

TEMA 01 – ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 02

Dario Briongos García

Tarea 1: Psicología del color

1.1 Investigación breve sobre la psicología del color

La psicología del color analiza la manera en que las distintas tonalidades afectan las emociones y las conductas humanas. Los colores son un instrumento fundamental para comunicar mensajes, crear confianza y orientar la atención del usuario en el campo del marketing y el diseño web. Por ejemplo, se vinculan con energía y urgencia los colores cálidos como el naranja o el rojo, mientras que los colores fríos, como el azul o el verde, comunican tranquilidad y seguridad.

1.2 Ejemplos de marcas según color y emoción

- **Azul** → Facebook 
- **Rojo** → Netflix 
- **Verde** → Starbucks 
- **Amarillo** → Ikea 
- **Naranja** → Fanta 
- **Negro** → Nike. 
- **Blanco** → Apple 
- **Violeta** → Yahoo. 
- **Rosa** → Victoria's Secret 

Tarea 2: Tipografías en la web

2.1 Tipos de tipografías aplicables

En diseño web las tipografías se dividen en varias familias:

- **Serif:** Con remates en los trazos, transmiten formalidad y seriedad. Ejemplos: **Times New Roman, Georgia.**
- **Sans Serif:** Sin remates, modernas y limpias. Ejemplo: **Arial, Helvetica, Open Sans.**
- **Script:** Simulan escritura manual, usadas para transmitir elegancia o cercanía. Ejemplo: **Pacifico, Lobster.**
- **Monospace:** Todas las letras ocupan el mismo espacio, transmiten precisión. Ejemplo: **Courier New, Consolas.**
- **Display/Decorativas:** Usadas para títulos llamativos, no recomendadas para largos textos.

2.2 Recomendaciones de uso

- Priorizar tipografías legibles y con buen contraste.
- No abusar de fuentes decorativas: máximo 2-3 tipografías en un mismo sitio.
- Usar tipografías estándar o web-safe para asegurar compatibilidad.
- Mantener coherencia entre títulos, subtítulos y párrafos.
- Considerar la jerarquía visual: títulos más grandes y destacados, cuerpo en tamaños legibles (mínimo 16px).

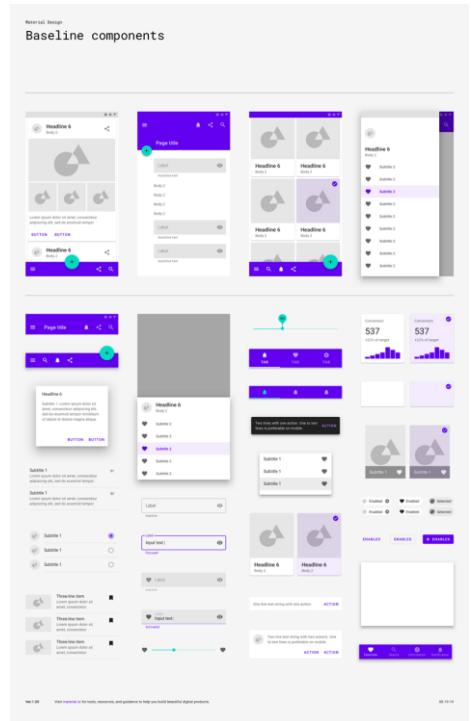
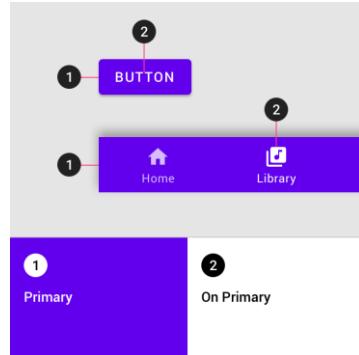
Tarea 3: Comparación de dos guías de estilo

1. Google Material Design
2. Apple Human Interface Guidelines (HIG)

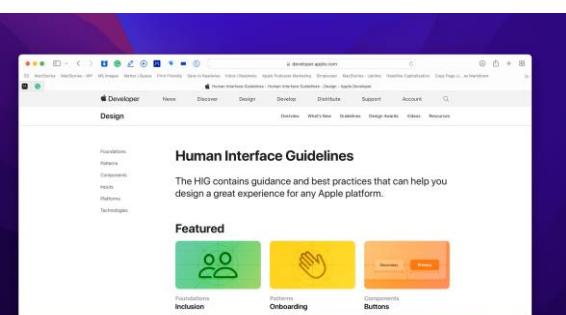
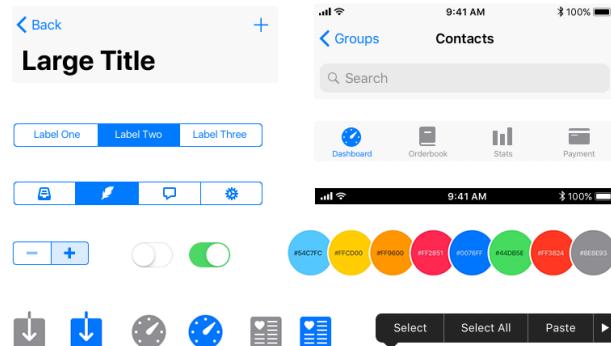
Apartados principales

- Material Design (Google):

- Principios básicos de diseño.
- Colores y paleta cromática.
- Tipografía recomendada (Roboto).
- Componentes (botones, cards, menús, etc.).
- Interacciones y animaciones.



- HIG (Apple):
- Principios de diseño centrados en el usuario.
 - Uso de espacio, jerarquía y claridad.
 - Iconografía y símbolos.
 - Directrices para iOS, iPadOS, macOS.
 - Patrones de navegación.



Partes comunes

- Ambos incluyen: principios de diseño, tipografía, paleta de colores, componentes reutilizables e iconografía.

Diferencias

- Google da más importancia al color y a las animaciones.
- Apple se centra más en la claridad, el espacio en blanco y la experiencia del usuario.

Reflexión personal

Sí, sería posible desarrollar una web completa siguiendo estas guías porque aportan todos los elementos visuales y de interacción necesarios. Sin embargo, se echa en falta en ocasiones ejemplos más concretos de casos de uso o estructuras completas de páginas web (layouts detallados).