

COLOR, TIPOGRAFÍA E ICONOS

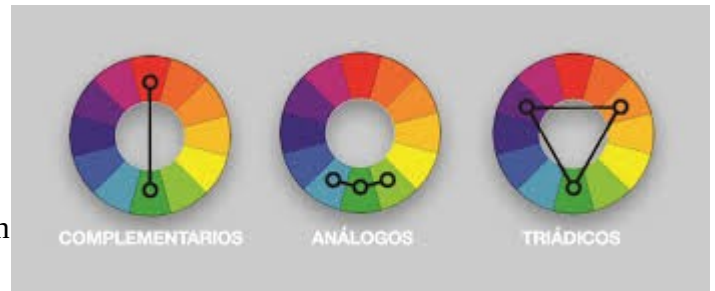
EL COLOR

La teoría del color es la interacción de los colores en un diseño a través de la complementación, contraste y la vitalidad”.

Complementación

Color complementario es aquel que produce el mayor contraste de tono con respecto a otro color.

En un círculo cromático son colores complementarios entre sí los colores situados en lugares opuestos en el círculo cromático.



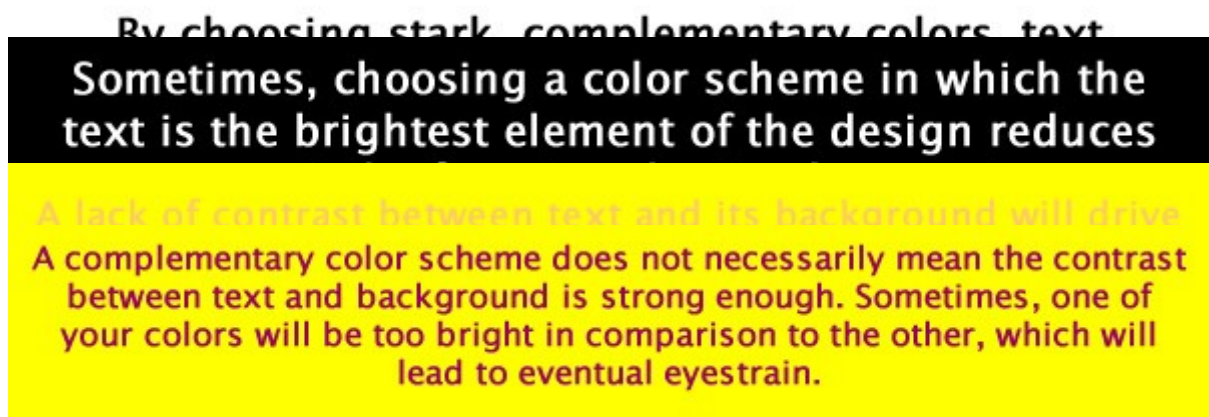
Son muy recomendables cuando queremos una web llamativa y alegre. Estos esquemas también resultan muy adecuados para destacar elementos concretos, como por ejemplo, botones. Podríamos elegir un color predominante, que será el que utilicemos en la mayor parte de nuestra web, y para los elementos que queramos destacar, usar su complementario.

Este tipo de esquema, es muy apropiado para webs corporativas en las que necesitemos llamar la atención.

Hay dos usos comunes de la complementación: el espectro de color Triádico y el Compuesto

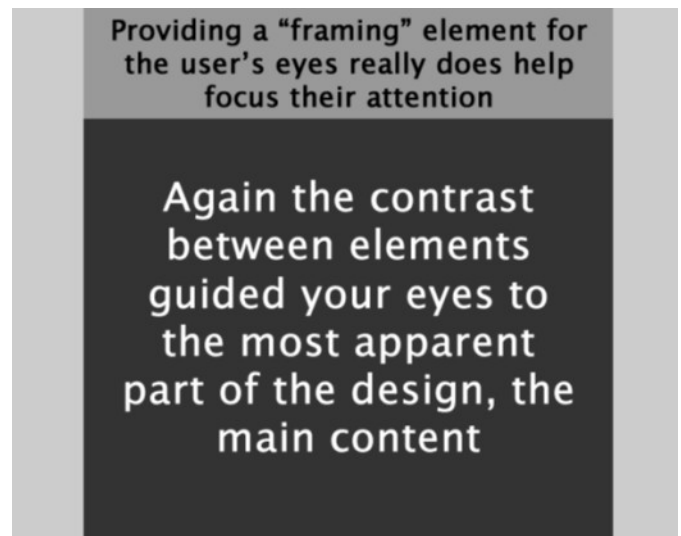
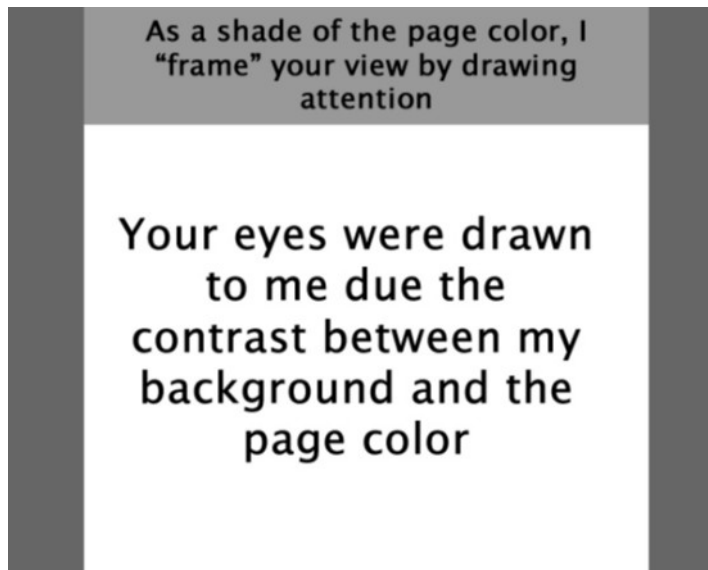
Contraste

El contraste reduce la fatiga visual y se enfoca en la atención de los usuarios mediante la presentación nítida de los elementos en una página. El ejemplo de contraste aparentemente mejor, es una efectiva selección de un color de fondo y uno de texto.



Ante la duda, lo mejor es seleccionar un color muy claro para el fondo y un color muy oscuro para el título. Recuerda que ***“Las grandes áreas de texto no son un buen lugar para tratar de ser realmente creativo, sino para que sea simple y legible”.***

¿Qué ocurre si quiero resaltar un bloque de texto? Cuando quieras llamar la atención de los usuarios hacia una porción específica de la página haces que el área que lo rodea luzca diferente que el resto del texto, es decir; RESALTAS EL CONTENEDOR DEL BLOQUE DE TEXTO.



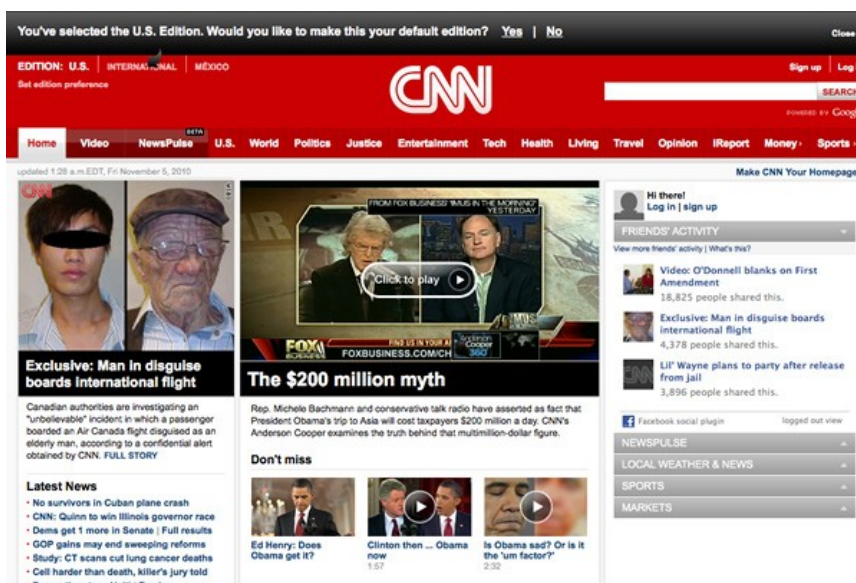
Vitalidad

La vitalidad del color dicta la emoción de tu diseño.

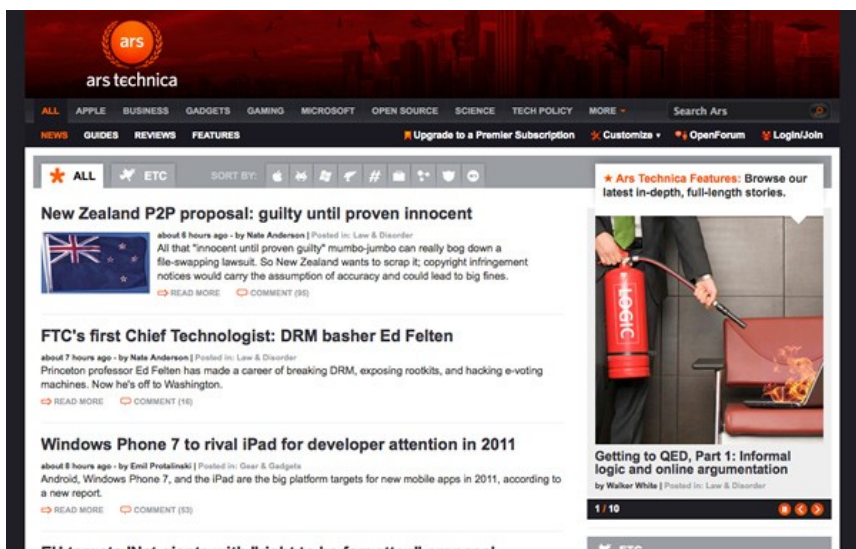
Ejemplo:

los colores brillantes hacen que los usuarios se sientan más enérgicos como resultado del diseño. Es particularmente efectivo cuando estas intentando hacer una publicidad a un producto o provocar una respuesta emocional.

los tonos oscuros relajan a los usuarios. Su objetivo es permitir que su mente se centre en otras cosas como el contenido.



CNN cuenta con un banner de color rojo en la parte superior que conduce a la intensidad emocional de los usuarios. Los usuarios son estimulados mediante la vitalidad del diseño (y el contraste entre el color rojo y blanco, y blanco y negro es el esquema de color principal del sitio).



Ars Technica, utiliza un esquema de color oscuro para su fondo y para sus títulos para relajar a los usuarios y enfocar su atención hacia su contenido.

Esquemas de color.

Monocromáticos

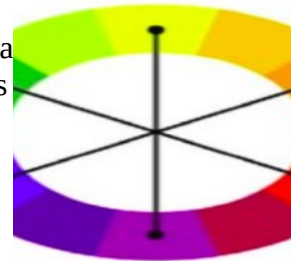
Un esquema monocromático (lógicamente constará de tonos o intensidades de un mismo color) es fácil de conseguir y puede ser muy eficaz, ya que tienden a ser más elegantes y, además, aporta armonía.

Son muy apropiados para crear un estado de ánimo concreto, y para seguir identidades corporativas que cuenten con un sólo color.

Sin embargo, si con nuestra web pretendemos que los visitantes nos dejen sus datos de contacto en algún formulario, es importante que contemos con botones “call to action” muy llamativos, que inciten a enviar el formulario. En este caso puede que tener botones del mismo color que el resto de elementos no cumpla nuestro objetivo.

Complementarios

Un esquema de color complementario aprovecha de colores opuestos, crea una página dinámica y emocionalmente estimulante. Su ventaja es que los elementos son claramente distintos uno de otro, crean un diseño al instante comprensible.



Colores análogos

Los colores análogos son los que están uno al lado del otro en la rueda de color. Por ejemplo, podríamos usar como colores web amarillo, añadir amarillo verdoso y amarillo anaranjado.

Este tipo de esquema suele encontrarse en la naturaleza, por lo que resulta muy agradable a la vista. El único “pero” de estos esquemas es que apenas tienen contraste, por lo que deberemos tener esto en cuenta y plantearnos si es lo que necesitamos ya que podría ocurrir lo mismo que en el esquema anterior.



Dividir complementario

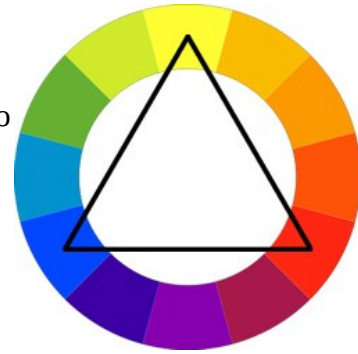
Son seleccionados dos colores de los extremos opuestos del espectro de color. Al hacer esto, el diseñador ha conseguido más libertad en su diseño mientras que también se beneficia de la apariencia visual de los Colores Complementarios.



Triádico

Combinación de tres colores equidistantes en la rueda, por ejemplo el uso de los tres primarios, rojo, azul y amarillo, sería este tipo de esquema. Para nuestros colores web se puede usar uno de ellos como predominante y los otros dos, más acentuados.

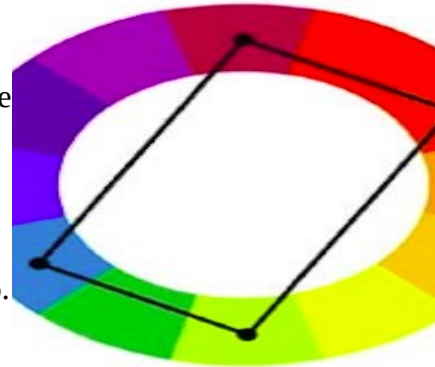
Estas combinaciones tienen un buen contraste a la vez que conservan la armonía. Son apropiadas para aportar uniformidad a la web y a la vez destacar elementos concretos.



Tetrádica

También es conocido como el esquema del doble complementario, ya que utiliza cuatro colores que forman un rectángulo en la rueda de color, formado por dos pares de complementarios, por ejemplo el rojo y el verde más el naranja y el azul.

El resultado es algo vibrante a la vez que equilibrado si se combinan bien, pero puede resultar complicado conseguirlo.



Herramientas:

[Paletton](#)

[kuler](#)

[Material Design](#)

Whats Its Color:

<http://whatsitscolor.com/>

Mas sobre el color:

[Colores en UX design](#)

[Psicología del color](#)

[Mas sobre psicología del color](#)

TIPOGRAFÍA

En el inicio del desarrollo de sitios web se usaban las llamadas “**fuentes seguras**”, que son las que cualquier usuario podía tener instaladas en su ordenador por defecto, lo cual limitaba la cantidad de tipografías usables en el momento de crear una página web.

- **@font-face** -

Desde que los navegadores soportan la directiva **@font-face**, se permite la posibilidad de incrustar distintas tipografías desde un enlace a Google fonts, sin importar que el usuario no las tenga instaladas.

También existe la posibilidad de convertir fuentes True Type y Open Type a formato WOFF y EOT para obtener el mismo resultado anterior.

Serif vs Sans Serif

Serif

No se recomienda usarla en el texto central ya que puede dificultar la lectura. La podemos usar para diferenciar entre titulares o frases cortas y el texto central usándola a un tamaño mayor que el texto central.

Sans Serif

Son tipografías que facilitan la lectura en textos con tamaños pequeños y eso las hace ideales para aplicarlas al texto central del sitio web.

¿Cuántos tipos debemos usar?

Es recomendable no usar más de dos o tres tipografías en un proyecto: una para el texto central y otra para titulares.

Podemos cambiar su tamaño, color o estilo.

Hay que evitar el uso de tipografías rocamboleras.

El texto debe ser claro en todo momento.

Características básicas

Fuentes claras y sencillas

Letras bien contrastadas con el fondo

Evitar líneas de texto demasiado largas

Interlineado de 1,5ptos más que el cuerpo de la fuente

Alineación izquierda. Evitar justificación.

Evitar subrayados, se confunden con hipervínculos.

Tamaño y unidades

Es aconsejable no usar texto por debajo de 16 píxeles para facilitar la legibilidad.

El uso de ems permite escalar el tamaño del texto para adaptarlo al dispositivo en el que se visualiza.

Uso de unidades relativas (em) en lugar de absolutas(px)

Más sobre tipografía

<http://anahuacmayab.mx/designia/?p=716>

[Material Design](#)

ICONOGRAFÍA

Es el estudio de los diferentes iconos existentes en la web, no solo su forma sino también cada una de sus partes o mejor dicho la manera como estos nos ayudan a modificar una página, haciendo así más rápida la comunicación entre el usuario y el ordenador.

La palabra icono se utiliza para designar a las imágenes gráficas generalmente pequeñas y que suelen ser metáforas de las acciones que se pueden hacer.

Los iconos evitan leer textos y el usuario obtiene de una forma más rápida las opciones que nos presentan. Por lo tanto, una buena elección de estos iconos es muy importante ya que si un usuario no es capaz de determinar su significado no hemos conseguido nuestro objetivo de ahorrarle tiempo en la visualización de la página.

Otro dato a tener en cuenta es la estandarización en la elección de un icono, es decir, iconos a los que estamos acostumbrado o son muy fáciles de interpretar. Consejo: NO DEBEMOS ARRIESGAR. Porque podemos despistar al usuario.

La importancia de los iconos.

<https://onextrapixel.com/line-style-iconography-in-website-design/>