



# Diseño (web) inteligente

# ASÍ ESTÁN LAS COSAS

El diseño gráfico en la web corporativa es en su mayoría aburrido, poco arriesgado y muy poco interesante.

**¿Cuál es el motivo?**

- La necesidad constante de usabilidad en nuestros días hace que los sitios necesiten varios frentes de estilos para conseguir triunfar.
- Los expertos en usabilidad se han reunido para rechazar por completo los elementos grandes del diseño web creativo.
- Han establecido "leyes" rigurosas para la creación de sitios, dejando atrás las "pautas" que ofrecían hasta la fecha.

- Las empresas son cada vez más conscientes de la mala usabilidad.
- La idea equivocada de que la web sólo ofrece espacio para ciertos tipos de sitios sigue presente. Al fin y al cabo, ¿para qué vamos a reinventar la rueda?
- Rechazar el diseño principal como mera fase previa supone poner en peligro el éxito de cualquier sitio.

# La solución: implicación personal

- Para ir más allá de un estilo conservador que se limite a copiar, es preciso fijar la atención no sólo en la web corporativa sino en las páginas de los diseñadores web más punteros.
- Los visitantes deben poder "sentir" los sitios. La web no es una base de datos, es un **medio de comunicación.**

## ■ Los objetivos de esta charla son:

- Tratar los procesos de diseño que puedan ayudar a crear un servicio/interfaz/sitio web valioso.
- Perfilar los puntos más importantes.
- Tratar los conceptos de diseño gráfico que puedan ayudar a mejorar la estética de los proyectos.
- Caminar en la dirección adecuada para encontrar más ayuda.
- Contribuir a una **concepción crítica de sitios web y de servicios interactivos.**

# Diseño web

A continuación:

- El proceso de diseño
- Diseño inteligente
- Consideraciones importantes
- Cuidado con Flash
- Puntos importantes

# El proceso de diseño

## ■ Etapas:

- Desarrollo del concepto: es al comienzo del proyecto cuando es preciso dar respuesta a las preguntas más importantes.
- Fase de diseño: selección de las tecnologías que mejor se ajustan al proyecto, recopilación de contenido.
- Producción: combinación eficaz del contenido en una interfaz lógica.
- Comprobación y rediseño...

# Consideraciones de tiempo

- Todo lo relacionado con diseño y producción de un proyecto interactivo lleva su tiempo:
  - Tiempo para saber qué funciona en la web
  - Tiempo para saber qué herramientas utilizar
  - Tiempo para producir el producto acabado
- Conseguir un buen diseño es **DIFÍCIL**. No es algo espontáneo ni improvisado y no se da con ello a la primera.

# Identificar el objetivo

- Identificar el problema que se resolverá gracias al sitio web/servicio interactivo.
- Centrarse en un problema: cuanto más definido esté el objetivo, mejor podrá desarrollarse una solución válida y más fácil será detectar las causas de su mal funcionamiento.
- Elegir el método de comunicación adecuado: ¿por qué la web?

# Identificar el público

- Es necesario determinar el público al que el producto va dirigido para poder hacer que la solución de diseño sea lo más indicada posible y estéticamente acertada para los visitantes.
- También necesitará información práctica acerca del equipo utilizado por el público cuando se conecta a la web.

# Dar forma a la solución

- Si el cliente necesita aumentar la conciencia de su marca, la estrategia debe conseguir que el visitante salga del sitio con la sensación de que la marca del cliente es igual o mejor que cualquiera de la competencia.
- En el caso de organizaciones sin ánimo de lucro o para la sección de atención al cliente, el entorno deberá ser distinto, pero deberá seguir garantizando que la información y los recursos que buscan los visitantes siguen estando fácilmente disponibles.
- ***Siempre hay que diseñar con un objetivo en mente y no dejarse llevar por adornos estéticos e irrelevancias ornamentales.***

# Dar forma y volver a dar forma

- No se puede diseñar un sitio, entregarlo al cliente y salir corriendo.
- Dentro del propio sitio debería existir una forma de comprobar si ha conseguido captar el público que se perseguía y si se ha logrado transmitir el mensaje.
- Ser flexible desde el principio.
- Realizar prototipos simples y creaciones junto con los miembros de su grupo.

# El otro tipo de contenido

- ■ El mensaje del cliente no es el único contenido importante del sitio. Los visitantes no son un público fácil. **Debe hacerse lo posible por llamar su atención.**
- A cambio del tiempo que pasan en el sitio o utilizan el servicio, los visitantes quieren obtener información que puedan aplicar, herramientas que puedan utilizar, atractivos que puedan disfrutar, juegos a los que jugar, cosas para descargar o enlaces a otros sitios interesantes que visitar.

# La tecnología no es contenido

- Siempre es tentador mostrar los avances tecnológicos más vanguardistas en el sitio y adornar el servicio con lo mejor y lo más moderno.
- Pero demasiada modernidad puede hacer que el contenido del sitio quede oculto.
- **Nada de lo que utilice para crear la experiencia debe ocultar o alejar los objetivos del proyecto.**

# ¿Qué puede hacer la tecnología?

- Movimiento, sonido, interactividad, gráficos estándar bien diseñados... todo contribuye a que los visitantes se fijen en el sitio y que puedan incluso recordarlo.
- Un uso inteligente de la tecnología puede reforzar el mensaje o presentar la información de forma novedosa e interesante.

# Adaptar la tecnología al público

- Público especializado → sitio web de alta tecnología con elementos y *plugins* de última generación.
- Público general → tecnologías probadas y conocidas. Si se recurre a la última tecnología, el sitio puede quedar restringido únicamente a visitantes que están preparados para ella.

# Otras consideraciones tecnológicas

- Velocidad del procesador y de la conexión del equipo del usuario.
- Tamaño del monitor.
- Versión del navegador.
- Problemas con etiquetas HTML.

# Cuidado con Flash

- Macromedia Flash es una herramienta gráfica estu- penda para mejorar el proyecto si se usa bien.
- Por desgracia, Flash es una de las tecnologías de las que más se abusa (veremos ejemplos más adelante).

Como uno de mis diseñadores favoritos apuntó de manera sucinta en una ocasión:

*“Lo que pasa es que Flash irrumpió y todos los diseñadores jóvenes y rebeldes dejaron a un lado las interfaces sencillas para lanzarse al torbellino de la irrelevancia poligonal y poliédrica.”* – Curt Cloninger

# Metáfora

- Establecer una metáfora uniforme para el servicio/sitio del proyecto
- Una vez desarrollado el concepto, hay que diseñar la idea que se utilizará para conseguir transmitir el contenido del sitio a los visitantes.
- Si el diseño del sitio utiliza una metáfora deberá incluir un tipo de realidad física para que los visitantes puedan asumir el espacio en el que se encuentran.
- Considerar, no sólo lo bien que la metáfora transmite el mensaje y atrae al público, sino también si la metáfora podrá utilizarse de forma continua y coherente en todo el sitio web.

# Personalidad

- El servicio requiere una identidad y personalidad únicas para que pueda sobresalir.
- ¿La entrega de la información será divertida, técnica, moderna, atrevida o formal?
- Sea como sea: **mantenga una coherencia.**

# Estilo

- Uno de los elementos más importantes que contribuyen a dar un toque personal al diseño es su estilo: presentación, gráficos, tipos, colores, etc.
- El diseño del sitio debe ser lo suficientemente flexible para que pueda admitir cambios en el contenido y distintos tipos de medios.
- Recurrir a la dimensionalidad: el mundo no es plano.
- Intentar hacer coincidir su metáfora con el estilo.

# Organización del sitio

- Mucha gente entra en un sitio con dos preguntas en mente: ¿Qué hay aquí para mí? Y ¿cómo puedo obtenerlo?
- Al organizar la información de un sitio web, aparece un conflicto: incluir un gran número de opciones disponibles en la superficie para que el visitante no tenga que investigar demasiado o dejar que el visitante decida qué es importante para él, con cierta ayuda por nuestra parte.
- En general, no debe haber más de 6-10 opciones importantes disponibles en pantalla al mismo tiempo.

# Guiar al usuario

- Crear una 'ruta de menor resistencia' para el usuario. Nadie como el diseñador conoce la mejor forma de disfrutar del sitio.
- Poner esta ruta a disposición del usuario sin forzarlo hacia una presentación lineal.
- Crear un guión visual. **Pregúntese si el contenido o la organización pueden simplificarse, hacerse más intuitivos o más potentes.**

# Recopilación de activos

- El paso siguiente en el proceso de desarrollo del proyecto es decidir de dónde se obtendrá todo el contenido (o activos): todos los elementos de texto, audio y vídeo.
- Como algunos se recopilan, otros se crean y otros se compran, es importante establecer normas para el aspecto visual y sonoro que tendrán los activos y para la aprobación el procesado, envío y cobertura de los elementos.
- Para conseguir un sitio web coherente, es importante **establecer normas claras para el contenido** y garantizar que todos los integrantes las entienden y las respetan.
- **Convierta la recopilación de activos en una actividad de grupo.**

# No perder de vista el objetivo

- A medida que el proyecto toma forma, recordar centrarse en comunicar al visitante lo que necesita obtener del sitio para que su visita sea lo más productiva y satisfactoria posible.
- Si no se está seguro sobre la tecnología y las capacidades que se deben utilizar, recordar que lo sencillo siempre suele ser lo mejor.



# **El proceso creativo y las técnicas de diseño gráfico**

# Sentar las bases

- Cuando se ha adoptado una metáfora o estilo general para un proyecto concreto, el fondo se convierte en la base visual del resto de los gráficos.
- Ya sea un experiencia sencilla, vanguardista o incluso surrealista, estará influida en gran parte por los gráficos de referencia y por el fondo.
- Apenas hay límites para las imágenes y las técnicas que pueden utilizarse para crear los fondos.
- Los patrones y los gráficos simplistas con grandes áreas de colores lisos ganan por goleada a las tecnologías de compresión que recurren a codificación de formatos de archivo como GIF o PNG.

# No subestimar el texto

- El texto y toda su gama de posibilidades puede ser una herramienta potente a la hora de establecer el aspecto del sitio.
- No se debe asumir automáticamente la necesidad de contar con muchas imágenes.
- El texto puede ser muy versátil: existen programas que incorporan tipos especiales, orientaciones del texto, efectos dimensionales, colores, etc.
- Utilizar palabras clave que transmitan el mensaje. El usuario llegará a ellas de forma natural.
- Si logra combinar de forma inteligente texto y gráficos, teniendo en cuenta su color y contraste, obtendrá una solución atractiva.

# Objetivo del contenido

- Para cada gráfico o elemento visual que deba incorporar al diseño (por ejemplo, iconos, logotipos, elementos de Flash), preguntarse: “**¿Qué mensaje implica este elemento?**” “**¿Cuál es su objetivo en la página?**”
- Si se llega a la conclusión de que se ha perdido en una maraña de gráficos poco funcionales y sin sentido, detenerse y recapacitar.
- Todo lo que se incorpora en las páginas debe contener un mensaje y contribuir a la coherencia del resto del diseño.
- Se debe evitar la ornamentación que no agrega valor al sitio y que lo único que consigue es ralentizar la experiencia y las descargas de los usuarios.

# Fuentes de activos

- Uno de los mayores retos en la creación de un gran proyecto interactivo es cómo crear los elementos visuales sorprendentes y necesarios para transmitir las ideas.
- La combinación creativa de fotografías y clips digitales puede no tener ningún valor.
- El desarrollo de los gráficos se lleva a cabo mediante la adaptación de recursos en línea.
- Si se poseen los conocimientos, se pueden crear gráficos propios con Photoshop, Fireworks u otras herramientas, como cámaras digitales.

# Técnicas de gráficos

- Si se crean gráficos propios, se deben tener cuenta las siguientes técnicas para mejorar el aspecto visual de los proyectos:
  - Sombreado
  - Biselado y relieve
  - Degradados, efectos de iluminación
  - Aplicación de filtros
  - Estelas de movimiento
  - Desenfocar
  - Trazos de pincel
  - *Rollovers*

# Otras ideas de gráficos

- Ajustar el texto a las rutas.
- Usar texto como máscara de otras imágenes.
- Extraer formas de otros gráficos.
- Usar textura en las líneas.
- Agrupar elementos similares.
- Usar colores y contrastes intensos.
- Combinar elementos en B/N con colores sólidos para resaltar el efecto.
- Combinar texto e imágenes.

Otros recordatorios sobre el diseño

# La interfaz de navegación

- La interfaz de navegación debe ajustarse a la metáfora por la que se ha optado.
- La interfaz de navegación debe ser prácticamente transparente y no debe entorpecer la obtención de la información por parte del usuario
- La interfaz debe indicar en todo momento la ubicación del usuario, así como métodos de posible retroceso.
- Los enlaces de la interfaz deben ser descriptivos si tienen componentes textuales y todos los iconos deben reflejar el contenido de la página de destino.

# La función de la página principal

- Establece el objetivo y el mensaje del sitio.
- Revela las categorías principales de navegación.
- Establece el tono y el estilo del resto del sitio.
- Inicia la metáfora.
- NOTA: se debe evitar el uso de páginas emergentes innecesarias, ya que muchas no aportan absolutamente nada al sitio.

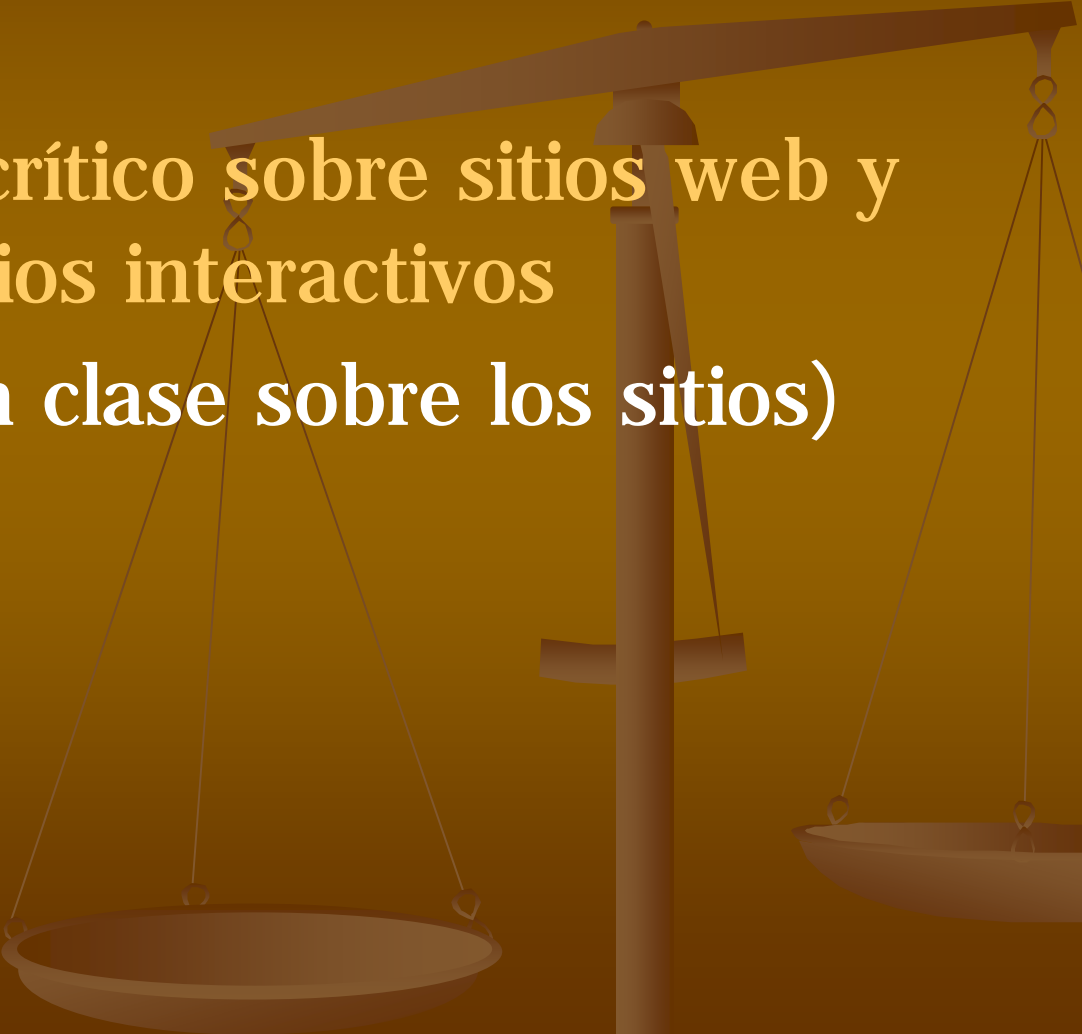
- Comunicar con **claridad**. Si se es ambiguo, puede perderse parte del público.
- Usar una **sintaxis común** e **imágenes claras** y símbolos que resulten familiares para el público.
- Mantener **coherencia** en diseño y contenido.
- Aprovechar los **contrastes**.
- No **entorpecer el diseño**.
- Recordar que la web es un **medio de comunicación dinámico** con muchas posibilidades para la representación de la información.
- Usar los **sentidos** del visitante y cautivarlo.

# Otras sugerencias

- Programar reuniones de grupo de 2 horas para discutir del avance del proyecto, diseño, tareas pendientes, funciones, problemas técnicos, etc. Ir siempre con ideas y otras sugerencias para el resto del equipo.
- Usar prototipos para evaluar los distintos diseños posibles y obtener comentarios de todo el equipo.
- Si se codifican partes del proyecto, usar el sistema concurrente de versiones (CVS) para solucionar problemas de versiones dentro del equipo de desarrollo y, así, facilitar las copias de seguridad y las distintas comprobaciones.

# Ayuda adicional

- Visite el sitio web del curso para consultar los libros y referencias.
- Consultar al Prof. Barrett o a mí si se necesita consejo sobre el diseño.
- Visitar el IS para obtener ayuda sobre la configuración de servidores en mit.edu



**Pensamiento crítico sobre sitios web y  
servicios interactivos**  
(debate en clase sobre los sitios)