web y luego a otras secciones por orden de importancia.

ESTRUCTURA WEB – Patrones de diseño

Cómo elegir un patrón de diseño web

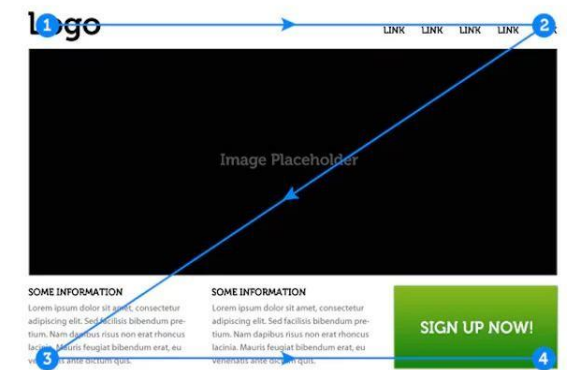
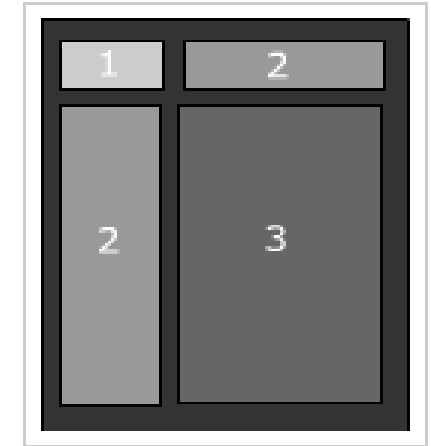
Cuando se acerca el momento de elegir el patrón del diseño de una página web, existen dos factores que hay que tener en cuenta:

- ***Ajustar tu contenido:*** el diseño web de una página debe apoyar el mensaje que deseas transmitir. Algunos patrones son mejores para mostrar productos, mientras que otros son preferibles para transmitir información rápida y eficazmente (un blog o un portal de noticias). El patrón de diseño web que elijas debe ajustarse a tu tipo de contenido.
- ***Usar patrones estándar:*** aunque admiten cierta creatividad, estos patrones de diseño web son generalmente la mejor opción porque han demostrado una y mil veces que funcionan. Como son muy comunes, cumplen las expectativas del usuario que ya está acostumbrado a ellos: son más intuitivos y fáciles de usar.

ESTRUCTURA WEB – Patrones de diseño

Patrones Z

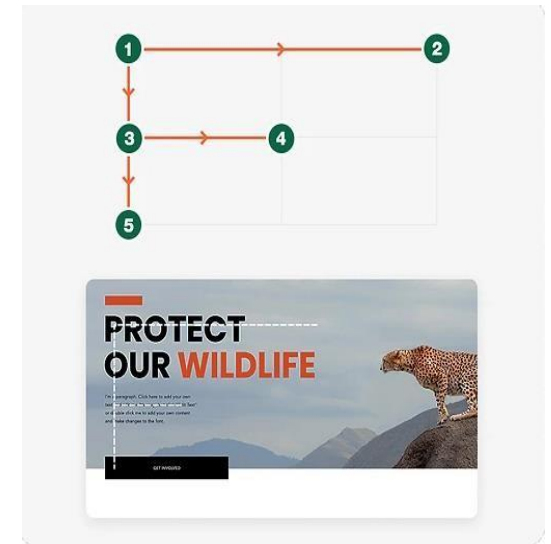
- Habitualmente leemos de izquierda a derecha y de arriba abajo (en Occidente).
 - Cuánto más cerca de la esquina superior izquierda coloquemos los elementos, mayor nivel jerárquico tendrán.
 - Cuanto más cerca de la esquina inferior derecha, menor nivel jerárquico.
- **La diagonal** que se extiende a lo ancho de la página, de arriba a abajo, es donde se coloca la información que **más nos interesa que capte la atención**. Esto se consigue usando imágenes seductoras acompañadas de un breve texto que explique de qué trata la página web.
- La recta final del patrón Z debe ser la culminación de todo lo que la ha precedido hasta ahora. Tanto si has intentado seducir o convencer al usuario para que compre un producto o reserve un servicio, este es el momento y lugar para que lo hagan. Coloca el llamado a la acción (CTA) más importante al final del patrón Z con un botón que anime o urja al usuario a la acción.
- Ideal para: páginas de alto contenido visual y muy poco escrito. Este patrón es el idóneo para landing pages que tienen como objetivo una conversión muy específica.



ESTRUCTURA WEB – Patrones de diseño

Patrones F

- Al igual que el patrón Z, este patrón de diseño web se basa en otro tipo de hábito de lectura. En las páginas web con mucho contenido escrito, tendemos a "escanear" el texto siguiendo un patrón de lectura en forma de F. Es decir, la sección superior horizontal de la página recibe gran parte de nuestra atención y, a continuación, dejamos caer nuestra mirada verticalmente hacia la izquierda que se convierte en nuestro punto de referencia.
- Si decides usar este patrón de diseño, invierte lo mejor de tus recursos en la sección superior de tu página donde tus visitantes probablemente permanezcan más tiempo. Escribe en esa franja horizontal un contenido que sintetice de forma convincente de qué trata tu página. En la parte superior de la F se suele incluir un encabezado, un subtítulo y una imagen.
- La línea vertical de la F del lado izquierdo tiene como propósito apoyar y hacer más atractiva la sección horizontal. Puedes conseguirlo usando todo tipo de imágenes e íconos o con otros elementos como una lista de puntos o numeración.
- Ideal para: páginas web de gran contenido escrito. Al crear un blog, por ejemplo, este patrón de diseño web es aplicable tanto a la página de inicio como a las distintas entradas del blog.



ESTRUCTURA WEB – Patrones de diseño

Patrones F

- Raramente se lee todo el texto de la página.
- Los **primeros 2 párrafos** son los más importantes (son los que deberían enganchar).
- Comenzar párrafos, titulares y listas con **términos atractivos**.
- Para atraer la atención en el resto del texto:
Marcado (negrita, colores...).



ESTRUCTURA WEB – Patrones de diseño

Diseño web con imagen a pantalla completa

- Este patrón de diseño web incluye poco texto sobre una imagen que suele ser grande u ocupar toda la pantalla. Colocar un elemento visual como protagonista en la pantalla consigue captar formidablemente la atención de los usuarios y generar una poderosa experiencia visual en la página de inicio. Además, también ayuda a comunicar tu mensaje de forma inmediata y eficaz.
- En este tipo de diseño web, el elemento visual siempre viene acompañado de una breve frase para presentar y explicar lo que ofreces. Por tanto, es conveniente incluir aquí un eslogan con gancho que despierte el interés y la curiosidad de tus usuarios.
- **Un apunte:** este patrón de diseño web funciona estupendamente en su versión para móviles.
- **Ideal para:** negocios que quieran destacar en un nicho de mercado específico o un producto en partículas. Por ejemplo, la página web de un restaurante puede presentar su plato estrella, mientras que una página web de boda a la pareja de novios felices y sonrientes.



ESTRUCTURA WEB – Patrones de diseño

Diseño web con pantalla dividida

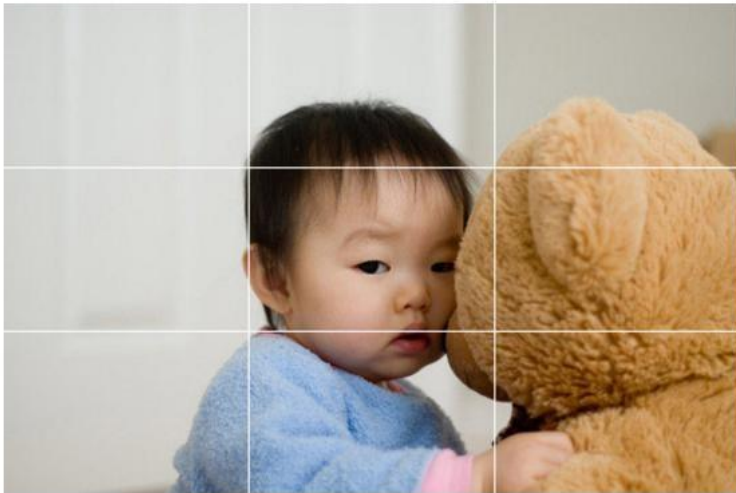
- El diseño con pantalla dividida es una de las principales tendencias en diseño web. Dividiendo verticalmente la pantalla por la mitad se logra un equilibrio simétrico. La división en dos partes permite que cada sección exprese dos ideas de forma completamente diferente o una misma idea pero desde un ángulo distinto.
- El diseño web de la plantilla que indicamos en este ejemplo presenta una experiencia culinaria mediante una imagen a la izquierda para captar la atención, y mediante texto y arte vectorial a la derecha. El diseño permite que ambas mitades se complementen en lugar de competir entre ellas. Este diseño también funciona bien cuando se le pide al usuario elegir entre dos opciones opuestas como las categorías de 'Hombre' y 'Mujer' de una tienda online de moda.
- **Ideal para:** páginas web que ofrecen contenido distinto de forma significativa, o páginas web que combinan contenido visual y escrito a partes iguales. Las tiendas web que segmentan a sus usuarios por sexo o edad también encajan con este patrón de diseño web.



ESTRUCTURA WEB – Patrones de diseño

Regla de los tercios (fotografía)

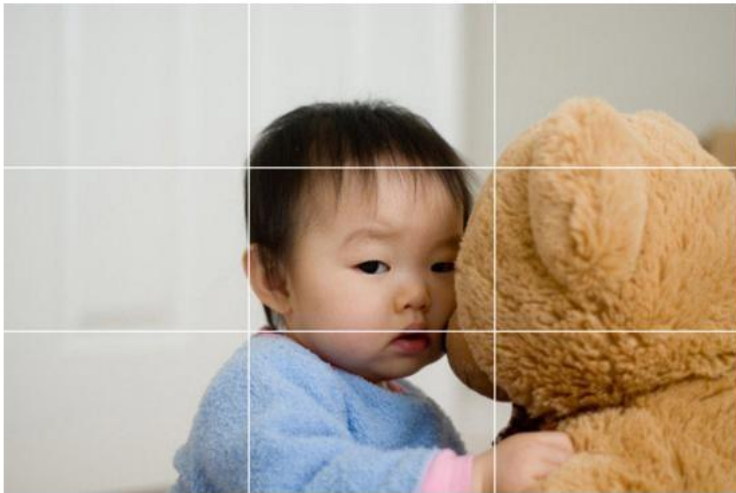
- Dividir el lienzo en 9 partes (3 x 3 líneas)
- Los objetos situados en los puntos de cruce son más atractivos visualmente (foto dcha)



ESTRUCTURA WEB – Patrones de diseño

Regla de los tercios (fotografía)

- Dividir el lienzo en 9 partes (3 x 3 líneas)
- Los objetos situados en los puntos de cruce son más atractivos visualmente (foto dcha)



ARQUITECTURA WEB

- Mapas conceptuales
- Mapas de navegación
- Sitemaps
- Prototipos
 - Skecth
 - Wireframes
 - Prototipo

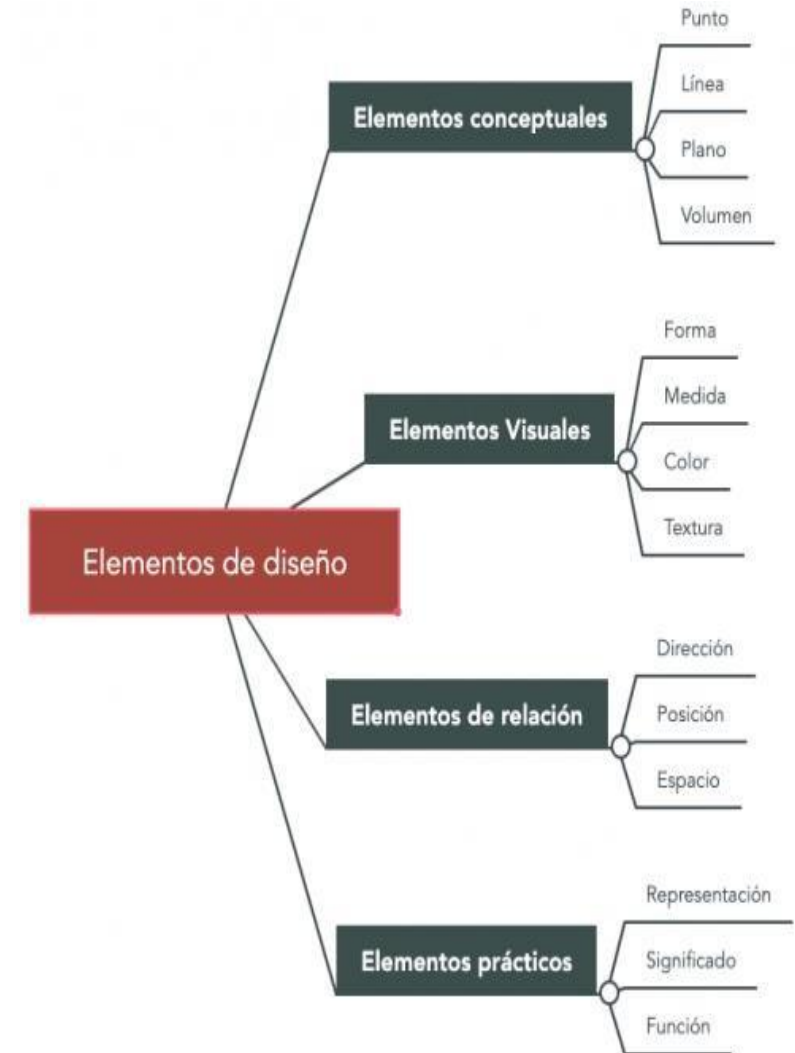
ARQUITECTURA WEB

Mapas conceptuales

- El mapa conceptual es una representación gráfica de **conceptos interrelacionados**. Consiste en un esquema visual que detalla ideas o conceptos y sus diferentes relaciones. El principal **objetivo** de un mapa conceptual **es representar la estructura conceptual de un tema en concreto**.
- Los mapas conceptuales se suelen organizar de arriba abajo o de izquierda a derecha y parten de un concepto principal o raíz. A partir de esta idea central se establecen las relaciones con los nuevos conceptos formando una estructura arbórea.

Herramientas para hacer mapas conceptuales

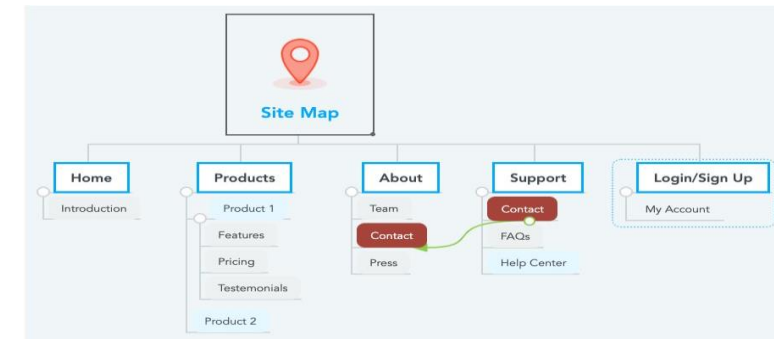
- xmind.net
- smartdraw.com
- creately.com
- lucidchart.com
- mindmeister.com



ARQUITECTURA WEB

Mapas de navegación

- Los mapas de navegación sirven para representar **la arquitectura de las páginas** de un sitio web. Tal y como los mapas conceptuales, los mapas de navegación se pueden representar de forma gráfica. En ambos modelos hay un concepto raíz (página inicial en el caso de un mapa de navegación) a partir del cual se ramifican el resto de elementos del mapa.
- Uno de los objetivos principales de los mapas de navegación a la hora del diseño es estructurar bien los contenidos antes de crear un sitio web y que los usuarios encuentren de forma sencilla lo que están buscando.
- Cuando el diseño de una web es muy complejo, en algunos casos, es difícil entender lo que se quiere transmitir entre el diseñador del mapa de navegación y el equipo de desarrollo. Por este motivo, los prototipos son herramientas muy interesantes para ver de forma visual un borrador de cómo será un sitio web.
- Existen diferentes formas de realizar el prototipo de una web:
 - esquemas, bocetos, sketches, wireframes, mockups, diagramas, etc.



ARQUITECTURA WEB

Sitemaps o mapas para motores de búsqueda

- Los sitemaps o mapas para motores de búsqueda son archivos en los **que se proporciona información sobre las páginas, los vídeos y otros archivos de un sitio web, así como sobre las relaciones entre ellos**. Los buscadores, como Google, leen estos archivos para rastrear los sitios web de forma más eficaz. Los **sitemaps informan a los rastreadores** de qué archivos de un sitio web son importantes y, además, incluyen datos relevantes sobre ellos; por ejemplo, en el caso de las páginas, pueden indicar cuándo se actualizaron por última vez, cada cuánto se modifican y si existen versiones en otros idiomas.

¿Es necesario un sitemap?

- Por lo general, si las páginas de tu sitio web están bien enlazadas, los rastreadores web podrán detectar la mayoría de ellas. Aun así, un sitemap puede mejorar el rastreo de tu sitio web, sobre todo si este cumple uno de los siguientes criterios:
 - Es muy grande.
 - Tiene un gran archivo de páginas de contenido que están aisladas o no están bien enlazadas entre sí.
 - Es nuevo y hay pocos enlaces externos que dirigen a él.

Herramientas para la generación de mapas

- Hay disponible multitud de herramientas para la generación de mapas tanto online como en aplicaciones, así como gratuitas o de pago. Además, los gestores de contenido nos ofrecen la posibilidad de utilizar plugins específicos para la creación de nuestros sitemaps y mapas de navegación.

ARQUITECTURA WEB

Prototipos web

- Los prototipos web son **dibujos o diseños de las diferentes páginas y secciones** que van a componer un sitio web. El prototipado es una parte esencial a la hora de definir los menús y los diferentes elementos que constituyen una web.
- Es más sencillo realizar un cambio sobre un prototipo que sobre el código de una página web desarrollada. Además, el uso de prototipos **nos ayuda a involucrar al cliente en la fase previa al desarrollo y así adecuar el proyecto a sus necesidades.**
- Existen diferentes formas de realizar el prototipo de una web: esquemas, bocetos, sketches, wireframes, mockups, diagramas, etc. Sin embargo, en proyectos profesionales el prototipado suele componerse de tres fases en las que se va incrementando la fiabilidad del producto.



ARQUITECTURA WEB

Sketching

- Es el dibujo o boceto inicial de un sitio web. Los diseños no son muy detallados y se realizan de forma esquemática. Es esta fase inicial se suelen utilizar pizarras o folios de papel.

Wireframing

- Es un dibujo en el que se especifican los elementos de forma más detallada. Se establece claramente la jerarquía de la información, las llamadas de acción y la organización de los contenidos.

Prototipo y mockup

- Los prototipos y los mockups son los que representan el diseño con más detalle. De hecho, en este tipo de diseños ya se incluyen detalles visuales como el color, la tipografía o las imágenes. En esta fase se utilizan herramientas de diseño avanzadas como por ejemplo Sketch.
- Los prototipos, además, simulan la interacción con la interfaz. Por este motivo, en esta representación los usuarios pueden comprobar cómo se comporta la web y podrán experimentar la experiencia de uso.

Bibliografía

- UD1. Planificación de interfaces gráficas (prof. Ignacio Díaz Cano)
- UD1. Planificación de interfaces gráficas (prof. Carlos Solano)
- UD1. Planificación de interfaces gráficas (Material educación virtual)

UD1 PLANIFICACIÓN DE INTERFACES WEB

DISEÑO DE INTEFACES WEB (DAW2)