Principios y planificación de diseño web

1. Elementos del diseño\*\*

\*Diseño\*: se define como la proyección y planificación previa antes de realizar un proyecto.

Las ideas y conceptos del diseño deben ser comunicadas por el/los diseñadores de forma clara mediante elementos gráficos.

\*Percepción\*: Es el proceso de recogida del tratamiento de la información sensorial (imágenes, sonidos, impresiones o sensaciones externas).

- \*\*ELEMENTOS CONCEPTUALES\*\*

- \*Punto\*: Indica posición, principio y fin de una línea y donde dos líneas se cruzan. Imaginación.

- \*Línea\*: Delimita espacios da lugar a formas. Representa perfil y contorno..

- \*Plano\*: Largo y ancho pero no grosor. Limites extremos de un volumen.

- \*Volumen\*: Bidimensional, limitado por planos.

- \*\*ELEMENTOS VISUALES\*\*

- \*Forma\*: Área que destaca del espacio que la rodea. Límite implícito/explícito.

- \*Medida\*: Tienen un volumen o dimensión. Relativo, comparación, medible.

- \*Color\*: Para llamar la atención sobre una parte determinada.

- \*Textura\*: Característica visual/táctcil de una superficie. Rugo,Suavi,Asp,Homog etc.

- \*\*ELEMENTOS DE RELACIÓN\*\*

- \*Dirección\*: Depende de relación con observador, o con otras formas cercanas.

- \*Posición\*: Juzgada respecto al cuadro que la contiene o a la estructura global.

- \*Espacio\*: Formas ocupan espacio. Ilusión profundidad con contraste, variación...

- \*Gravedad\*: Psicológica: pesadez/ligereza, estabilidad/intestabilidad. Indv o grupo.

- \*\*ELEMENTOS PRÁCTICOS\*\*

- \*Representación\*: Forma que deriva de algo de la naturaleza/mundo.

- \*Significado\*: Mensaje visual percibido a un diseño.

- \*Función\*: Cuando un diseño sirve para un determinado propósito.

## \*\*2. Diseño de una interfaz web\*\*

Objetivos en el DIW

- Conocer qué tipo de usuarios usarán la web.

- Que estos usuarios accedan de una manera rápida y sencilla.

### \*\*Características de una interfaz web:\*\*

- Usable: Resulta fácil el uso de la inferfaz. No provoca dudas. Eficiencia.

- Visual: Que no sean únicamente elementos decorativos, orientados a conseguir los objetivos del sitio. Experiencia positiva.

- Educativa: Que sea fácil de aprender por el usuario, en cantidad de tiempo.

- Actualizada: No está desfasada y aparece la fecha de actualización.

## \*\*3. Cómo conseguir la usabilidad en DIW\*\*

- 1: \*\*\*Ideación\*\*\*. Considerar las diferentes maneras de solventar los problemas de los usuarios. Se crea un mapa conceptual con los conceptos y las frases de enlace (acciones), entre usuarios y los elementos de la web.

- Un mapa conceptual está formado por:

- Conceptos: dentro de un rectángulo

- Frases de enlace: etiqueta de la línea que une conceptos. Son verbos

- 2: \*\*\*Experience Map\*\*\*. Diagrama con las fases que sigue un usuario actual o potencial interactuando con nuestro servicio.

- 3: \*\*\*Persona Creation\*\*\*. Creamos los potenciales grupos de usuarios y los estudiamos. para ser competitivos. Cliente primera vez, esporádico, sin contactar.

- Se busca evaluar comportamientos, motivaciones de compra...

- Crear atributos personales en personas:

- \*\*Para B2C\*\*: Demografía (edad, género, educación, ocupación).

- \*\*Para B2B\*\*: Tamaño de la empresa cliente.

- Psicográfico (objetivos,tareas,motivación)

- Webographics (experiencia web, ubicación de uso, plataforma de uso, frecuencia de uso)

- 4: \*\*\*Scenario Mapping\*\*\*. Son una historia de la experiencia de usuario, qué busca, qué pasos realiza, y se apuntan con comentarios, preguntas sobre el diseño e ideas y mejoras.

- 5: \*\*\*Prototyping & User Testing\*\*\*. El foco son las necesidades, deseos y limitaciones de un usuario. Y cada característica se construye y verifica en torno a ello.

- Para ello hay que entender a esos usuarios, qué necesitan, ver otras solucionas al problema, y hacer un boceto de nuestras ideas -> TESTEAR diseño con las personas objetivo (desde boceto hasta la maqueta con código).

- En el testing: Qué hace esta función, te gusta? qué nno te gusta? 5-7 personas.

- no somos testing, neutrales, tomar buenas notas

## \*\*4. Componentes y arquitectura de una web\*\*

### Elementos interfaz web

- \*\*Identificación\*\*: sirve identificar el sitio web, son el título, portada, imagenes institucionales, logo, nombre del organismo, sitio...

- \*\*Navegación\*\*: Permiten moverse por las secciones. Con elementos para

- regresar a la portada

- menu de secciones/áreas de interés (misma posicion siempre) arriba debajo de logo

- información sobre la ubicación del usuario dentro de la web.

- \*\*Contenidos\*\*: Información relevante a cada una de las páginas del sitio.

- título de contenido

- zona del propio contenido.

- \*\*Interracción\*\*: Acciones de los usuarios, cambiar idioma, buscar, mandar opinión, introducir datos...

### \*\*Maquetación\*\* de una página web:

- El diseño debe ser consistente en todas las páginas del sitio, manteniendo la misma estructura.

- Boceto inicial siguiendo las especificaciones del cliente.

Una maquetación puede contener los siguientes elementos:

- bloque de encabezado: parte superiro, logo, nombre empresa, busquedas...

- bloque de navegación

- bloque de contenido: la razón por la que el usuario visita la página web

- bloque de pie

Si es un sitio grande y complejo conviene tener un \*\*mapa del sitio\*\*.

Con la \*\*jerarquía visual\*\* intentamos que el usuario dirija la vista hacia donde queremos.

Los espacios en blanco son importantes para aumentar la legilibidad (o puntos focales fuertes).

### Principios Gestalt

\*\*Principios\*\* Gestalt para ayudar al usuario a comprender más rápido el funcionamiento:

- Figura-fondo

- Puntos focales: para verse diferente de sus alrederdores, contraste.

- Proximidad: Nuestra mente agrupa los elementos en función de la distancia que hay entre ellos.

- Semejanza: Nuestra mente tiende a agrupar aquellos elementos que son similares en su aspecto visual: forma, color, tamaño, etcétera.

- Simetría: Percibimos un único elemento lo que está simétrico, balance composicional de la página.

- Sin balance hay más tensión, los elementos individuales dominan todo. Para ver si hay balance:

- Peso visual: el peso percibido de un elemento visual.

- Dirección visual: la dirección que debe tomar un elemento si se pudiese mover.

-hay 4 tipos de \*\*balances\*\*:

- simétrico: formal, estable

- asimétrico: dinámico, interesante, energíco. Más complejo.

- radial: los elementos irradian de un centro común.

- mosaicos: carece de puntos focales distintivos, comparten los els. énfasis.

- Continuidad: Los detalles que mantienen un patrón o dirección se agrupan juntos.

- Cierre: Percibimos figuras cerradas ayunque estén incompletas.

- Área o tamaño relativo:

Todos los principios anteriores quedan recogidos en la \*\*Ley de la buena forma /simplicidad /pregnancia\*\*

|\_ simplicidad, equilibrio, estabilidad

### Mapa sitio web

Tipos de relación de las páginas del sitio:

- Lineal: cuando la lectura de la misma es secuencial.

- Reticular: cuando todas las páginas están relacionadas entre sí. No cuando hay muchas, lioso.

- Jerárquica: la más común, secciones diferenciadas pero de poca complejidad.

- Lineal jerárquica: muy usada, volumen de informacion elevado cada sección.

## \*\*5.Color\*\*

Rueda de color: 12 colores.

Colores primarios, secundarios y terciarios.

Colores frios: entre amarillo-verdoso y el púrpura.

Colores cálidos: rojo-púrpura y el amarillo.

Colores complementarios: lado opuesto de la rueda de color. CONTRASTE

Colores análogos: se encuentran juntos en la rueda de color. ARMONÍA

Colores monocromáticos: son todos los tonos y matices de un mismo color.

- Sistema \*RGB\* (aditivo)

El ojo humano percibe rojo, verde y azul, el resto se consiguen con la adición de estos en diferentes proporciones. Blanco los 3 colores, negro sin color. Decimal y hexadecimal.

- SISTEMA \*CMY\* (substractivo)

Trabaja mediante la absorción de la luz (colores secundarios). Los colores que se ven son la parte de luz no absorbida.

- MODELO \*HSL\* (perceptivo)

- Matiz (tono): coolor

- Saturación (croma): pureza del color o interferencias

- Brillo (valor):

## \*\*6. Definir la arquitectura de una web\*\*

1. Definir una página de inicio no confusa: El usuario debe saber al entrar, ¿qué es ésto? y ¿por dónde empiezo? :

1. Buscador personalizado

2. Tagline que explique el servicio o producto.

3. Log in, sign up debe sobresalir.

4. Contenido sensible al tiempo para que los usuarios sepan que se actualiza con frecuencia + sección contenido tendencia.

2. Definir cómo puede encontrar el usuario el contenido en la web.

1. Conoce lo que quiere buscar y sabe cómo encontrarlo

2. Exploración: sabe qué, pero no dónde está

3. Desconocimiento: No sabemos lo suficiente lo que queramos para saber dónde buscarlo.

4. Reecontrar: contenido ya visto.

3. Organizar el contenido de las páginas.

1. Primero tenemos que identificar nuestro contenido.

2. Agrupar este contenido en pilas (usuarios objetivos).

3. Poner etiquetas a cada una de las pilas.

4. Mapa del sitio.

5. Cada etiqueta pila puede ser un elemento barra de nav persistente.

6. Gráfico con la interrelación de cada uno de los contenidos.

4. Mejorar la navegación.

1. Logo link al home

2. input de búsqueda

3. Barra de navegación y una secundaria

4. Breve descripción de los elementos para ver si interesa o no. Frase o logo

5. Disposición de los contenidos en temas de interés.

6. Etiquetas que pueda filtrar el usuario, meta tags, pestañas... Para personalizar el filtrado.

7. Facilitar las elecciones.

6. Consideraciones finales.

1. En compra, dar masticado el proceso en varios pasos para no abrumar o liar en la experiencia.

2. Adaptive

## \*\*7. Tipografía\*\*

La tipografía es verbal y visual.

A tener en cuenta:

- Fuente

- Estilo o tipo de fuente

- Tamaño de la fuente

- Color de la fuente respecto al fondo

Familias:

- Seriff: con serifa

- Sans-seriff: sin serifa. gubernamentales u educativas, ciencia.

- Cursive: inclinadas y ornamentadas, a mano

- Fantasy: sobre todo títulos, muy ornamentadas

- Monospaces: cada letra ocupa lo mismo (máquina)

- Serif-humanist: Clásica y tradicional. Emula caligrafía. períodico o historia.

- Serif-transicional: Estilizada, dinámica, + sharp. académica o legal.

- Serif-modern: estructurada, clara, elegante. artísticas culturales.

- Serif-slab: amigable, marketing/promocional. marketing y promocionales

El \*subrayado\* principalmente para enlaces, por no despistar al usuario.

Se pueden mezlar estilos, pueden ser similares y complementarse, o utilizadas diferentes para crear contraste.

Tamaño: diferente entre titular y cuerpo del contenido.

- body: 16-26px 50-70 palabras con espacios por linea max.

- en movil 19px

Color de la fuente sobre el fondo:

- Se lee mejor un texto de color oscuro sobre fondo claro que al revés.

- Mejor sobre fondo liso que textura o imagen

## \*\*8.Guías de estilo\*\*

Es la documentación de las pautas a seguir durante la generación del sitio web. Estas pautas se recogen en la guía de estilo, que utiliza el equipo de diseño durante la generación y el mantenimiento de sitio.

\*Elementos\* para poner en la guía de estilo:

- tipografía

- colores

- espacios en blanco

- fotografías

- logos

- imágenes

- iconos