



**UNIVERSIDAD
INSURGENTES**

PLANTEL XOLA

**LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL CON
INCORPORACIÓN A LA UNAM CLAVE 3315-31**

**“DISEÑO DE INTERFAZ E IMPLEMENTACIÓN DE PÁGINA WEB
PARA LA DIFUSIÓN DE “HABLAN LOS EMPRENDEDORES”**

T E S I N A

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

P R E S E N T A

Tania Araceli Zaldívar Martínez

ASESORES: MTRA. VANESSA CAMACHO TAPIA
LIC. EFRAIN PARADA RODRIGUEZ



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DISEÑO

de interfaz y experiencia de usuario
en proyectos digitales

AGRADECIMIENTOS

Me gustaría ocupar estas líneas para expresar mi profundo agradecimiento y amor a mis **padres y hermana**, que con su apoyo y compañía me animaron y alentaron siempre.

A mis **amigos**, que me acompañaron en mis locuras y compartieron todo lo que saben. A **TI** que me inspiraste y apoyaste siempre.

Y a todas aquellas personas que de una u otra forma colaboraron o participaron en la realización de esta tesina, hago extensivo mi más sincero agradecimiento.

A todos, muchas gracias.

INTRODUCCIÓN



CAPÍTULO

Conceptos básicos de Diseño para proyectos digitales

- 1.1 Diseño y Comunicación Visual
- 1.2 Diseño de interfaz (UI) y Experiencia de usuario (UX)
como principio para el diseño de una página web
- 1.3 Aspectos conceptuales para la producción de una
página web



CAPÍTULO

Antecedentes para la realización de la página web

"Hablan los emprendedores"

- 2.1 "Hablan los emprendedores"
- 2.2 Jóvenes emprendedores
- 2.3 Competencia

ÍNDICE

03

CAPÍTULO


Diseño de página web

- 3.1 Proceso de diseño
- 3.2 Ruta crítica
- 3.3 Brief creativo
- 3.4 Mood board
- 3.5 Mapa de navegación
- 3.6 Bocetaje
- 3.7 Story Board
- 3.8 Paper Prototype
- 3.8 Mock up
- 3.9 Diseño de interfaz

CONCLUSIONES

FUENTES

Intro ducción



En la actualidad, toda empresa, organización o persona que ofrece productos y/o servicios se han visto en la necesidad de establecer nuevas formas de comunicación con sus consumidores, de ahí que la demanda de diseño para páginas web ha aumentado considerablemente. Ante, la competencia su alcance puede ser bastante significativo.

En este sentido el diplomado Diseño de interfaz y experiencia de usuario para proyectos digitales permitió profundizar en el conocimiento de conceptos necesarios para el diseño de la página web "Hablan los emprendedores", que funcionará como punto de referencia para jóvenes emprendedores que tengan la intención de generar empresas innovadoras, en beneficio propio y de la sociedad en la que se encuentran.

Por lo anterior, esta tesina se compone de tres capítulos; en el capítulo uno se definirá al Diseño y la Comunicación Visual, así como User Experience (UX) y User Interface (UI); en el capítulo dos, se conocerá al cliente y su necesidad; y por último, en el capítulo tres se explica el proceso de diseño para la realización de la página web, destacando que aspectos como usabilidad, y funcionalidad son los ejes principales para lograr que sea visitada y aprovechada por los usuarios.

01

CAPÍTULO



CONCEPTOS BÁSICOS
DE DISEÑO PARA
PROYECTOS DIGITALES

I.1 Diseño y Comunicación Visual

Cuando se habla de diseño el pensamiento se remonta a muchos años atrás, desde las escuelas de diseño del siglo pasado (XX), las experiencias individuales de aquellas décadas, las obras de arte como antecedente del diseño y hasta la experiencia del espectador, por mencionar algunos hechos; todos ellos con el objetivo de percibir, contemplar y/o reflexionar en torno a la función de una imagen gráfica.

La actividad del Diseño y la Comunicación Visual, como tantas otras, surgió cuando el hombre tuvo necesidad de comunicarse, se puede decir entonces que apareció con el desarrollo mismo de la civilización. Algunos autores discuten sobre sus raíces; ya sea identificándolas con la presencia de las pinturas rupestres (ejemplos ancestrales de los signos gráficos), otros reconocen sus formas embrionarias en las civilizaciones desarrolladas en Egipto, Grecia, México y Roma, por mencionar algunas. Otros consideran que surge al mismo tiempo que la imprenta. Y una más apunta a las vanguardias artísticas del inicio del siglo XX que coloca al pensamiento contemporáneo, con respecto al Diseño y la Comunicación Visual, como un fenómeno adjunto al fuerte desarrollo industrial y de los medios de comunicación.

Como sea, lo que sí se debe tomar en cuenta es que no sólo se trata de proporcionar una solución visual y ya, sino desarrollar procesos específicos que faciliten una solución al problema de comunicación en cuestión y así establecer una relación entre hombre y producto mediante el sentido básicamente de la vista.

“La planeación, formalización, materialización y los procesos de aplicación de los diseñadores, actualmente han convertido al diseño en una actividad teórica y práctica, que se desarrolla por medio de los diferentes procesos generales del diseño que se conocen. En consecuencia el diseño se ha convertido en una actividad proyectual en el que intervienen factores de diferente tipo tales como los enfoques políticos, económicos, técnicos y formales, de ahí su carácter interdisciplinario. (Pérez, 2003: 16)”

En la actualidad, el Diseño y la Comunicación Visual es una actividad proyectual en donde el profesionalista se apoya en el conocimiento generado en otras disciplinas para desarrollar propuestas fundamentadas teórica y/o conceptualmente. Un concepto se obtiene mediante el análisis de las características

fundamentales del problema en cuestión. Así, la actividad ha cambiado enormemente puesto que se ha vuelto más vasta y compleja, el espectador es más exigente y esto ha provocado que el diseñador y comunicador visual se enfoque más al desarrollo de experiencias multidisciplinares.

En el libro *Lo material y lo inmaterial en el arte-diseño contemporáneo*, Francisco Pérez definen al diseño como:

“... una actividad, teórico práctica de carácter proyectual, que tiene como objetivo la elaboración formal y técnica de obras, objetos, imágenes y espacios que responden siempre de manera pertinente a una necesidad individual o colectiva del hombre. Toda producción de diseño evoca la materialización coherente y sensible de un concepto, que ha sido elaborado para dar respuesta a una necesidad humana. (Pérez, 2003: 55)”

En pocas palabras, un diseño es la mejor expresión visual de la esencia de «algo», ya sea esto un mensaje o un producto. Para hacerlo fiel y eficazmente, el diseñador debe buscar la mejor forma posible para que ese «algo» sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación más que estética debe ser funcional.

Por último, gracias al avance de la tecnología han aparecido nuevos medios de comunicación y por ende nuevas formas de transmitir información en un mundo cada día más virtual. Así, emergen los proyectos digitales, por ejemplo para redes sociales o páginas web, que parecen ser del interés de los diseñadores y comunicadores visuales puesto que representan el desarrollo de nuevas prácticas en el diseño, surgiendo así el Diseño de interfaz (UI) y Experiencia de Usuario (UX) que extienden su campo de acción. Y la usabilidad, funcionalidad y accesibilidad juegan un papel importante en ellos.

I.2 Diseño de interfaz (UI) y Experiencia de usuario (UX) como principio para el diseño de una página web

Actualmente, en el mundo virtual el diseño es indispensable para la transmisión de información entorno a productos o servicios, puesto que para el público consumidor es cada vez más fácil el acceso a internet. Así, surge la necesidad de diseñar para este medio de comunicación y con ello el término *diseño web*, que se refiere a la actividad que consiste en estructurar los elementos gráficos de una página web para expresar o realzar (estéticamente) la identidad visual de una compañía u organización y/o persona, con el objetivo de reforzar dicha identidad, vender, producir u ofrecer servicios para despertar una sensación de confianza en el usuario. Una página web debe, entonces, cubrir las expectativas del usuario (UX) y permitirle encontrar fácilmente la información que busca.

Por eso, el diseño web consiste en presentar información y que el usuario encuentre rápidamente lo que está buscando. Dicho en otras palabras, una página web es un documento electrónico el cual contiene información textual, visual y/o sonora que se encuentra alojado en un servidor y puede ser accesible mediante el uso de navegadores. Una página web forma parte de una colección de otras páginas webs dando lugar al denominado sitio web el cual se encuentra identificado bajo el nombre de un dominio.

Hoy día, el diseñador de páginas web busca nuevas formas de comunicar información al usuario, surgiendo así el Diseño de Experiencia de usuario con las siglas en inglés UXD (User Experience Design) que se puede definir como diseño enfocado (de principio a fin) a la experiencia de un usuario con determinado producto. Diseñar una experiencia significa planificar y actuar con base en un grupo de acciones que ejerce el usuario.

El objetivo de los diseñadores UX es influenciar el comportamiento de los usuarios y mejorar su experiencia en donde la meta final es que los usuarios se sientan cómodos dentro de la página web, teniendo una buena experiencia que más tarde se verá reflejado, para esto es muy importante que el diseñador tome en cuenta la accesibilidad y funcionalidad de la página, y aquí es en donde el diseño de interfaz con las siglas en inglés UI (User Interface) juega un papel importante.

Diseñar una página web, que sea fácil de usar y de entender tiene un impacto económico directo por que: guía a los usuarios a través de los sitios, lo ayuda a

firmar con éxito a un servicio o para completar un proceso de compra, construye una relación con los usuarios mediante el entendimiento de sus necesidades; también se debe pensar en la audiencia del sitio respondiendo a la pregunta ¿para quién? y así desarrollar una interfaz atractiva, de fácil de uso y acceso.

Por todo lo anterior, es que la UI y la UX es importante para la planeación y realización del diseño de una página web, pues se debe construir un diseño atractivo, funcional y de fácil acceso, en donde el usuario se sienta cómodo y donde cada elemento visual presente la posibilidad de una interacción intuitiva.

I.3 Aspectos conceptuales para la producción de una página web

Para la producción de una página web, el diseñador debe tomar en cuenta cuál va a ser la parte principal en el diseño y así estar en condiciones de determinar el formato, la retícula, la tipografía, la imagen y su composición, el color y la plataforma. Por ello, a continuación se explicará brevemente en que consiste cada uno de estos aspectos:

Hace referencia al tamaño de una página web y depende principalmente de la definición que tenga la pantalla del usuario (no de su resolución).

Formato

Teniendo en cuenta el ancho, es preferible seleccionar un tamaño menor al de la definición horizontal de la pantalla de la mayoría de los usuarios, para que éstos no tengan que desplazar la pantalla con la barra de desplazamiento. Una página angosta permite a los usuarios hojear la información fácilmente para encontrar lo que les interesa.

Con respecto al largo, es aconsejable no exceder de tres a cinco veces la altura de la pantalla. De hecho, las páginas excesivamente largas corren el riesgo de no leerse por completo y además toma mucho tiempo descargarlas.

Existen varias estrategias para garantizar que la página se vea de manera óptima en la mayoría de los equipos de los usuarios, pero es de suma importancia definir el usuario meta, ya que está depende del tamaño en pixeles de la página, se necesita definir en qué dispositivos se verá el diseño, y según el usuario será más visitada la página.

El tamaño entonces, es la parte más importante para que un diseño sea atractivo a la vista del usuario, y define el aspecto general que tomara la página web.

Retícula

La retícula en una superficie bidimensional o espacio tridimensional subdivide campos o espacios mas reducidos a modo de reja. En un diseño, es una guía que sirve para distribuir los elementos y la alineación, todas sin excepción cuentan con las mismas partes básicas sólo que algunas alcanzan cierta complejidad de acuerdo a las necesidades de la información.

El uso de la retícula marca la diferencia entre un diseño plano y otro con verdadero gancho y atractivo visual. Una retícula ofrece al diseñador y comunicador visual el conocimiento práctico y la inspiración para crear nuevos conceptos y diseños que actualmente están llevando al diseño a un punto con mas contenido visual. Actualmente los diseñadores han utilizado la retícula para estructurar el contenido y aportar movimiento y flexibilidad al diseño.

“Una retícula propone innumerables ideas para utilizar el espacio, el tipo y las imágenes de forma innovadora. La información técnica que contiene permite al diseñador aplicar, adaptar y matizar los distintos elementos para crear sus propias retículas dinámicas” (Kloss, 2008: 212). Las retículas se dividen en: modular, manuscrita, jerárquica y de columnas.

Tipografía

La finalidad de toda la composición de diseño es transmitir un mensaje concreto.

“La tipografía cumple una función importante que es la de animar a los usuarios a interesarse por el tema en especial, la mayoría de los lectores sin embargo, no ponen mucha atención cuando usan la misma tipografía, un solo cuerpo de texto, negro sobre blanco una sola columna, sin imágenes, que son en conclusión difíciles de leer” (Forges, 2000: 23).

La tipografía en las páginas web no difiere mucho a la de los medios impresos, solo que en este caso se recomienda no usar más de dos tipos de fuente. Las

fuentes estilizadas se deben usar con moderación (por ejemplo, para un título) y para la mayor parte de la página conviene utilizar una fuente clásica (arial, verdana, helvética), que son las que la computadora reconoce automáticamente y que no deforman la legibilidad.

No se recomienda usar serifas en un proyecto visual porque, dependiendo de la definición de la pantalla del usuario, pueden deformarse y parecer garabatos que obstaculizan la lectura. Por lo tanto, es una opción más adecuada usar fuentes de palo seco o sin serifas (sans-serif) más redondeadas.

TIPOGRAFÍA SERIF

TIPOGRAFÍA SANS SERIF

Ejemplo de tipografías

Por último, las fuentes no estándar corren el riesgo que no se visualicen correctamente en algunas pantallas. Si se desea crear títulos con este tipo de fuente y para evitar la limitación mencionada antes, se pueden crear imágenes transparentes que contengan el texto.

Se puede concluir que las páginas web no necesariamente tienen que presentar una tipografía legible ya que esto depende del público al que va dirigido, del tipo de usuarios.

La imagen del aspecto que la composición debe tener reside casi exclusivamente en la cabeza de los diseñadores, ya que van modificándola constantemente hasta que quedan satisfechos, cliente y diseñador. Algunos diseñadores siguen un proceso más formal, para hacer varias pruebas de las ilustraciones, fotografías o dibujos a fin de que el arte complete la composición en una página web.

Imagen

Las imágenes en una página web sirven para darle vitalidad y hacerla más alegre. Tomando eso en cuenta, imágenes mal utilizadas pueden perturbar la comodidad visual como también la descarga, se debe tener cuidado en el formato de dichas imágenes, para una página web es recomendable utilizar solo JPG, PNG, en resolución de 72 px esto con el fin de tener una rápida descarga, también hay que tener en cuenta que un usuario permanece 5 segundos en un sitio, si esta no carga rápido, se perderá al usuario meta.

Composición

Se entiende por composición como la forma en que los elementos están organizados en una página. Hoy día existen mil formas de componer una página web, especialmente con las múltiples herramientas que la tecnología ha desarrollado para el fácil manejo y funcionalidad de sus elementos.

Color

Hoy día el color no sólo se usa para animar o embellecer un lugar, sino que el color actualmente se utiliza para resolver necesidades de casi cualquier tipo. El color como tal es luz, belleza, armonía y satisfacción de la vista pero es, sobre todo equilibrio psíquico y educación, todos los factores influyen para crear reacciones emotivas, factores específicos entre muchas otras cosas.

Todo color posee tres factores que lo definen y diferencian que son: 1. el color o tinta, 2. saturación o croma y 3. Intensidad o valor. El color es la palabra que se utiliza para designarlo como amarillo, verde naranja etc. La saturación es el grado de viveza o fuerza de un color o su grado de pureza, la intensidad es la calidad clara u oscura de un color en relación que este tiene con la escala de valores blanco y negro.

Una de las cualidades del color es que da la pauta para poder armonizar espacios o diseños, el color tiene la capacidad de ser usado libremente aunque aplicando ciertos principios básicos en su combinación.

Habiendo hecho una breve explicación del color, en este trabajo es necesario hablar del color en las páginas web, ya que estos son esenciales para poder captar la atención del usuario.

Los colores tienen un simbolismo implícito. Por este motivo, se los debe elegir en función de objetivo. Los colores tienen influencia sobre el comportamiento de los individuos, a nivel físico, a nivel emocional, y a nivel psicológico. El círculo cromático es una herramienta útil para comprender cómo interactúan los colores, los colores primarios (rojo, azul, verde) o "puros", que no pueden obtenerse mezclando otros colores, los colores secundarios (cian, magenta, amarillo), que se obtienen al mezclar en partes iguales dos colores adyacentes. Los colores secundarios son diametralmente opuestos a sus colores complementarios (sustractivos) en el círculo cromático y los colores terciarios, que se obtienen al mezclar un color primario con uno secundario.

En páginas web se puede asegurarse que es mejor utilizar pocos colores, pues en caso contrario se corre el riesgo de no cumplir con la legibilidad y leibilidad que se necesita para una correcta visualización.

Usar el contraste es especialmente importante cuando se trata de escribir texto y resaltarlo suficientemente para garantizar su legibilidad a los usuarios.

No se recomienda usar más de tres colores distintos en una página web para cumplir con el criterio de simplicidad. Los colores deben corresponderse con los colores de la organización, especialmente los del logotipo, y es recomendable que expresen una sensación en particular. Sin importar qué colores se elijan, se debe elegir un color dominante y usarse como el color principal de la página web.

Se entiende como un conjunto de atributos de apariencia, durante la historia el diseño ha pasado por distintos estilos gráficos según su época, acontecimientos históricos, materiales etc, el art nouveau, cubismo, futurismo, dadaísmo, surrealismo, pop art, minimalismo, metro, retro, tipográfico por nombrar algunos, forman parte de la lista.

Estilo
Gráfico

Los estilos gráficos permiten cambiar rápidamente el aspecto de un objeto, todos los cambios que se aplican con estilos gráficos son totalmente reversibles. Los estilos gráficos se pueden aplicar a objetos, grupos, tipografía, retícula, imágenes etc. Al aplicar un estilo gráfico a una página web, todos los objetos contenidos en la página adoptan los atributos del estilo gráfico. Al crear una página web es importante tener bien definido el estilo gráfico ya que este definirá el aspecto general del proyecto.

02

CAPÍTULO



ANTECEDENTES

PARA LA REALIZACIÓN DE
LA PÁGINA WEB:
"HABLAN LOS EMPRENDEDORES"

2.1 "Hablan los emprendedores"

El Foro Consultivo Científico y Tecnológico, AC (FCCyT) es una organización pequeña, flexible, autónoma e imparcial creada en junio de 2002 a partir de la publicación de la Ley de Ciencia y Tecnología que se encarga de analizar el desarrollo de la ciencia y dialogar con las diferentes comunidades usuarias del Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI) en el país, con la finalidad de recoger sus opiniones para establecer consensos y acuerdos para construir políticas públicas en esa materia. Así pues, FCCyT es un órgano coadyuvante de las actividades del Estado.

Los integrantes del Foro Consultivo pensaron en abrir un espacio para que los jóvenes emprendedores pudieran expresar sus inquietudes y usaran su conocimiento para crear productos y ofrecer servicios de valor llamado "¡eh! Hablan los emprendedores". Entendiendo el término *emprendedor* como: iniciar, explorar, promover, organizar y tomar riesgos. El espacio de reflexión se da a lo largo de dos meses y concluye con un evento; que consiste en que los jóvenes emprendedores hagan propuestas basadas en determinada área del conocimiento para mejorar al país en el ámbito económico con el apoyo a nuevos empleos y/o socialmente con el aporte de sus propias experiencias.

Durante abril y mayo de 2014, se reunirá un consejo de emprendedores convocado por el Foro Consultivo Científico y Tecnológico, AC para analizar en conjunto cómo impactan las políticas públicas en materia de innovación, así como las buenas prácticas que podrían potencializarse en este campo. Estos agentes del conocimiento identificarán los problemas más comunes en materia de emprendimiento y elaborarán propuestas prácticas operables desde la sociedad civil para el mejoramiento del ecosistema emprendedor en México.

El cierre del proyecto Hablan los Emprendedores será un evento en el que se presentarán las propuestas a las que llegaron los jóvenes, y habrá una serie de ponentes de alto perfil que enseñarán a los asistentes el valor de la convergencia entre el sector público y la iniciativa privada a través de políticas públicas para el empoderamiento de iniciativas frescas, disruptivas y radicales que llevarán a México a convertirse en una economía basada en la innovación.

2.2 Jóvenes emprendedores

¡Eh! Hablan los emprendedores es un proyecto dirigido a jóvenes de entre 24 a 35 años que viven en el Distrito Federal e interior de la República Mexicana, egresados de Universidades que estén emprendiendo o hayan generado una empresa (al 80%) subsidiada por el Gobierno o alguna beca.

Los jóvenes emprendedores son hombres y mujeres que han iniciado, explorado y tomado el riesgo de desarrollar e implementar un proyecto con base en sus conocimientos y habilidades, en beneficio propio y de la sociedad en la que se encuentra, por ejemplo generando empleos que apoyen el crecimiento del sector económico en el país. El proyecto se asume como una alternativa de vida, de desarrollo personal y profesional, y por ello buscan su consolidación como empresa.

Son jóvenes con talento para hacer nuevos negocios que han modificado el miedo en riesgo, gracias a la experiencia y el diálogo con otros emprendedores, que buscan integrarse a grupos de trabajo para compartir ideas (innovadoras) y con la capacidad de retroalimentar a funcionarios públicos e instituciones privadas y públicas.

2.3 Competencia

Se conoce como competencia al conjunto de empresas que ofrecen productos iguales (o similares) a los de otra empresa y que sustituyen su consumo.

Es usual que cuando se habla de competencia venga a la mente empresas, productos o servicios que manejan la misma idea o que producen o comercializan los mismos productos y/o servicios llamándose "competencia directa". Sin embargo la competencia no se limita al caso de las empresas u organizaciones,

también existe la competencia que forman todos los negocios que intervienen de forma lateral en el mercado, clientes y usuarios que buscan satisfacer las mismas necesidades de forma diferente y con productos sustitutos mejor conocido como "competencia indirecta".

Para las empresas u organizaciones las páginas web son de importancia para ofrecer sus productos y/o servicios, por ello se debe tener bien definido el usuario al que se quiere dirigir (explicado en el 2.2) en otras palabras el mercado. El mercado para cualquier producto o servicio se compone de un segmento. Esto significa que para cualquier grupo de productos o servicios existirán personas que integren el mercado de todos los niveles de ingresos, grupos sociales, antecedentes, ritmo de vida, intereses, etc. Ciertos segmentos del mercado demandan determinados productos o servicios.

Actualmente, existen dos páginas web que aplican como competencia directa de este proyecto: "Día del emprendedor" y "emprendedor.es". Durante 4 años "Día del emprendedor", se ha dirigido a jóvenes emprendedores. Está estructurado a partir de una retícula modular, en columnas. En la primera pantalla se puede encontrar información entorno a lo que hacen y para qué sirve. Los colores verde, rojo, naranja, azul cielo son vivos y luminosos en tonos cálidos que puede hacer referencia a la juventud, vivacidad y actitud arriesgada, característica de los jóvenes. La tipografía es palo seco, en negro fondo blanco. En general el diseño es limpio, el banner es la parte más importante de la página (Véase imagen1).

En la otra página, "emprendedor.es" se utiliza una retícula modular para la distribución de información que se maneja por medio de capitulares e imágenes, generando así confusión a la hora de buscarla, en el cabezal o header se utiliza poca altura y hace que el usuario se pierda. Predomina el color negro y rojo. El diseño semeja una página de periódico por la cantidad de texto que contiene, la tipografía es sans serif o palo seco y facilita la leibilidad y legibilidad de los artículos publicados. Se reconoce fácilmente lo que tiene mayor peso visual, ya que resaltan las partes importantes en color rojo y con puntaje más alto, así se diferencian de los artículos con puntaje más pequeño y en variantes del negro. (Véase imagen 2).

Cuando se habla de emprendedores surgen muchas páginas, eventos, publicaciones y de más gráficos, ese es el caso de la página web "TEDx" que no se puede catalogar como competencia indirecta, ya que promueve a emprendedores conferencistas a hablar de sus proyectos y de las oportunidades que han tenido. Esta página tiene un estilo mosaico, con marcada preferencia por el uso de imágenes e información sintetizada en el home, en su paleta de colores predomina el negro y rojo, que bien pueden connotar fuerza, elegancia y limpieza en el diseño de inter-

05

CAPÍTULO



DISEÑO
DE PÁGINA WEB

3.1 Proceso de diseño

El Diseño y la Comunicación Visual es una disciplina enfocada a la solución de problemas a través procesos de creativos que ponen en juego dos aspectos importantes: la funcionalidad y la estética. Así, el diseñador es un creativo que tiene que trabajar en la planeación de proyectos que involucran las necesidades del cliente, los materiales, el presupuesto y la transmisión de un mensaje a un grupo(s) específico(s) de personas que en esta tesina se ha llamado "usuario meta".

En términos generales un proceso es la

“...sucesión de tareas o actividades desarrolladas por personas, que con la ayuda de insumos, herramientas, tecnología y conocimiento, transforman las materias primas y/o recursos en productos y/o servicios previamente definidos (Villamil, 2003: 80).”

En el contexto del Diseño y la Comunicación Visual, es un plan de acción y para realizarlo se tienen que determinar los objetivos, usuario meta y el objeto de diseño o producto. Así, existen infinidad de procesos de diseño para la solución de problemas o proyectos, por lo tanto, es conveniente que el diseñador este bien enterado e involucrado con los objetivos que se desean alcanzar a fin de aplicar el más apropiado y hacer frente a nuevos retos. Ningún diseño es el mismo que otro.

Cabe señalar que las etapas que integran un proceso no son lineales ni deben ser aplicadas literalmente, es decir, los procesos creativos reales se desarrollan de forma variada, se puede estar en la etapa avanzada y regresar a una anterior para corregir errores. A continuación se muestran los pasos del proceso aplicado para el diseño de interfaz de la página web:

Brief creativo

Ruta crítica

Moad board

*Mapa de
navegación*

Bocetaje

Story board

Mock up

*Paper
Prototype*

*Diseño de
interfaz*

3.2 Ruta crítica

La ruta crítica, es un proceso administrativo que ayuda en la planeación, organización, dirección y control de todas y cada una de las actividades componentes de un proyecto que debe desarrollarse durante un tiempo crítico. Debido a su gran flexibilidad y adaptación, es aplicable y útil en cualquier situación en la que se tenga que llevar a cabo una serie de actividades para alcanzar un objetivo determinado.

En la ruta crítica se planifica con antelación todo el trabajo a realizar para asegurar su conclusión en tiempo y forma, que no falte ningún material, componente o equipo cuando sea necesario. Entonces, para la interfaz de la página web Hablan los emprendedores, se realizó este documento que ayudo a evitar omisiones, identificar rápidamente contradicciones en la planeación de actividades, facilitando así abastecimientos ordenados y oportunos en la construcción del diseño con un mínimo de tropiezos. Ahora, se muestra la ruta crítica correspondiente a este proyecto:



3.3 Brief creativo

La palabra *brief* surge del término *briefing* cuya traducción al español corresponde a "reunión informativa". Mediante el *briefing* (que transmite el cliente a la agencia o en este caso diseñador responsable de llevar a cabo el proyecto) se expresa lo que el cliente quiere conseguir con el diseño y las condiciones que éste exige o sugiere.

El brief creativo, contiene información básica del producto, usuario meta, cliente (que puede ser una empresa), y una orientación sobre los objetivos que se quieren lograr y las razones por las que el cliente quiere un nuevo diseño.

Un **brief creativo** debe cumplir con tener tres características:

1. Tiene que ser claro, esto quiere decir que la información y las pautas que recoge deben estar expresadas de tal manera que puedan comprender fácilmente,
2. Ser breve, de extensión reducida, puesto que sintetiza los datos clave en cada punto, y
3. Ser un documento escrito que favorezca la claridad y la concreción.

Por lo tanto, el brief creativo para la página web *Hablan los emprendedores*, permitió planear la estrategia de diseño, y actuar sobre el sistema de pensamientos, creencias, valoraciones y sensaciones del usuario meta al que se dirige la página. Aquí los 5 apartados que se generaron:

1. **Público objetivo y resumen de la Investigación:** aquí se definieron características del usuario meta: quién es, qué hace, a qué se dedica, cuáles son sus intereses, cuál es su nivel socioeconómico. Cuál es el objetivo del diseño de interfaz de la página web y cuáles son las competencias que existen, sin describirlas.
2. **Competencia:** en este punto se desarrolló una breve explicación de la competencia directa e indirecta, se explica el color, tipografía, estilo y sus características principales.
3. **Promesa o beneficio:** en este punto se respondieron las preguntas planteadas en el primer punto.
4. **Diseño:** se dio una breve explicación del objetivo, a nivel visual, que se quiso lograr y como lo hacerlo.
5. **Parámetros de diseño:** esta es la parte más importante en el brief creativo, en este punto se recopiló toda la información y se expresó de manera que el diseñador pueda definir: la tipografía, el color, el estilo, la plataforma, la usabilidad, esto de manera breve y de fácil comprensión.

En las siguientes imágenes se muestra el planteamiento de los puntos anteriores.

Datos de identificación

Cliente: Particular
Campaña : Publicidad evento "Hablan los emprendedores"
Marca: EH Hablan los emprendedores
Medios: Internet



Público objetivo y Resumen de la Investigación:

Definición del público objetivo: Personas dedicado a jóvenes emprendedores de entre 25 a 35 años, con un nivel socioeconómico medio y medio alto, que usan el conocimiento para crear productos y servicios de valor.

Se trata de un ciclo de espacios de reflexión que se dará a los largo de dos meses y concluirá con un evento; su objetivo consiste en que los jóvenes emprendedores hagan propuestas para mejorar en nuestro país las actividades de emprendimiento.

La idea es dar a conocer el proyecto a nivel nacional, con el OBJETIVO de que asistan y se interesen por el emprendimiento en México, invitar a los jóvenes a que interesen por crear, innovar y conocer a más gente interesada en lo mismo.

Son jóvenes con conocimientos de licenciatura o mas, los cuales siempre están muy cercanos a la tecnología, son jóvenes con ganas de innovar para crear su propia empresa.

Actualmente esta muy de moda el emprendimiento en Mexico, existen varias campañas que están pensados en el mismo formato tales como "PEPE y TOÑA VERDE", "CAMPUS PARTY", "DIA DEL EMPRENDEDOR" por citar algunas, los cuales son a nivel masivo con el objetivo de invitar a los jóvenes a innovar, darse a conocer para generar mas recursos etc. Se ha hecho un evento anterior el cual tuvo éxito pero no como se esperaba, la idea es que por medio de una página web, estén enterados de todo lo

Brief Creativo



que se generara a través de dicho evento y el seguimiento del mismo. El posicionamiento es malo en el mundo del emprendimiento, se necesita más empuje y una estrategia más eficiente y fresca que jale a los jóvenes a participar en el evento.

2

Competencia

"Día del emprendedor" mercado meta que son los jóvenes emprendedores, durante 4 años ha dado difusión por medio de su página web, esta reticulada en columnas, los colores son vivos en tonos cálidos que puede hacer referencia a la juventud, la tipografía es a palo seco, con un fondo blanco las características de esta página es que toman mucho en cuenta al usuario meta, y es demasiado limpia. "emprendedor.es" visualmente predomina el color negro y rojo, con retícula modular, es un diseño sumamente saturado de información, genera confusión a la hora de buscar información, los puntos a favor es la tipografía es sans serif o en palo seco, esto facilita la fácil leibilidad y legibilidad de los artículos publicados por consecuencia se reconoce fácilmente lo que tiene que tomar más peso, ya que resaltan las partes importantes.

Página emprendedor.es es otro ejemplo de páginas web que se dedican a los emprendedores en México, utiliza una retícula modular su composición maneja capitulares e imágenes, predomina el color negro y rojo, la tipografía es sans serif lo cual facilita la leibilidad y legibilidad de los artículos publicados, resaltan las partes importantes en color rojo y con puntaje más alto.

Página web "TEDx" se cataloga como competencia indirecta, ya que promueve a emprendedores conferencistas, esta página tiene un estilo mosaico, con marcada preferencia por el uso de imágenes e información sintetizada, los colores predominantes es el negro y rojo, que bien pueden connotar fuerza, elegancia y limpieza en el diseño de interfaz, su tipografía es sans serif, con capitulares muy marcadas.

3

Promesa o beneficio:

Se promete la difusión a un evento mas cerrado, para gente que también esta interesada en el emprendimiento pero excusivamente enfocado a la Ciencia y la Tecnología, con ganas de generar propuestas.

Se ha hecho un evento anterior el cual tuvo éxito, la idea es que por medio de una página web, estén enterados de todo lo que se generara a través de dicho evento y el seguimiento del mismo.

El posicionamiento es malo en el mundo del emprendimiento, se necesita mas empuje y una estrategia mas eficiente y fresca que jale a los jóvenes a participar en el evento.

4

Diseño:

Se pretende rediseñar la pagina web "hablan los emprendedores" con el fin de hacer un estudio mas exhaustivo sobre el gusto de jóvenes de 25 a 35 años con empresas en base tecnológica, que se interesen por el tema y con el objetivo de que conozcan ponentes, bases para el evento, noticias, empresas y nuevos emprendedores.

5

Parametros del diseño:

Ya existe un manual de la marca eh "Hablan los emprendedores" los colores no se pueden cambiar, pero si se puede contrastar con colores

Brief Creativo



complementarios, el rediseño de la página es libre, el objetivo es que el diseño sea adaptativo.

para lograr una mejor experiencia del usuario con el producto mismo que se vera en dispositivos móviles, ipads y computadoras, siendo estas ultimas las de mayor uso por nuestro publico meta.

Se propone hacer una pagina mas dinámica, sin perder los colores corporativos del diseño del logo, con mas movmiento, un diseño modular, con uso vertical que es la tendencia de las web.

La tiografía de palo seco ya que está facilita la leibilidad del usuario al quevamos dirigidos, con fondo blanco ya que tambien hace que el diseño sea mas limpio y mucho mas agradable a la lectura.

3.4 Mood board

El mood board, en español «panel de estado de ánimo», habitualmente se traduce como panel de tendencias (o también llamado Trendboard). Es una herramienta de comunicación muy recurrente en el mundo del diseño, que ayuda a presentar de manera visual un estado de ánimo, un concepto, una idea, un estilo, una tendencia, una propuesta, un proyecto o simplemente información en una especie de collage que combina: textos, bocetos, ilustraciones, recortes de revistas, fotografías, otras imágenes, materiales, texturas, tipografías y estilos; al contrario de un informe tradicional esté escrito se presenta de forma visual. Algunos diseñadores le llaman “lluvia de ideas visual”.

Existen diferentes tipos de mood boards: estático, para un propósito concreto y dinámico, que se actualiza y evoluciona continuamente. Mood board, según el profesor Restituto Sierra Bravo (2001), se desarrolla por medio de los sentidos de hechos y realidades sociales presentes que se producen de manera espontánea y natural; la observación documental trabaja a partir de documentos actuales o históricos de todo género en cuanto recogen y reflejan hechos y datos de interés social, incluidas las imágenes.

El mood board elaborado para el desarrollo del presente proyecto constituyó una herramienta que permitió aterrizar las ideas, sensaciones, conceptos y modificaciones pertinentes en una colección de imágenes ya existentes, a fin de materializar y trabajar sobre ellas para generar finalmente una forma concreta del diseño. Su realización fue posible por medio de un trabajo de investigación previo.

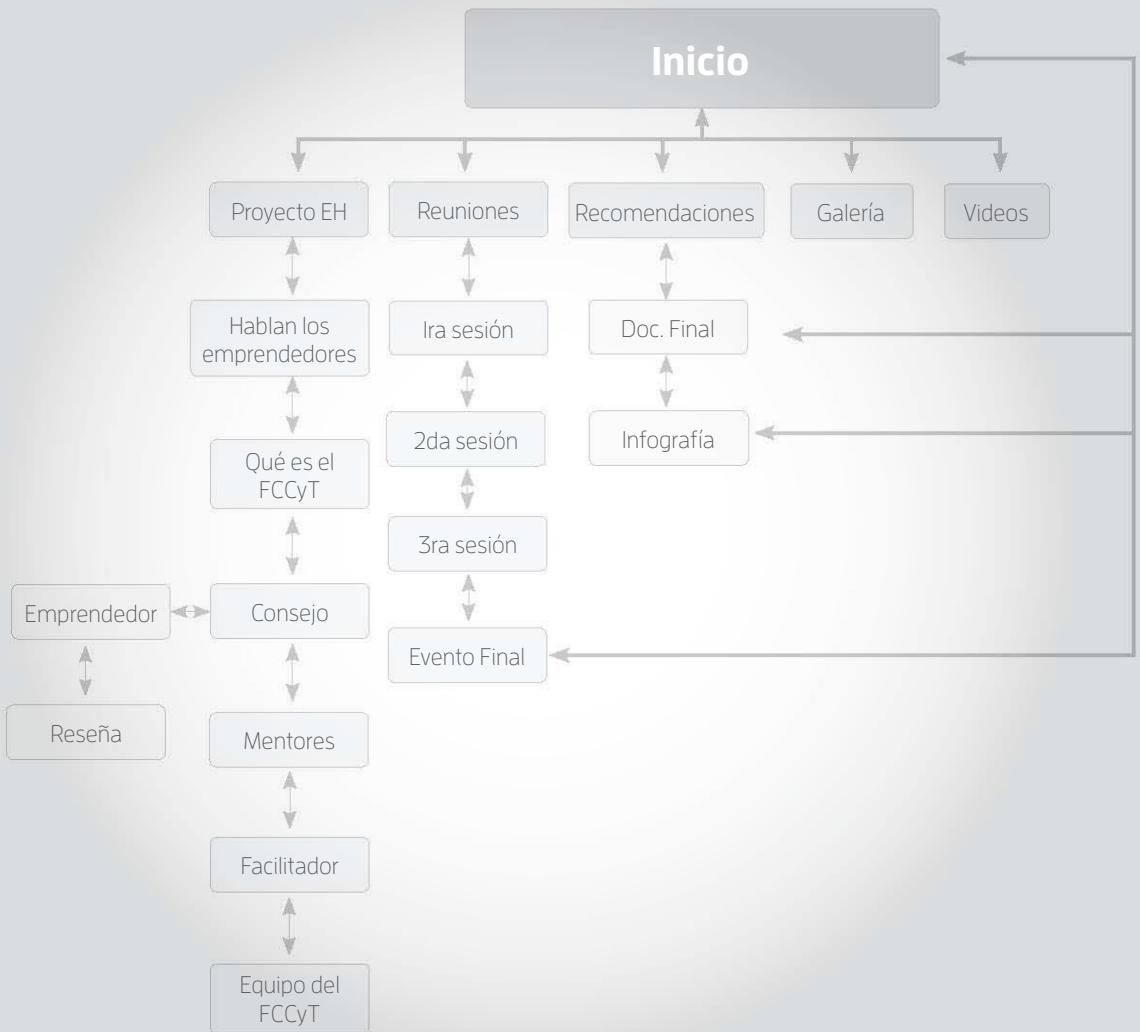
3.5 Mapa de navegación

Se puede entender por mapa de navegación: representación gráfica de la organización de la información de una estructura web, que permite sea interpretada y distribuida adecuadamente, cumpliendo con los conceptos de usabilidad, funcionalidad e usuario-producto.

Dicho con otras palabras, es un bosquejo de las conexiones o vínculos de las distintas áreas de contenido. El tipo de mapa de navegación se tiene que decidir en las primeras fases del proceso de una página web. Existen muchas posibilidades para la organización de una página web, entre ellas están la estructura lineal y la jerárquica. La estructura jerárquica es aquella en la que el usuario navega a través de una estructura de árbol, el contenido se desarrolla de forma ramificada, el beneficio es que se pueden visitar cada una de las partes por separado, es adecuada cuando se tiene que conservar el camino general, permite algunos desvíos controlados.

Es última, es la que se utilizó para el diseño de interfaz de la página web ya que es la típica estructura de árbol, en el que la raíz es la página de bienvenida, esta página se puede también sustituir por la de contenido, donde se exponen las diferentes secciones que contendrá el sitio. Luego, la selección de una sección conduce a una lista de sub-temas que pueden o no dividirse.

Este tipo de organización permite al usuario conocer en qué lugar de la estructura se encuentra, además de saber que conforme se adentra en la estructura obtiene información más específica e información más general localizada en los niveles superiores, esta estructura facilita la navegación y la usabilidad es más eficiente en cuanto la experiencia de usuario. A continuación se muestra el mapa de navegación establecido para este proyecto.



3.6 Bocetaje

Un boceto se refiere al esquema o bosquejo que sirve para guiar el desarrollo de una idea general en torno a cualquier producto de diseño. Sugiere apuntes rápidos, ágiles y espontáneo sobre un papel. Generalmente se asocia con los dibujos detallados y extensos. El proceso de bocetaje puede ser tan largo como el diseñador lo requiera.

Para el diseño de interfaz de la página web Hablan los emprendedores se realizaron **bocetos rough** para probar la: color, tipografías, textura, elementos de composición, estilos gráficos, usabilidad y leibilidad, estilo, obteniendo así una guía para el resultado final de un proyecto.

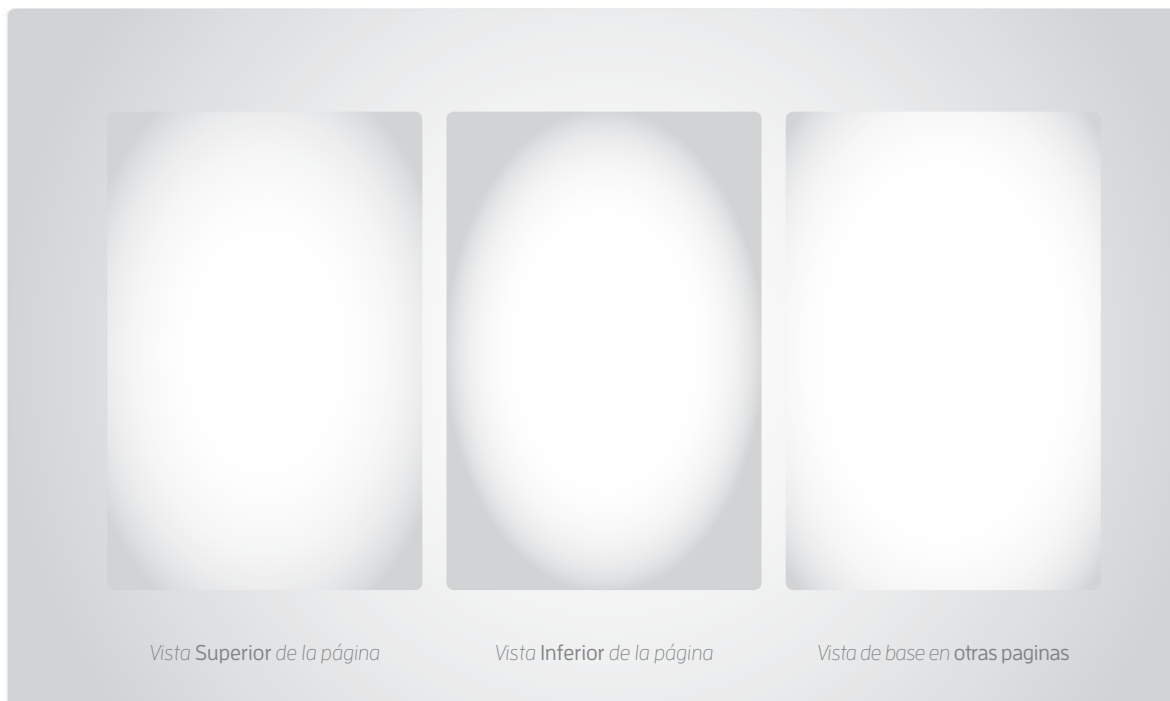
El bocetaje fue resultado de la exploración hecha en el mood board.



Después de bocetaje rough, se realizó un wireframe o "dibujo esquemático", que es una representación visual sencilla la estructura de la página web, se lo utiliza como un primer paso que sentará las bases del resto del diseño. El objetivo es definir sencillos bloques de contenido y su posición, incluyendo navegación, elementos de la interfaz, bloques de contenido y analizar cómo éstos funcionarán entre sí.

El **wireframe**, se caracterizan por no tener ningún detalle tipográfico, color, elemento gráfico o estético, se realizan con trazos simples, cajas y texto, ya que el objetivo es centrarse en la funcionalidad, la experiencia de usuario y la prioridad de los contenidos del proyecto, con la finalidad de tener una muy rápida idea de qué elementos y contenidos se mostrarán para permitirnos evaluar y separar claramente lo que realmente aporta valor de una idea al proyecto de la que no.

El Wireframe fue una manera de garantizar la claridad y la coherencia durante el desarrollo de la página web. A continuación se muestran las imágenes de los wireframe que se utilizaron para la pronta visualización de la página, que ayudo a la corrección de posición en bloques y menú para no tener problemas con la usabilidad.



Los wireframe se realizan usando herramientas simples, desde una hoja de papel y lápiz a software, por esto es que hasta este punto fue posible definir la tipografía, el color, la retícula y todos los aspectos que integraran la página web y que ahora de describen.

Se utilizaron dos familias tipográficas, la primera fue la **SOURCE SANS PRO** para los cuerpos de texto, imágenes, menús, tablas y enlaces, ya que al ser sans serif hacen la legibilidad más fácil y práctica y crea el efecto de modernidad, sobriedad, alegría y seguridad, porque es más neutra y con variantes atractivas.

Lorem ipsum *Lorem ipsum*

Source Sans Pro - Extra Light

Lorem ipsum **Lorem ipsum**

Source Sans Pro - Bold

Lorem ipsum *Lorem ipsum*

Source Sans Pro - Light

Lorem ipsum **Lorem ipsum**

Source Sans Pro - Regular

Lorem ipsum **Lorem ipsum**

Source Sans Pro - Regular

Familia Tipográfica Source Sans Pro

La otra tipografía que se utilizo fue la **ENZO OT**, con sus variantes de bold, regular y lighth, siendo está también la utilizada en el logotipo y en toda la imagen del evento. Por lo anterior, dicha tipografía se utilizo solo para los títulos, subtítulos, botones y banners, ya que son los elementos más visibles y de mayor impacto visual.

Lorem ipsum *Lorem ipsum*

Enzo OT - Light

Lorem ipsum **Lorem ipsum**

Enzo OT - Bold

Lorem ipsum *Lorem ipsum*

Enzo OT - Medium

Lorem ipsum **Lorem ipsum**

Enzo OT - Black

Familia Tipográfica Enzo OT

El diseño de interfaz necesita la presencia de color, porque es uno de los elementos principales para atraer la atención del usuario. Por ello, en éste proyecto se tuvo sumo cuidado en la paleta de colores a fin de obtener un diseño muy limpio y con pocos elementos para su fácil identificación. La paleta de colores utilizada en este proyecto se observa en la siguiente imagen.



Paleta de colores y logotipo del evento

En el diseño de interfaz se decidió utilizar colores complementarios y contrastantes únicamente para los botones y así generar un punto de atención en la página del home ó página de inicio, porque es la parte que más se quiere resaltar.

El anaranjado al ser un color cálido actúa como estimulante, posee una fuerza activa, radiante y expresiva que ayuda a simbolizar entusiasmo y exaltación, dinamismo, actitud positiva y energética, aspectos que se buscan estimular en los jóvenes interesados en emprender, crear y arriesgarse.

El color gris simboliza el centro de todo porque se encuentra entre el blanco y el negro, es la mezcla de ambos. Simboliza neutralidad y da la sensación de brillantez, lujo y elegancia.



Diseño de botones para la página web

Para cumplir con los estándares de elegancia y limpieza, se trabajó un estilo minimalista, que se caracteriza por la presencia de pocos elementos visuales y un background o fondo gris de intensidad suave (casi blanca), lo que generó congruencia visual así como un espacio puro y práctico para el usuario.

Las imágenes que se ocuparon para la realización de este proyecto son fotografías que surgieron con las reuniones anteriores al evento, las fotografías requirieron de retoque y formato para ser subidas a la página, estas se ven en la galería de imágenes y en el home, a continuación se muestran unas de las fotos subidas a la web.



Fotografías de eventos utilizadas para la página

Infografía con logos de Fese (Fundación Educación Superior-Empresa), CANACINTRA, Foro Consultivo Científico y Tecnológico, AC, y ieh!.

Incluir una **ventanilla de acceso a la información** en la Red del Emprendedor del INADEM

Caricature of a speech bubble character holding a tablet. The tablet displays the URL **INADEM.gob.mx** and the text **Ventanilla de acceso a la información para el emprendedor** with a speech bubble icon and a checkmark icon.

2

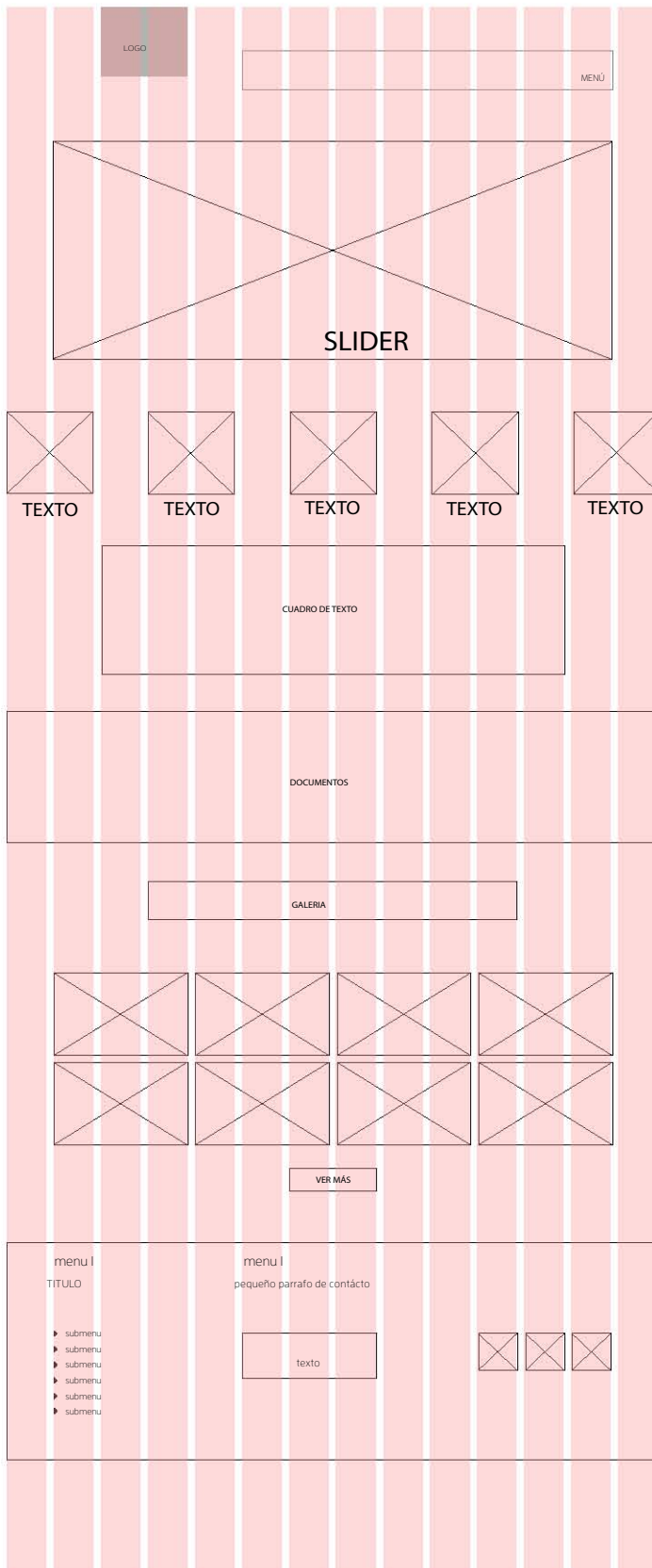
Infografías para el evento y base para la página web

Una vez definido el usuario meta al que se destinaba el diseño de interfaz, se pudo establecer el formato, el tamaño y la retícula.

La intención de este proyecto fue facilitar la interacción máquina-usuario, es por esto que para cumplir con los requisitos de usabilidad se eligió un formato adaptativo o *responsive*, que como su nombre lo dice se adaptara al equipo con el que será vista la página, para así establecer una comunicación más efectiva con el usuario meta.

Para el armado de la imagen se utilizó la retícula de columnas, porque hoy en día es la óptima para páginas web, ya que permite el fácil manejo de los elementos gráficos sin que estos pierdan la relación entre sí. La página esta maquetada en una retícula de 14 columnas que permite la inserción de módulos tanto de 3 como de 4 columnas.

Como no existe un número determinado de columnas, tampoco existe una anchura determinada. Las medidas estándar marcan que 960 px de ancho es lo ideal para la mayoría de los tipos de pantallas, pero como actualmente la gran mayoría de los usuarios meta tienen pantallas más grandes, se diseñó entonces para pantallas de 1024 px.



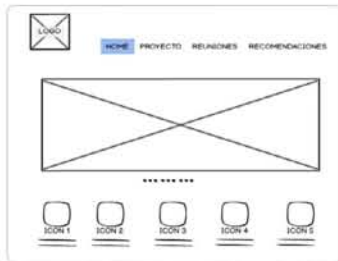
3.7 Story board

Luego, de los bocetos rough se procedió a la realización en computadora del story board. El storyboard, o story para abreviar, es un conjunto de imágenes mostradas en secuencia, con el fin de previzualizar una animación o cualquier otro medio gráfico o interactivo.

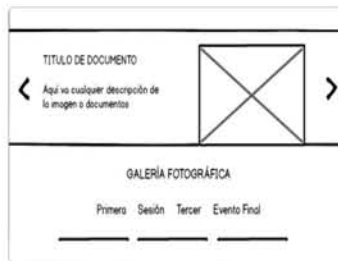
La forma de elaborar un storyboard varía según el diseñador o realizador del proyecto, dependiendo de su uso o lo que se vaya a ejecutar, ya sea video, animación o página web. Algunos tienen color otros solo se realizan en blanco y negro, presentan detalles o simplemente trazos que esbozan una idea de figuras.

En este proyecto, el objetivo del story board, permitió la previsualización de cada una de las páginas, la conexión entre ellas y entre el contenido, los botones y el mapa de navegación, estos tres juegan un papel importante en el proceso creativo. Ayudo al flujo continuo y a eliminar los callejones sin salida y brinda la posibilidad de ver qué secciones requerían de más trabajo. En síntesis, el story board fue una buena manera de que el cliente tuviera una idea más clara de la página web que se estaba realizando.

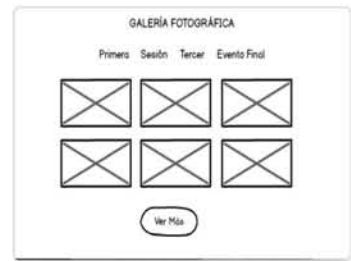
Como se ve en las siguientes imágenes, solo se hace una previsualización de las páginas principales, dos secciones tienen la misma estructura y por lo mismo no fue necesario duplicar las acciones que se llevan a cabo. Entonces la pequeña explicación de cada una de las secciones de las páginas facilitó la visualización del contenido y ayudo a tener una idea más clara de qué llevaría cada sección.



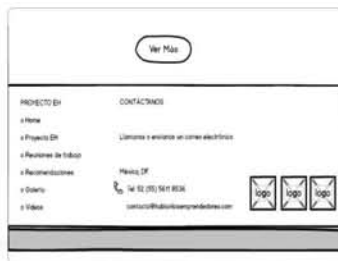
Primera vista superior HOME, los iconos marcados aquí tendrán liqas a otras partes de la página, al igual que el logo. El HOME muestra una introducción a todo lo que compone la página.



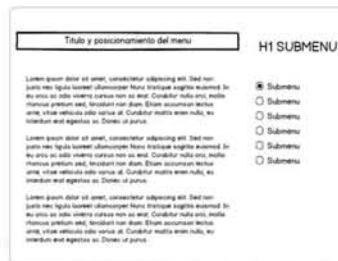
Primera vista inferior del HOME, contiene imagenes que al hacer clic llevan a los documentos oficiales, todas llevaran links.



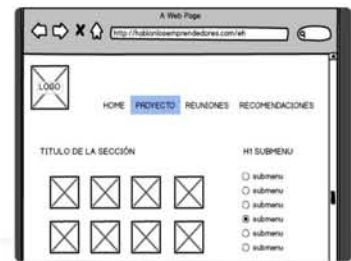
Primera vista HOME, en la galería saldrán las primeras 5 fotos del album señalado sólo en el home, si se da clic en ver más llevara a la página donde está toda la galería de fotos de todos los eventos



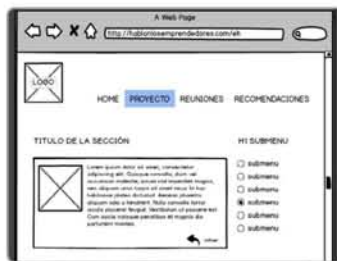
Primera vista inferior HOME, footer que muestra el menu superior y las partes más importantes de la página, con clic.



Páginas del Menú, vista superior de otras secciones de la página, estas contienen un submenú que al dar clic el texto cambiara según lo que indique el usuario



Páginas del Menú, sub-sección emprendedores que contiene fotos, cada una tendrá un link a una reseña.



Páginas del Menú, en la subsección emprendedores, mostrara una reseña que al dar click en volver regresara a la subsección de emprendedores

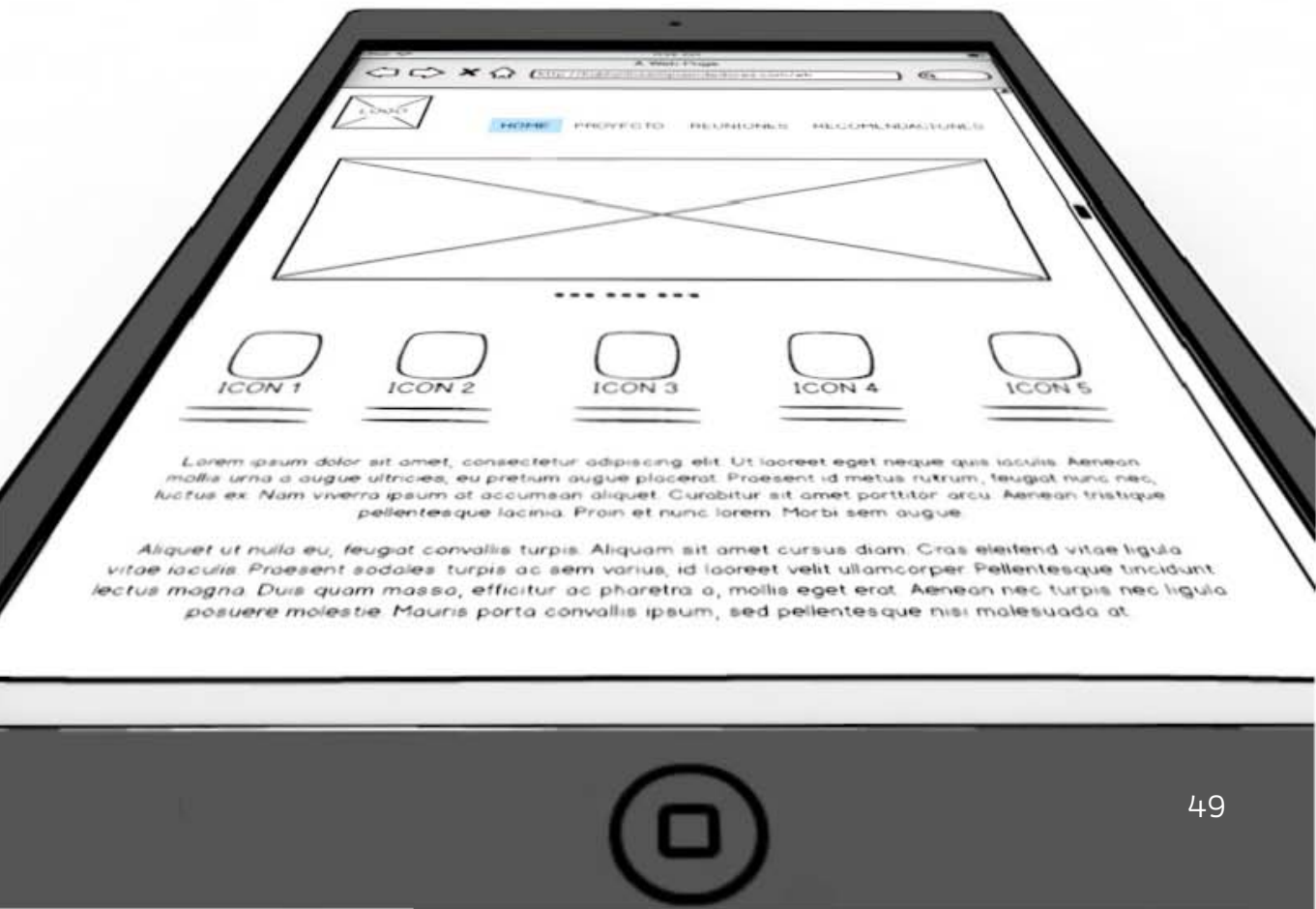


Páginas del Menú, Recomendaciones tendrá un slider animado que muestre partes de la infografía, junto con link a documentos oficiales

3.8 Paper prototype

Para tener una experiencia de usuario es necesario hacer un *paper prototype* o prototipo de papel, esta es la mejor forma de promover la regeneración de profundidad y usabilidad, exige un enfoque activo en el diseño de proyectos web, y consiste en una sesión de pruebas en donde la computadora y el papel juegan un papel importante ya que ayudan a reflejar deficiencias en el uso de la interfaz. La ventaja es que es más rápido crear, modificar, diseñar y optimizar tiempos.

En esta página web, se hizo un paper prototype que sirvió como prueba para demostrar que los botones y menús eran funcionales tanto en dispositivos móviles como en computadoras portátiles, ayudo a jerarquizar la información e identificar mejoras en tamaños tipográficos. A continuación se muestra una secuencia de imágenes que ejemplifican el proceso del paper prototype.



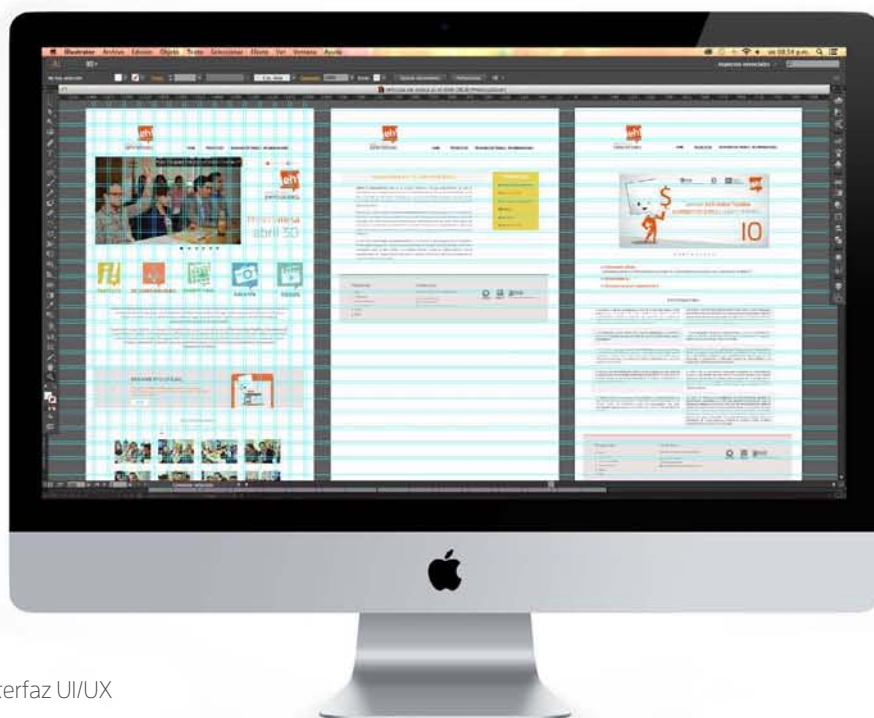
3.9 Mock up

Los *mock up* son archivos que facilitan la visualización del proyecto, son imágenes editadas o trabajadas en programas específicos que permiten realizar un fotomontaje creíble para ser enseñado y comprendido por el cliente. Es una visualización que muestra con más detalle el contenido, la paleta de colores, el estilo gráfico, los tamaños tipográficos, las imágenes, entre otros aspectos del proyecto final.

El *mock up* incluye los elementos del *boceto rough* y el *wireframe* que se mostraron anteriormente, ya que recoge todas las ideas plasmadas para llegar a una visualización más detallada.

La importancia de esta etapa del proceso de diseño es que agiliza los tiempos de entrega y permite al cliente tener una idea mucho más clara de cómo se verá su página web y da la oportunidad de identificar posibles errores, esta es la última etapa en el proceso de diseño en el que se pueden hacer cambios (mínimos) en el diseño.

En este proyecto web el *mockup* se realizó en la plataforma de *illustrator* con la finalidad de tomar en cuenta retícula y gráficos en alta calidad, se detectaron tres pequeños cambios en botones y se siguió con el siguiente proceso de diseño.



3.10 Diseño de interfaz

Cuando se habla de diseño de interfaz se hace referencia al conjunto de componentes empleados por los usuarios para comunicarse con las computadoras, esto incluye: menús, ventanas, ratón y algunos otros sonidos que la computadora hace. En el caso de productos informáticos, la interfaz no es solo el programa o lo que se ve en la pantalla. Empieza desde el momento que el usuario abre la caja y comienza a interactuar con el producto y por lo tanto su experiencia.

La interfaz representa el punto de encuentro entre el usuario y la computadora. En esta interacción, el usuario juzga la utilidad de la interfaz; el hardware y el software se convierten en simples herramientas sobre los cuales fue construida la interfaz, en esta se maneja la conexión con nuevos sistemas, se manipulan archivos, directorios y todo lo que este dentro de ella.

El Diseño de interfaz de páginas web está enfocado a la experiencia de usuario y la interacción, en el mayor de los casos es una actividad multidisciplinaria que involucra a varias ramas de diseño, como se he explicado en puntos anteriores.

El entorno dentro del cual se inscribe el diseño de una interfaz y la medida de su usabilidad, está dado de tres factores: 1. la persona, 2. la tarea y 3. el contexto. El objetivo es que el usuario se sienta familiarizado con el sistema, diseño, términos y concepto, la interfaz debe incluir mecanismos para la interacción apropiada para los diferentes tipos de usuarios que acceden a la página.

Las características de un diseño de interfaz es que contiene ventanas, iconos menús, objetos gráficos, apuntador, botones, entre otras cosas que involucran al diseño.

Así se ha llegado al punto final de esta tesina, en donde los bocetos, story board y paper prototype cobran vida. El diseño de experiencia de usuario, se ve reflejado en la página web "hablan los emprendedores", mediante la aplicación del color, la tipografía, las imágenes, los botones, el texto y todos los elementos gráficos que generan una armonía visual y hacen que el usuario meta se sienta familiarizado con la página. A continuación, se muestra la propuesta final.



Infografías para el evento y base para la página web



Conclu sión


Este proyecto me permitió dominar y combinar aspectos de diseño, como usabilidad, efectividad y funcionalidad de cara al usuario, mediante el debido proceso que requiere una página web. Así, este proyecto muestra un grado más de aprendizaje técnico y conceptual.

A lo largo de esta tesina entendí lo importante que es el análisis del diseño de interfaz y experiencia de usuario, la importancia del Diseño y la Comunicación Visual, al tomar conciencia de la responsabilidad que tengo como diseñadora ante el entorno, la gente y la sociedad. Al enfrentarme a un problema real, tuve la obligación de investigar, analizar y jerarquizar información, conocer al usuario y a cada una de las partes que exigía lograr el diseño de interfaz y experiencia de usuario para la páginas web.

Consecuentemente he demostrado la aplicación de dichos aspectos de forma práctica, los cuales mejoran de forma muy significativa el diseño. Asimismo, cabe señalar el proceso que abarco desde el planteamiento de la ruta crítica, los prototipos que ayudaron a hacer las simulaciones del diseño a construir con un alto grado de detalle y finalmente el diseño final.

Entonces, puedo decir que logre dar solución al problema que dio origen a este trabajo de manera competente, porque los usuarios podrán identificar la información dentro de la página web.

Fuen tes



ENAP-UNAM. (1998). "Presentación general" en Plan de estudios de la Lic. en Diseño y Comunicación Visual. México. Tomo I.

Fuentes, R., (2005). "I. Necesidad del diseño" en La práctica del diseño gráfico. Una metodología creativa. España, Paidós.

Pérez, F., (2003). "Introducción y capítulo I" en Lo materia e inmaterial en el arte diseño contemporáneo. México, UAM- Xochimilco.

Samara, T., (2004). "capítulo 2" Diseñar con y sin retícula. México, Gustavo Gili.

Forges, M., (2000). "Conceptos básicos del diseño" Diseño de revistas. Mc.Grawhill, México.

Nielsen, J. y D. Norman, (2014). The Definition of User Experience.

