**Principios de diseño**

- **Dieter Rams**:  
 Innovador, hacer que sea útil, estético, compensible, discreto, honesto, de larga duración, minucioso, amigable con el medio ambiente, poco diseño como sea posible.  
  
- **Donald Norman**:  
 *-"Saber cómo la gente va a usar algo es esencial"-*  
 Su libro: "The Design of everyday things" (diseño industrial).  
  
 **Affordances** (tijeras): Propiedades del objeto + habilidades del usuario.  
   
 **Significantes** (manija de la puerta de un coche): Dicen qué hacer y cómo.  
 \* **Gestos significantes ocultos**: Tap, double tap, drag, flick.

\* **Significantes confusos**: Aquellos que se contradicen o no quedan del todo claros.  
  
- **Patterns librarys:**  
 <http://ux.mailchimp.com/patterns>  
 <https://developer.yahoo.com/>  
 <https://developer.apple.com/library/ios/documentation/UserExperience/Conceptual/MobileHIG/index.html#//apple_ref/doc/uid/TP40006556-CH66-SW1>  
 <http://ui-patterns.com/patterns>  
 <http://getbootstrap.com/>  
 <http://designmodo.github.io/Flat-UI/>  
  
- **Principios de diseño de interacción - Bruce Tognazzini**  
 <http://galinus.com/es/articulos/principios-diseno-de-interaccion.html>

**El buen diseño**:  
  
\* **es innovador**:  
 - Aprovechar las oportunidades que ofrece el constante desarrollo tecnológico.  
\* **hace a un producto útil**:   
 - Factor principal: que sea práctico / útil.  
 - Factor secundario: estética, factores psicológicos.  
\* **es estético:** - No debe carecer de belleza.  
\* **hace a un producto comprensible:**   
 - Expresa claramente su función mediante la intuición del usuario.  
\* **es honesto:**   
 - No hacer promesas falsas sobre su utilidad.  
\* **es discreto:**

- Su diseño debe ser neutro y sobrio.  
\* **tiene una larga vida:  
 -** Crear producto útiles y atemporales.  
\* **es consecuente en sus detalles:  
 -** Diseñar con precisión y detalle.  
 - Mostrar a través del diseño respeto hacia los consumidores  
\* **respeta al medio ambiente:** - Contribuir a la preservación del medio ambiente / minimización de la contaminación / etc.  
\* **es diseño en su mínima expresión:** - Destacar los aspectos fundamentales de un producto de manera simple y efectiva.  
  
" Debemos de conocer como es que las personas usan las cosas. "  
  
Con esto se comienza a hablar de realizar pruebas con usuarios:  
 Ejemplo: *Observar como interactuan con la plataforma.*

***Frameworks visuales***

**1.** FW ESTRUCTURAL: es el orden aplicado a los elementos de una UX para que éstos mantengan un propósito coherente.   
  
EJ: Cada sección en la que trabajamos es como la habitación de una casa. "no pongas a tu usuario a comer en el baño".   
  
  
  
**2.** FW VISUAL: es la concreción del fw estructural. Tener en cuenta que cada decisión de diseño que tomemos debe tener equilibrio entre lo estético y lo fincional.   
  
EJ: el uso de variación en las características tipografícas para delimitar jerarquías.  
<http://designblog.uniandes.edu.co/blogs/dise2517/files/2012/07/gama-serial.pdf>  
  
  
  
3. FW SOCIAL: oportunidades de interacción.  
  
EJ: likes, chat, compartir, comentar.  
  
  
  
4. FW CONCEPTUAL: en el curso se habla del tipo de lenguaje e imágenes que se usan para crear una atmósfera. En mi humilde opinión considero que lenguaje e imágenes son medios para transmitir el concepto y que el concepto es la idea (o ideas) sobre la cual sustentamos la comunicación del proyecto e incluso la misma UX.  
  
EJ: <http://www.mcdonalds.co.uk/littlepiccadilly>  
  
El concepto condiciona todos los demas fw.

**HOW to UX**

**- Tipos de diseños**:  
 *Sketch > Wireframes > Mockups > Prototypes***Sketch**: Dibujos o rallones que contienen las ideas en crudo del proyecto.  
  
**Wireframes**: Se representa la funcionalidad, el acomodo y el contexto de la página.  
 Bajo nivel: Hechos a mano en papel.  
 Alto nivel: Mediante software.  
  
**Mockups**: Basados en los wireframes. Son más detallados teniendo más especificado la paleta de colores, las tipografías, etc. Básicamente es la versión final del diseño.  
  
**Prototypes**: Fase de testeo de la aplicación con respecto al diseño/usabilidad de la misma suceptible a cambios.  
  
**- Invisionapp**: <http://www.invisionapp.com/>  
 Realiza mockups de alto nivel con variedad de funcionalidades en el cloud. (*requiere registrarse*).  
  
**- Diseñador de experiencia de usuario**: Resuelve problemas de interfaz más que diseñar lo bonito que quedará la interfaz.  
  
**- Las W**:  
 ¿Qué problema estamos tratando de resolver?  
 ¿Quién es el cliente?  
 ¿En dónde podemos mejorar en patrones y soluciones que ya existen?  
 ¿Por qué nuestro producto soluciona el problema?  
 ¿Cómo pueden los datos ayudarnos a entender lo que estábamos construyendo?  
  
**-Comparativa entre interfaces (M. Office vs Pages)**: Se trata el tema de estimar que es mejor si añadirle a una aplicación todas las opciones posibles y hacerlas visibles o bien ser más escuetos pero añadiendo aquellas que realmente son imprescindibles por lo que el manejo sería mas intuitivo y mejor para el usuario.  
  
Un saludo!

Un buen diseñador/maquetador web sabe que crear un site no es sólo cuestión de colocar elementos aquí o allá *para que quede bonito*. El mundo web es bastante más complejo que eso y cosas como la [accesibilidad](http://es.wikipedia.org/wiki/Accesibilidad_web),[usabilidad](https://thefricky.wordpress.com/2007/11/30/%c2%bfque-es-la-usabilidad-web/), semántica y [SEO](http://www.cristalab.com/tags/seo/) (y no estoy hablando de personas/empresas que te prometen colocar tu sitio de primero en Google en dos días) son elementos fundamentales, no sólo para que tu sitio se llene de visitas sino, más aún, para que esas visitas vuelvan y se conviertan en fieles.  
  
Lamentablemente, es muy común ver que estas cosas son ampliamente ignoradas, a veces por tiempos de entrega que se mueven entre lo mediocre y lo imposible, clientes que sólo quieren un sitio igualito a aquel, o simplemente por no considerar la verdadera importancia que tienen los aspectos arriba mencionados en el mundo web. Muchas veces esto ocurre porque olvidamos que el verdadero objetivo de un sitio web no es crear una especie de tarjeta de presentación en internet sino un medio de comunicación entre el cliente y su mercado. Esto no me parece una consideración menor, al contrario, comprender el objetivo final es algo vital a la hora de pensar en el producto en el que estás trabajando.

Ahora mismo nos encontramos en uno de los momentos más excitantes de la tecnología, posiblemente desde la aparición en escena de la web social (conocida también como web 2.0): [HTML5](http://www.cristalab.com/tips/introduccion-a-html5-c92171l/), [Flash en dispositivos móviles](http://www.cristalab.com/tips/flash-en-android-como-instalar-flash-player-10.1-en-froyo-c89380l/) y [televisores](http://www.cristalab.com/blog/google-tv-c87854l/), tablets, smartphones y un largo etcétera que hace que nuestras ideas sobre nuevas formas de hacernos millonarios comiencen a surgir a borbotones y nuestra cabeza explote con las nuevas cosas que queremos y debemos aprender sólo para mantenernos al día.   
  
Creo que es en momentos como éste donde debemos recordar lo aprendido y no olvidar cosas como la usabilidad o accesibilidad justo en el momento en que se vuelven más importantes, sobre todo teniendo en cuenta que dispositivos como los smartphones y tablets nos exigirán repensar una y otra vez sobre nuestras aplicaciones y el modo como nuestros usuarios interactuarán con ellas. Estoy convencido que la idea de “trasladar la experiencia de la PC a los nuevos dispositivos” no es la forma más acertada de entender el futuro de la web.

Piensa en móviles primero

Crear sitios específicamente para móviles no es una idea novedosa (¿recuerdan el protocolo [WAP](http://es.wikipedia.org/wiki/Wireless_Application_Protocol)?), pero la aparición de dispositivos móviles con cada vez mayores capacidades le ha dado un nuevo auge, aún cuando creo estamos lejos de ver lo que realmente pueden llegar a ser. En el nuevo mundo móvil tenemos browsers de verdad, mayor capacidad, Wi-Fi, etc. que nos da todo un nuevo abanico de posibilidades.  
  
Sin embargo, no podemos olvidar que estos dispositivos no cuentan con las mismas ventajas en términos de resolución de pantalla, velocidades de conexión, etc. lo que nos obliga a crear una interfaz que funcione específicamente dentro de estas limitaciones.  
  
Eso significa que, en miras de hacer un proceso escalable y siguiendo los patrones del Progressive Enhancement, lo ideal será pensar primero las interfaces con mayores limitaciones y luego aumentar las prestaciones a medida que los recursos aumentan: móviles primero, luego tablets y de allí a la PC.  
  
Claro que siempre existe la posibilidad de que el proyecto en el que vas a trabajar no contemple móviles y entonces te preguntes ¿y para qué voy a diseñar para móviles entonces? Bien, dos respuestas: 1.- Deberías proponer a tu cliente la posibilidad de tener una versión para móviles (antes que a alguien más se le ocurra). 2.- Aunque no vayas a crear una versión móvil, pensar en términos de móvil te permitirá desarrollar ciertas habilidades que mejorarán tu producto en áreas como usabilidad y jerarquía de contenidos.

¿Qué implica diseñar para móviles?

Obliga a enfocarse en lo verdaderamente importante:

Dadas las limitaciones que tenemos en un dispositivo móvil (tamaño de pantalla, velocidad de conexión, etc.) es indispensable aprender a jerarquizar la información ¿qué es realmente lo que queremos que nuestros usuarios sepan? ¿Cuáles de los servicios que nuestro sitio ofrece son realmente usados como para aparecer de primero en nuestra lista de jerarquía? ¿Realmente es útil darle la bienvenida con un lindo texto de presentación o es mejor mostrar de una vez aquello que los usuarios realmente buscan en nuestro sitio?  
  
Para ilustrar mi punto, quiero citar Steve Krug, en su ya clásico libro sobre usabilidad web: Don’t Make Me Think:  
  
**Steve Krug :**  "a veces la gente me pregunta ¿Qué es lo más importante que debería hacer si quiero asegurarme de que mi sitio es fácil de usar?”  
  
La respuesta es simple. No es “Nada importante debería estar a más de dos clics de distancia”, o “Habla en el lenguaje del usuario”, o siquiera “Sé consistente”.  
  
Es…  
  
**“¡No me hagas pensar!”**  
  
He estado diciéndole a la gente por años que ésta es mi primera ley de usabilidad. Y mientras más páginas web veo, más me convenzo.  
Diseñar un sitio específicamente para móviles nos obliga a entender al usuario, a saber qué es lo que busca en nuestro sitio y darle justamente eso. Es imprescindible que sepamos enfocar nuestro sitio en aquello que realmente queremos mostrar al usuario o aquello que sabemos que realmente quiere de nosotros, desechando aquellas cosas que, por interesantes que puedan ser desde nuestro punto de vista, resulten secundarias o poco importantes para él.

Hace fundamental conocer al usuario final

Uno de los principales problemas que enfrentamos con nuestros clientes es que, por lo general, no piensan en sus usuarios a la hora de crear el sitio web, haciendo solicitudes que responden básicamente a una mezcla entre sus gustos personales (o los suyos, los de su pareja, los de sus socios, etc.) y las cosas que desea que el sitio muestre sobre su producto. La mayoría de las veces esto se traduce en un montón de información (muchas veces innecesaria y sin importancia para el usuario final) combinada con una serie de pautas estéticas tomadas de otros sitios web: la galería de acá, la animación de allá, el fondo de más allá…Una especie de Frankenstein hecho a la medida de quien solicita la página pero que poco o nada tiene que ver con quien realmente debería interactuar con esta información.  
  
Cuando las limitaciones propias de los dispositivos móviles nos obligan a prescindir de aquello que no es realmente necesario, conocer al usuario, sus preferencias, su comportamiento se convierte en algo vital. Si le damos sólo aquello que no necesita, si no entendemos qué es prioritario para él, si no nos preocupamos del modo como se comportan los usuarios cuando navegan desde un dispositivo móvil, nuestro sitio será un fracaso. No lo olvides, un sitio web es exitoso si es redituable, de lo contrario sólo es una pérdida de dinero.  
  
Se hace entonces más evidente que a la hora de desarrollar nuestra idea, conocer al usuario final y actuar en consecuencia marca la diferencia entre el éxito y el fracaso de nuestro proyecto.

Nos obliga a presentar un buen producto, incluso con recursos limitados

Por supuesto, cada vez que yo digo smartphone, lo más probable es que pienses en iPhone, Android o Blackberry, por decir lo común, y eso está muy bien si estamos pensando en lo que será el mundo móvil dentro de unos dos o tres años, pero hoy mismo, este mercado apenas abarca una fracción del mundo móvil en general y no hace falta tener un smartphone para acceder a la [*Mobile Web*](http://en.wikipedia.org/wiki/Mobile_Web), por supuesto, un teléfono móvil no-smartphone tiene aún más limitaciones que un smartphone. Se hace necesario mostrar un producto que sea atractivo y –sobre todo– efectivo incluso con recursos muy limitados. Esto, aunque requiera un mayor esfuerzo en planificación, resultará en un producto más veloz y óptimo.  
  
En conclusión, hacer el cambio de paradigma de *móviles a PC* en vez de *PC a móviles* no sólo nos prepara para el futuro cercano en el que desarrollar sitios optimizados para estos dispositivos no será simplemente un lujo de grandes empresas sino una necesidad real del mercado sino que además nos permite hacer un necesario ejercicio de arquitectura de la información en pro de un producto más efectivo y usable.  
  
Estas son sólo algunas de las consideraciones personales que me motivan a exponer la idea de diseñar para móviles primero, si les parece interesante esta idea y quieren profundizar en ella, el primer lugar donde deberían buscar información es en el sitio de Luke Wroblewski, promotor de la idea de [Mobile First!](http://www.lukew.com/ff/entry.asp?1137)

y que además agrega otras razones a las acá expuestas (excepto en el caso del enfoque, que también hemos tratado acá). Hay mucha más información al respecto allí y deberías revisarla.  
  
Mucho queda por decir y aprender respecto a este tema, por supuesto, así que tendremos que volver a ello en posteriores artículos.