

Agencia de
Aprendizaje
a lo largo
de la vida

DISEÑO UX/UI Clase 13

Patrones de Diseño





Les damos la bienvenida

Vamos a comenzar a grabar la clase





Cronograma





Prototipo y Wireframes

- ¿Qué es un prototipo?
- Wireframes en baja/media/alta
- Bocetos a mano
- Wireframe digital
- Figma
- Tarea para el Proyecto Final

Patrones de Diseño

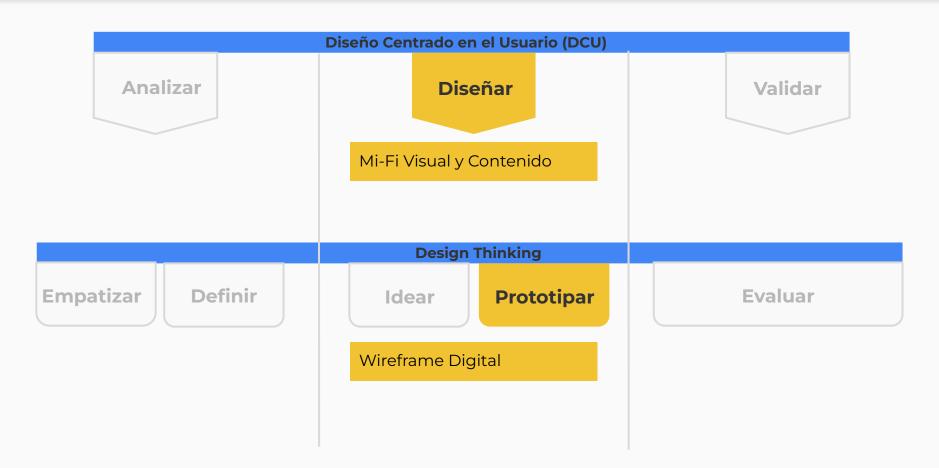
- ¿Qué son los patrones de diseño?
- UX Writing
- Material Design / Human Interface
- Patrones de navegación
- Patrones de interacción
- Tarea para el Proyecto Final

Prototipo Funcional

- Métricas UX
- Prototipo funcional
- Demostración en Figma
- Tarea para el Proyecto
 Final

Mapa de Conceptos







Patrones de diseño

Son técnicas para resolver problemas comunes en el desarrollo de software y otros ámbitos referentes al diseño de interacción o interfaces. Un patrón de diseño resulta ser una solución a un problema de diseño, es decir son soluciones a problemas comunes que podemos encontrar en webs y apps, que ya han sido testeadas y estudiadas para dar una respuesta. Además son reutilizables, lo que significa que pueden resolver un mismo problema en distintas circunstancias.







Patrones de diseño, origen

Se empezó a hablar de los patrones de diseño en los **años 70** con la publicación del libro **"El lenguaje de patrones" de Christopher Alexander**. En él se hacía referencia a problemas arquitectónicos que podían encontrarse y a cómo estructurar o disponer los elementos para solucionar estos problemas. Más tarde, en **1995**, se recogería esta idea para llevarla al **mundo de la programación**, surgiendo el famoso libro **"Patrones de diseño"**.

Como podemos ver es un concepto que puede aplicarse a muchos sectores y también actualmente en el **mundo del diseño de interfaces, la experiencia de usuario y la usabilidad.**





"Los usuarios pasan más tiempo en otros sitios que en el tuyo"

Esta frase nos quiere decir que los usuarios ya tienen un comportamiento marcado y unos modelos mentales porque han visitado muchas webs o aplicaciones antes que la nuestra, y que por lo tanto esperan que nuestro producto funcione del mismo modo que todos los otros que ya conoce.

Los patrones nos permiten **ahorrar tiempo** y ya sabemos que funcionan.





Patrones de lectura

Los usuarios repasan la información con la mirada, no leen.

- **Escanean** la información, de arriba a abajo y ven lo que les llama la atención.
- Navegan chocando con los elementos hasta que encuentran lo que quieren.
- Si encuentran lo que buscan, dejan partes de la página sin siquiera mirarla.
- Encuentran **palabras clave** relacionadas a lo que están buscando.
- Luego de encontrar lo que buscan, es posible que ocurra una lectura detallada, es decir que profundicen en lo que más les importa.





Patrón de lectura "F"

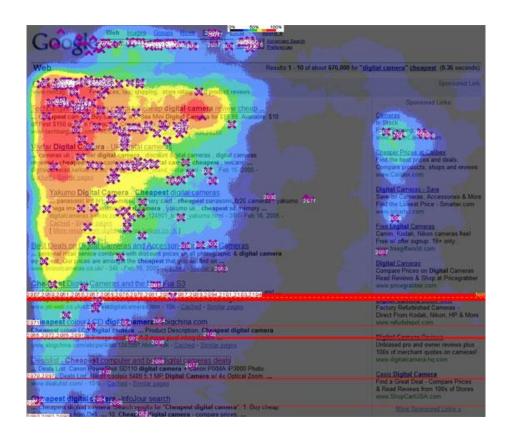
Jakob Nielsen realizó un estudio de "eye tracking" a casi 250 personas y descubrió que al visitar una web la forma de lectura era similar a la letra F.

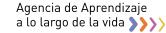
- 1. Escaneaban la información localizada arriba a la izquierda, y el primer párrafo.
- 2. Luego la vista se mueve hacia abajo al comienzo del párrafo siguiente.
- 3. Y por último escanean la información bajando por el lado izquierdo de la página de manera vertical.



Patrón de lectura "F"











¿Cómo debemos presentar los textos?

- Textos concisos, nadie quiere leer un bloque de texto largo. Ir directo al grano, a la información principal, 75 palabras máximo.
- Alinear los textos a la izquierda, porque facilita la lectura.
- Usar jerarquías visuales, que exista una mayor y menor importancia. Usar la negrita para palabras clave así se destacan.
- Formatos escaneables, en bloques breves de información.
- Lenguaje claro para los usuarios, con el que buscan la información.

- No usar lenguaje promocional o marketinero que genere desconfianza.
- No utilizar TEXTOS EN MAYÚSCULAS, dificulta la lectura y puede malinterpretarse.
- En el caso de cometer un error, el usuario debe comprender qué error cometió y cómo puede recuperarse y continuar navegando.
- Incluir subtítulos cada 3 párrafos y dividir por temas. Usar números y viñetas para agilizar la lectura.





Test de los 5 segundos

Mostramos un diseño a una persona 5 segundos, lo retiramos, luego le preguntamos qué recuerda de lo que vió.

Esto nos permite **saber si el diseño fue comprendido** y si **los focos de atención más importantes estaban bien ubicados.**

Les preguntamos:

- ¿Qué recordás de la información?
- ¿Qué llamó más tu atención?





Ejercicio Clase 13

Test de los 5 segundos







SUSCRIBETE YA















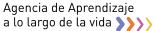












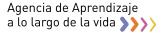




¿Cuál es el tono o lenguaje apropiado?

- Tener en cuenta el ambiente al que pertenece nuestro proyecto, para poder establecer el tono del mensaje: serio, elegante, social, informal, humorístico, informativo, corporativo, familiar etc. Piensa en cómo hablaría tu empresa si fuera una persona.
- Dado el caso debemos hablar como hablan nuestros usuarios, por más que algo se llama técnicamente de una manera, para que el usuario comprenda debemos utilizar la jerga que utiliza.
- No debemos hablar como robots, no es lo mismo cometer un error y que te digan "error #589", a que digan "ups!, tu nombre de usuario no coincide con la contraseña, por favor intenta nuevamente".
- Podemos involucrar más al usuario si en vez de poner "continuar" "ok", ponemos: "Si, realizar la compra", "No, prefiero seguir mirando".







Manual de estilo, marca o identidad (enfocado al lenguaje)

Un manual de estilo, guía de estilo o libro de estilo, es una guía compuesta por un conjunto de criterios preceptuados, por **normas para el diseño y la redacción de documentos**, ya sea para el uso general, o para ser utilizados por los redactores de periódicos u otras organizaciones que también publican textos.





Manual de estilo, marca o identidad (enfocado al lenguaje)

Su objetivo general es dar coherencia y unificar criterios. Periodistas, editores y correctores recurren al manual de estilo para resolver dudas y crear una identidad única.

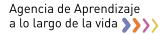
- Definir mensajes clave y público objetivo.
- Mantener la coherencia entre todos los contenidos, aunque hayan sido creados por diferentes personas.
- Resolver dudas comunes entre el equipo de creación de contenidos, con el ahorro de tiempo y esfuerzos que esto supone.
- Ofrece pautas de trabajo para los nuevos redactores, freelancers o los bloggers invitados.
- Marca el estándar de calidad para todos los contenidos que se producen.

2.2.1 Tone of voice

At the heart of the Channel 4 visual identity is the belief that writing and design must work together.

Channel 4 is innovative, independent and irreverent. Therefore, the tone of voice needs to be bold, surprising and challenging.

Sound bites work well on posters and in advertising. They keep communication clear and simple. Below are examples of the headlines from successful campaigns.







La importancia de tener buena ortografía

- Una mala escritura puede crear confusión, poca claridad y falta de coherencia.
- Si una empresa importante comete un error en un diseño para la vía pública o en una publicidad audiovisual por ejemplo, podría provocar la pérdida de millones de dólares en ventas.
- Podría provocarnos la pérdida de una oportunidad de trabajo si presentamos un CV o portafolio que contenga errores ortográficos.
- Estas fallas tienen el potencial de destruir las relaciones con los clientes, no volveremos a ser contratados, y podríamos ser despedidos.
- Otras investigaciones muestran que tan pronto como las personas identifican errores ortográficos en el texto de una página web, inmediatamente la abandonan porque temen que se trate de un sitio fraudulento.





Patrones de navegación

Formas de navegar los contenidos para evitar que los usuarios se pierdan:

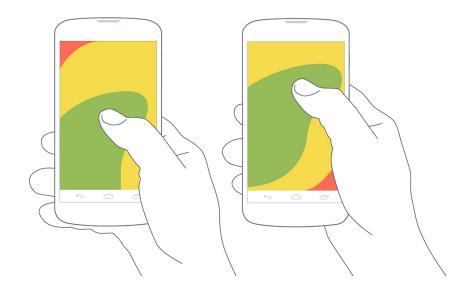
- Drawer: El menú (Hamburguesa) nos permite cambiar rápidamente de pantalla, para aplicaciones con más de 5 destinos no relacionados y poco frecuentes.
- Barra inferior: Nos permite ver la navegación principal de la app, 3 a 5 secciones máximo. (IOS Tab bar/Android Bottom Navigation.)
- Pestañas: Organizan y permiten la navegación entre grupos de contenido que están relacionados. (IOS Segmented control 2 a 5 como botone /Android Tabs 4 fijas o 7 con scroll.)
- Retornos: Se posiciona arriba a la izquierda (IOS Chevron/Android Back.)





Patrones de interacción

Formas en que el usuario **sujeta el teléfono** y el modo que utilizan sus **dedos** condiciona la posición de los elementos.







Patrones de interacción

- Listas
- Desborde
- Buscar
- Cuadro de diálogo
- Notificaciones
- Introducción de datos

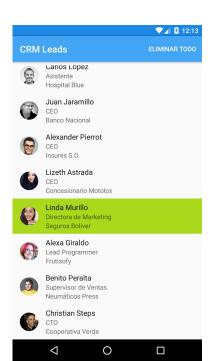




Listas

- Contenido dispuesto verticalmente.
- Muestra ítems y permite al usuario seleccionar alguno de ellos para más información.
- Contienen elementos con acciones primarias y complementarias, que se representan mediante iconos y textos.







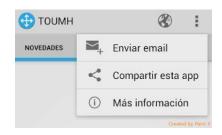




Desborde

- Funciones extra y de uso poco frecuente
- Ocultas la mayor parte del tiempo, hasta que el usuario las reclame.
- Contienen acciones que no entran en la barra de acción por lo que pasan al desborde.





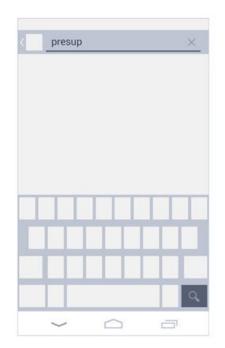


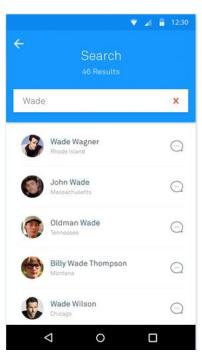




Buscar

 Opción para buscar accesible desde la barra de acciones o desde un campo de búsqueda.





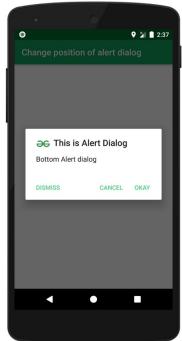




Cuadro de diálogo

- Se utilizan para interrumpir al usuario de forma temporal para que tome una decisión, o para explicar algo que ha sucedido antes de continuar.
- Mientras están visibles, no es posible hacer otra cosa en el resto de la aplicación.
- Limitar su uso.
- Por lo general, se centran en la pantalla, y por encima de cualquier otro elemento de la interfaz.





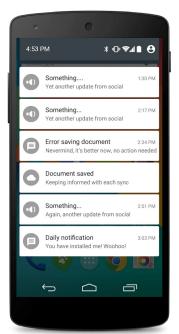




Notificaciones

- Se utiliza para mostrar que acaba de ocurrir, o bien que sucederá en breve.
- Se utilizan mensajes simples de confirmación que desaparecen luego de unos segundos.
- Las notificaciones no siempre requieren la intervención del usuario y no interrumpen su flujo.









Introducción de datos

- No siempre se debe obligar al usuario a utilizar el teclado.
- Existen otras alternativas: menús deslizantes, desplegables, checkbox, o una lista, donde el usuario pueda elegir entre varias opciones.
- Además, existe en el teléfono los sensores de ubicación, cámaras y micrófonos que también podrán ser un input de datos para una aplicación.











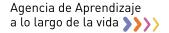




https://material.io

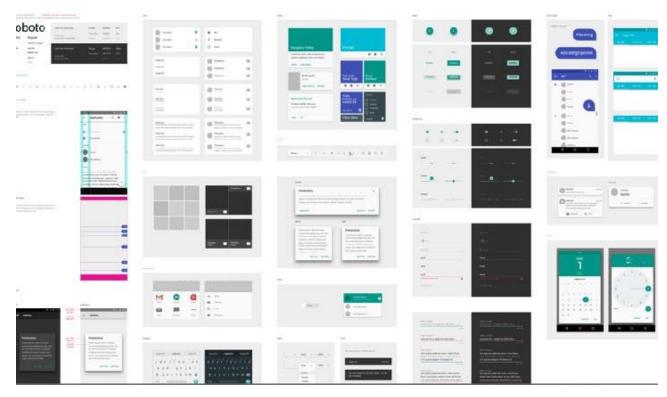
https://developer.apple.com/design/human-interface-guidelines/ios/overview/themes/







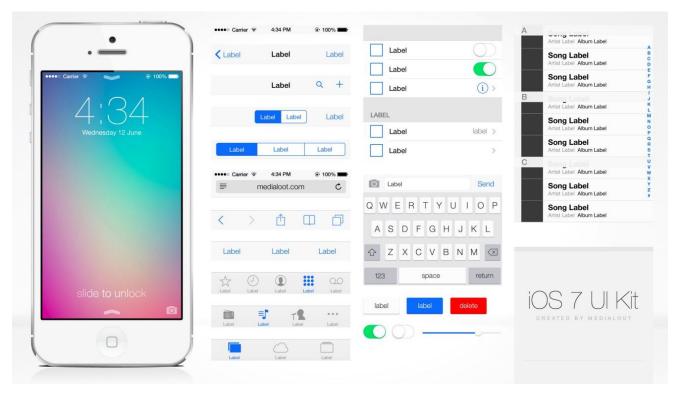
Android - Google: Material Design







IOS - Apple: Human Interface





Tarea para el Proyecto Final

Para continuar diseñando la interfaz del prototipo del Proyecto Final que vamos a desarrollar:

A partir de los Wireframes digitales (pantallas sencillas), vamos a **incorporar los Patrones de Diseño** (los de navegación y luego los de interacción) vistos en clase. En este punto debemos decidir si diseñamos para **IOS o para Android** según la preferencia de nuestra User persona.

Para realizar esta tarea necesitaremos previamente tener hechos los:

- Mapa de sitio
- User Flow
- Wireframes a mano
- Wireframes digitales

Aclaraciones: Guarden todo el proceso, es decir guarden los wireframes digitales y luego sobre una copia incorporen los patrones de diseño. Para esta tarea utilizaremos el Anexo de la clase 13.







Ejemplo de entrega





EVOLUCIÓN DEL PROTOTIPO

1-Login

WIREFRAME A MANO



WIREFRAME DIGITAL



Bienvenido	
G+ CUENTA DE GOOGLE	— Botón
0	
your@mail.com	
Contraseña	
INGRESAR	Botón
Olvidó su contraseña?	
CREAR UNA NUEVA CUENTA	— Botón de registrar

2-Sign in

WIREFRAME A MANO



WIREFRAME DIGITAL



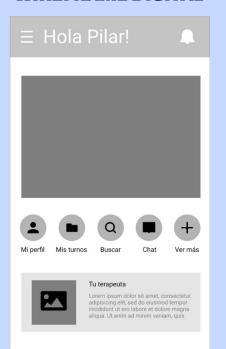


3-Home

WIREFRAME A MANO



WIREFRAME DIGITAL



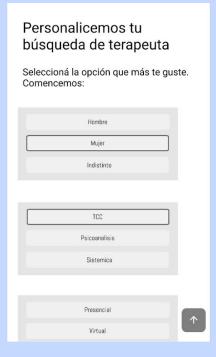


4-Buscador

WIREFRAME A MANO



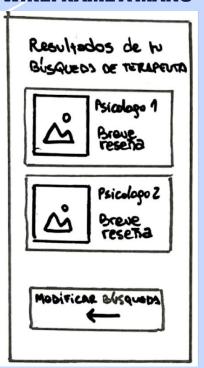
WIREFRAME DIGITAL



Personalicemos tu búsqueda de terapeuta Seleccioná la opción que más te guste. Comencemos:	Navegación — Título — Subtítulo
MUJER	Botones de
INDIFERENTE	selección
PSICOANÁLISIS TCC	
SISTÉMICA	
PRESENCIAL	Interacción
VIRTUAL	

5-Resultados

WIREFRAME A MANO



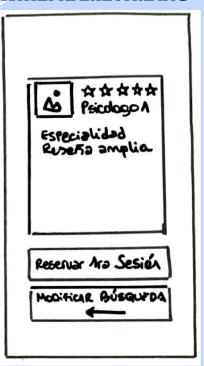
WIREFRAME DIGITAL





6-Reseña

WIREFRAME A MANO



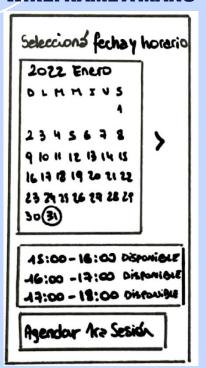
WIREFRAME DIGITAL





7-Agenda

WIREFRAME A MANO



WIREFRAME DIGITAL









No te olvides de dar el presente





Recordá:

- Revisar la Cartelera de Novedades.
- Hacer tus consultas en el Foro.

Todo en el Aula Virtual.





Muchas gracias por tu atención. Nos vemos pronto