

El diseño de la interfaz de la revista digital *Mosaic*

Estudio de caso

Tona Monjo
Cristina Fàbregas

PID_00169704



Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu

Índice

Introducción	5
Objetivos	7
1. Diseñar la línea gráfica y la interfaz	9
1.1. Metodología: Diseño Centrado en el Usuario	9
1.1.1. Análisis	9
1.1.2. Diseño	9
1.1.3. Prototipado	10
1.1.4. Evaluación	10
2. Sobre el diseño visual	12
3. Fases de desarrollo del diseño visual	14
3.1. Evaluación comparativa	14
3.1.1. <i>Coroflot</i>	15
3.1.2. <i>JPGmag</i>	15
3.1.3. <i>Down with design blog</i>	16
3.1.4. <i>Smashing Magazine</i>	17
3.1.5. <i>Core77</i>	19
3.2. Definición de las características gráficas generales	21
3.2.1. Propuestas iniciales	22
3.2.2. Diseño de la cabecera	24
3.2.3. Estructura de la página (<i>layout</i>)	25
3.2.4. Gama cromática	26
3.2.5. Tipografía	30
3.2.6. Integración de imágenes	31
3.3. Preparación de los archivos gráficos para la maquetación CSS ...	32
Actividades	35
Bibliografía	36

Introducción

Desde diciembre del 2001, *Mosaic*, la revista del Graduado Multimedia de la UOC, se había versionado dos veces impulsada por el interés en mantener una imagen de la titulación de Multimedia acorde con la evolución de Internet. Ahora bien, en un entorno tan dinámico como la Red, hay que estar actualizándose con frecuencia, de ahí la necesidad de acometer, una vez más, una nueva versión para revisar el diseño y aumentar la flexibilidad en la edición y publicación a través de la utilización de un gestor de contenidos.

Ocho años después de su creación, *Mosaic* necesitaba seguir avanzando para adaptarse a nuevas necesidades: sindicación de contenidos, búsqueda avanzada, accesibilidad, renovación de imagen, etc.

Se trataba de crear una versión de la revista que conservase todos los contenidos antiguos (artículos, entrevistas, crónicas, recursos, portadas) y tratando de cubrir las carencias de las que adolecía la publicación anterior. En resumen, se pretendía renovar el diseño incorporando herramientas para facilitar la edición, publicación y gestión de los contenidos.

Además, en esta ocasión se quería documentar el proceso de manera que pudiese servir como estudio de caso en diferentes asignaturas del grado en Multimedia. La documentación de la experiencia se distribuyó en cuatro apartados, encargándose de cada uno respectivamente las asignaturas de Arquitectura de la información, Interfaces para sistemas multimedia, Sistemas de gestión de contenidos y Comportamiento de usuarios.

Para llevar a cabo esos objetivos se puso en marcha un proyecto cuyo desarrollo a grandes rasgos ha seguido los pasos siguientes:

1. Definición y planificación del proyecto

- 1.1. Clarificar objetivos
- 1.2. Identificar necesidades
- 1.3. Concretar contenidos
- 1.4. Identificar tareas y fases
- 1.5. Planificar ejecución
- 1.6. Seleccionar equipo y tecnología

2. Ejecución

- 1.1. Definir arquitectura de la información y flujo de la interacción
 - 1.1.1. Comparativa
 - 1.1.2. Prototipo *wireframe*
- 1.2. Diseñar línea gráfica e interfaz
 - 1.2.1. Elegir estilo y estética

- 1.2.2. Prototipo *low-fidelity*
- 1.2.3. Prototipo *high-fidelity*
- 1.2.4. Crear libro de estilo gráfico para editor
- 1.3. Adaptar a CMS. Implementar en *WordPress*
 - 1.3.1. Editar en *WordPress*
 - 1.3.2. Libro de estilo y guía editores
- 1.4. Migrar contenidos de la v2 a la v3
 - 1.4.1. Migrar a *WordPress* todos los documentos que se quieren conservar en la nueva versión (artículos, entrevistas, crónicas, recursos, TFCs, prácticas máximo 3 años de antigüedad). Creación de base de datos con documentos.
 - 1.4.2. Editar HTML documentos y actualizar enlaces
 - 1.4.3. Actualizar línea editorial y libro de estilo de contenidos
- 1.5. Publicar

3. Documentar y evaluar la experiencia

3.1. Enfoque y estructura del caso. Cuatro apartados vinculados a estas asignaturas:

- Arquitectura de la Información.
- Diseño de la Interfaz.
- Sistemas de gestión de contenidos.
- Comportamiento de usuarios.

3.2. Describir las cuestiones abordadas y argumentar las decisiones generales y para cada fase.

3.3. Preguntas en cada apartado planteando dudas sobre las decisiones.

3.4. Plantear la generalización del caso a otros contextos.

De manera flexible, tanto a la escala del proyecto general, como en cada una de sus fases principales, se sigue la metodología de la DCU como referencia y guía para ejecutar el proyecto. En la revista *Mosaic* se puede consultar más información al respecto.

Objetivos

Durante la lectura y estudio de este caso, se pondrán de manifiesto **competencias** como las siguientes:

1. Capacidad para innovar y generar nuevas ideas.
2. Creación y diseño de los elementos gráficos y visuales de un producto o aplicación multimedia usando procedimientos creativos, fundamentos básicos del diseño y un lenguaje formal.
3. Conocimiento de los aspectos y factores que intervienen en todo proceso interactivo entre las personas y los ordenadores.
4. Capacidad de diseñar interfaces de acuerdo con los criterios y orientaciones propuestos por la metodología de diseño centrado en el usuario.
5. Capacidad de desarrollar los recursos conceptuales, creativos y técnicos que permiten atribuir las características formales más adecuadas a cada interfaz.
6. Capacidad tomar las decisiones de diseño de interfaces de acuerdo con las pautas de los diferentes niveles de accesibilidad y la información obtenida a través de los sistemas de evaluación existentes.
7. Capacidad para tener en cuenta los parámetros necesarios para incorporar aspectos emocionales al diseño de la interfaz.

Los **objetivos** de aprendizaje previstos son los siguientes:

1. Conocer el contexto de diseño visual de una interfaz, dentro del proceso de diseño centrado en el usuario.
2. Construir las bases conceptuales del diseño visual, a partir de las fases previas de DCU, y de otros procesos de análisis directamente implicados en la fase actual.
3. Generar una identidad visual diferenciadora para el proyecto en desarrollo.
4. Optimizar la usabilidad del proyecto, mediante los recursos gráficos implementados.

5. Tomar decisiones sobre la estructura de las páginas a partir de los *wireframes* generados en Arquitectura de la Información con el fin de optimizar detalles que sean susceptibles de mejora al ser trasladados al nivel gráfico.
6. Construir un sistema cromático coherente con los objetivos del proyecto, y con el mensaje que se quiere transmitir.
7. Seleccionar la tipografía más adecuada a las características del proyecto.
8. Preparar los archivos gráficos para su maquetación CSS.

1. Diseñar la línea gráfica y la interfaz

En el caso de estudio anterior se trataba la reconceptualización de la arquitectura de la información de la revista: estructura de contenidos, navegación, búsqueda, etc.

El caso que nos ocupa ahora corresponde a la fase siguiente, la concreción de la línea gráfica y el diseño de la interfaz.

1.1. Metodología: Diseño Centrado en el Usuario

La realización de esta fase se orientó de acuerdo a la metodología del diseño centrado en el usuario (DCU), que sitúa al **usuario** en el núcleo del proceso de diseño de la interfaz. Atiende especialmente a los aspectos cognitivos que intervienen en la interacción entre personas y objetos o dispositivos (ordenador, móvil u otros), de manera que permite optimizar la usabilidad de un objeto con el que los usuarios interactúen.

La DCU involucra al usuario desde los primeros pasos del proceso de desarrollo de una aplicación interactiva, e implica varios procesos: análisis, diseño, prototipado y evaluación.

1.1.1. Análisis

En esta etapa se reúne información sobre el contexto de la aplicación que se va a desarrollar:

- las características, objetivos y necesidades de los usuarios¹ de la aplicación.
- los objetivos de la aplicación.
- los requisitos técnicos del desarrollo.

Esta primera fase resulta fundamental para definir cómo son los usuarios de nuestra aplicación, y por lo tanto, es determinante para que el resto del proceso sea adecuado (ya que a partir de ahora el usuario va a estar en el centro del proceso).

1.1.2. Diseño

El diseño de la aplicación debe responder a las características definidas en el proceso de análisis. En realidad, esta etapa abarca diferentes fases, e implica disciplinas de conocimiento diversas.

Ved también

Podéis ver el material *Arquitectura de la información de la v3 de Mosaic*.

⁽¹⁾Usuarios, en inglés, se denomina *target*.

La etapa de diseño consta de distintas fases:

a) Modelado del usuario: definición de las características de los usuarios, de acuerdo con los datos obtenidos y procesados durante el análisis.

b) Arquitectura de la información: define qué estructura de contenidos va a tener la aplicación, y cómo va a acceder el usuario a estos contenidos. Durante este proceso, se definen los diferentes niveles de información, se ordenan y agrupan, y se determina qué opciones va a tener disponibles el usuario.

c) Diseño visual: el diseño visual tiene dos funciones; por un lado, transmitir un mensaje a nivel emocional (que debe ser coherente con los objetivos determinados durante la fase de análisis), y por otro, optimizar la usabilidad de la aplicación (dando visibilidad a la jerarquía de contenidos, al comportamiento de las opciones, etc.).

1.1.3. Prototipado

El prototipo es un elemento clave en el proceso de diseño, puesto que permite detectar aquellas cuestiones que deben ser revisadas o corregidas, y revela si es necesario añadir algún elemento que no se ha tenido en cuenta anteriormente.

En realidad, no podemos hablar del prototipo como una etapa por sí mismo, sino que se realizan diferentes prototipos a lo largo de todo el proceso de DCU:

a) **Wireframe**: es un prototipo muy esquemático que no contiene ningún elemento de diseño visual y que se desarrolla durante la fase de arquitectura de la información. Representa la organización de contenidos de las páginas o pantallas, la ubicación de las opciones, y el comportamiento de éstas.

b) **Prototipo gráfico**: se realiza durante la fase de diseño visual, y supone el desarrollo de las características gráficas² de la aplicación.

⁽²⁾En inglés, este concepto se describe con el término *look and feel*.

c) **Prototipo funcional**: es un prototipo interactivo, que en ocasiones puede tener interacción limitada (programación básica), y que permite comprobar la usabilidad de la aplicación en condiciones similares a las de la aplicación final.

1.1.4. Evaluación

La evaluación de la usabilidad es uno de los puntos clave del diseño centrado en el usuario. Debería llevarse a cabo varias veces a lo largo de todo el proceso:

a) Antes del proceso, en los casos en los que el proyecto consiste en el rediseño de una aplicación ya existente, que debe evaluarse para conocer qué aspectos deben optimizarse.

b) Durante el proceso de diseño, los diferentes tipos de prototipos (*wireframes*, gráfico y funcional) pueden evaluarse una o varias veces. Por ejemplo, los *wireframes* pueden ser evaluados, mejorados, y vueltos a mejorar. Lo mismo ocurre con el resto de prototipos. Es importante tener en cuenta que se trata de un proceso iterativo, de mejora continua.

c) Después de la implementación, debería realizarse un seguimiento, tanto a partir de la recolección de datos de uso cuantitativos como de la realización de evaluaciones, que nos permitan comprobar cómo funciona la aplicación en entornos reales y cómo debe ser adaptada a las variaciones de contexto.

2. Sobre el diseño visual

Como hemos visto, el diseño visual es uno de los componentes fundamentales del proceso de diseño centrado en el usuario. Aunque el resultado del proceso de diseño visual es la definición de un entorno gráfico, en realidad tanto sus objetivos como su función van mucho más allá: están relacionados con la **comunicación**. En este sentido, el diseño visual de una aplicación interactiva debe responder a los siguientes parámetros:

a) Qué se quiere comunicar: cuál es el contenido de la aplicación. Por ejemplo, una aplicación que quiera vender productos tecnológicos tendrá un tratamiento gráfico distinto al de una aplicación que desee dar formación al usuario de los productos tecnológicos. Incluso cuando los dos contenidos formen parte del mismo entorno, el tratamiento gráfico suele ser diferente (para seguir con el ejemplo, generalmente el diseño de la zona promocional y el de la zona de soporte al usuario de los sitios web son diferentes, aunque mantengan elementos de coherencia general).

b) Quién es el destinatario de la comunicación: las características de los usuarios objetivo de la aplicación determinan en buena medida la línea gráfica. Por ejemplo, en situaciones de contenido similares, ¿diseñaríamos igual una aplicación orientada a público infantil o a público adulto? Por supuesto, cada público tiene requerimientos distintos.

c) Quién es el emisor de la comunicación: generalmente, cada empresa, institución u organización tiene una estrategia propia, que determina las características de todos sus productos. Las aplicaciones interactivas o sitios web son elementos destacados dentro de la estrategia comunicativa y, por lo tanto, deben ser coherentes con ella.

d) Cómo se quiere comunicar: dentro de una misma estrategia comunicativa, pueden existir cambios de registro según los objetivos específicos de cada recurso. Por ejemplo, una institución educativa puede tener una estrategia general basada en la seriedad, la fiabilidad y el prestigio, pero en ocasiones puede utilizar un lenguaje más fresco e informal, adaptado a necesidades específicas.

e) Cuándo se va a comunicar: la temporalidad y el impacto de un proyecto puede determinar parte de sus características comunicativas. Si se trata de una campaña efímera, probablemente podrá permitirse variaciones sobre la estrategia general o la adopción de modas o tendencias gráficas, que para un producto más estable resultan arriesgadas.

En el caso específico de *Mosaic*, el objetivo consiste en rediseñar el sitio para adaptarlo a la evolución que el contexto ha registrado en cuanto a comportamiento de los usuarios y condiciones técnicas de desarrollo e implementación desde el momento en que se diseñó la versión previa.

Por otra parte, se pretende dotar al portal de un aspecto visual contemporáneo y fresco, que sea plenamente coherente con las expectativas de los usuarios objetivo y las tendencias y posibilidades del diseño web actual, teniendo presente que *Mosaic* debe continuar siendo reconocible para sus usuarios, es decir, que deben existir nexos de identidad entre las versiones anteriores y la actual.

Para ello, el proceso de diseño visual de *Mosaic* se ha basado en dos pilares fundamentales:

- 1) Los parámetros de estrategia comunicativa anteriormente descritos.
- 2) El análisis de requerimientos y las conclusiones alcanzadas en el proceso de arquitectura de la información previo.

El proceso de diseño visual, por lo tanto, recoge los wireframes establecidos en la fase anterior, para dotarlos de identidad gráfica.

3. Fases de desarrollo del diseño visual

Para alcanzar los objetivos descritos, teniendo en cuenta tanto los aspectos comunicativos como la optimización de la usabilidad del sitio, el proceso de diseño visual de *Mosaic* se ha desarrollado en diferentes fases:

- 1) Evaluación comparativa³.
- 2) Definición de las características gráficas generales.
- 3) Prototipado.
- 4) Preparación de los archivos gráficos para la maquetación CSS.

⁽³⁾En inglés, *benchmark*.

La finalidad de cada una de estas fases es servir de fundamento para las siguientes, de manera que cada uno de los pasos del proceso de diseño esté adecuadamente justificado.

3.1. Evaluación comparativa

La primera tarea en el proceso de diseño visual consiste en explorar ejemplos de sitios web con objetivos similares, para analizar las soluciones que han adoptado.

El objetivo de la evaluación comparativa consiste en examinar buenas prácticas a nivel gráfico, estar al corriente del estado del arte en este aspecto, y descubrir soluciones innovadoras o aportaciones interesantes.

En la evaluación comparativa para *Mosaic*, se observó el estilo gráfico utilizado en otros magazines digitales, bitácoras y sitios web del sector multimedia y afines, como *Coroflot*, *JPGmag*, *Down with Design blog*, *Smashing Magazine* o *Core77*.

En el caso de *Mosaic*, el objetivo es hallar un término medio entre la seriedad que emana de un entorno académico, y el tono más desenfadado específico de la publicación. Por lo tanto, se han tenido en cuenta principalmente aquellos aspectos de los sitios web visitados que se adaptan a estos objetivos:

- Diseño estructurado, con priorización del contenido.
- Diseño claro, dando valor al espacio vacío como articulador de los diferentes grupos de información de las páginas.

Evaluación comparativa (*benchmark*)

La evaluación comparativa consiste en la exploración de referencias similares al producto que vamos a desarrollar. La similitud puede estar relacionada con el tema, o con otros conceptos asociados al proyecto.

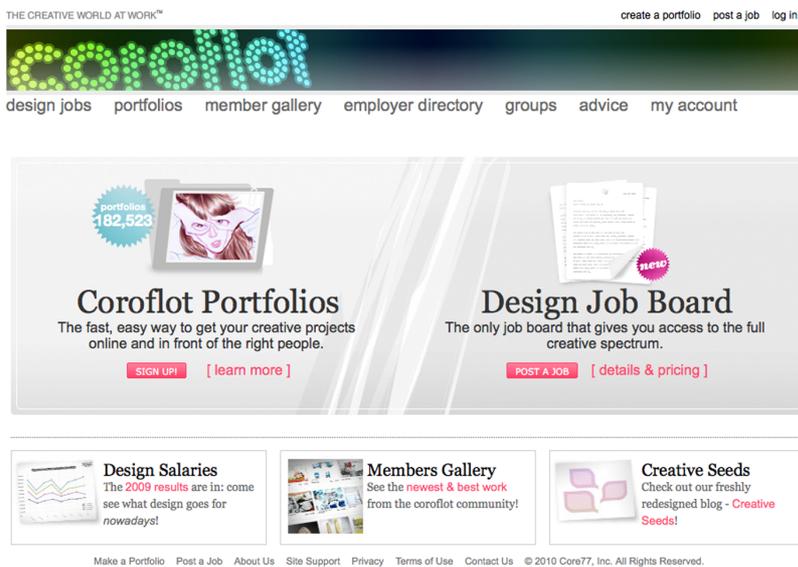
Los resultados de la comparativa se recogen en un informe, en el que se incluyen las URL visitadas y las imágenes más significativas, comentando los aspectos fuertes y débiles de cada una de ellas.

También se suele hacer una recopilación de buenas prácticas, o ejemplos de diseño óptimos para los aspectos cruciales del proyecto en curso.

- Diseño consistente, que mantenga la coherencia entre los diferentes apartados, y que refuerce la confianza que emana del entorno universitario.
- Aspecto innovador y fresco, relacionado con el tipo de usuario objetivo al que nos dirigimos.

3.1.1. *Coroflot*

Coroflot es un portal comunitario para diseñadores, en el que éstos pueden mostrar sus portafolios⁴.



Su estilo es contemporáneo y muy neutro, cediendo todo el protagonismo a las imágenes y a los datos en formato breve. Usa una paleta de colores pastel, combinando sobre todo grises y rosas sobre blanco. Su rasgo identificativo se mantiene sólo en la cabecera, pues el diseño de las distintas páginas se adapta al contenido que se presenta en cada caso.

⁽⁴⁾En inglés, *portfolios*.

Es un diseño adecuado para un sitio cuya función es la de galería o red social: el diseño resulta transparente, prima el contenido.

3.1.2. *JPGmag*

JPGmag es un portal de publicación de fotografía, en el que 237.768 fotógrafos comparten su trabajo y pueden votar las mejores obras.

JPG PHOTOS ▾ STORIES ▾ PEOPLE ▾ THEMES ▾ MAGAZINE ▾ Search PLUS = AWESOME Log in

MoMA Henri Cartier-Bresson: *The Modern Century* "...one of the most beloved figures in the history of photography." April 11 - June 28

JPG is Your World in Pictures.
Join the 237,074 photographers sharing their work and voting for the best in our themes. You could be published in JPG Magazine!

[Sign up today!](#) [» About JPG](#)
[» How it works](#)

[Blog](#) [Photo Challenge: Messed Up](#) - Life isn't always nice and neat! [Site](#) [Mobile Photo Uploads!](#)

Featured theme
Title Me!
Name That Untitled Photo.

Themes scheduled for publication
More featured themes
Recurring Theme: Items We Carry
Fabulous
« Title Me!
Photo challenges

Hot photos [More photos »](#)

Smoking in the park
by Jason Barnhart — Hot in Teeny Tiny

Featured stories [More stories »](#)

New York's Finest
Photo Essay by Bogdan Tiflinsky
"The ugly the bad and the good."

The Act of Pilgrimage
Feature Story by Katherine Neumann
Traditionally with a focus on the journey, pilgrimage is now more often about the destination. I travel to Tibet to explore the act of pilgrimage.

JPG Magazine [Subscriptions are back! Get one today! »](#)

Issue 21: House
Includes themes House, Zen, and Fairy Tale.
In this issue, JPG invites you make yourself at home and view the unique photos and stories about Houses from around the world. Next, our contributors take a deeper look at their surroundings and capture powerful moments of Zen. Finally, JPG members weave a story beyond imagination, pushing the boundaries of fantasy and reality by depicting scenes of a Fairy Tale. See all this and more in Issue 21 of JPG Magazine!

Photo of the week

"Sometimes You Wear Stretchy Pants in Your Room. It's for Fun."
by Shaun Nelson
Story of the week
Member of the week

Contemplating
by Kishore Jothady

[Home](#) [Photos](#) [Stories](#) [People](#) [Themes](#) [Magazine](#) [Advertising](#) [About](#) [Blog](#)

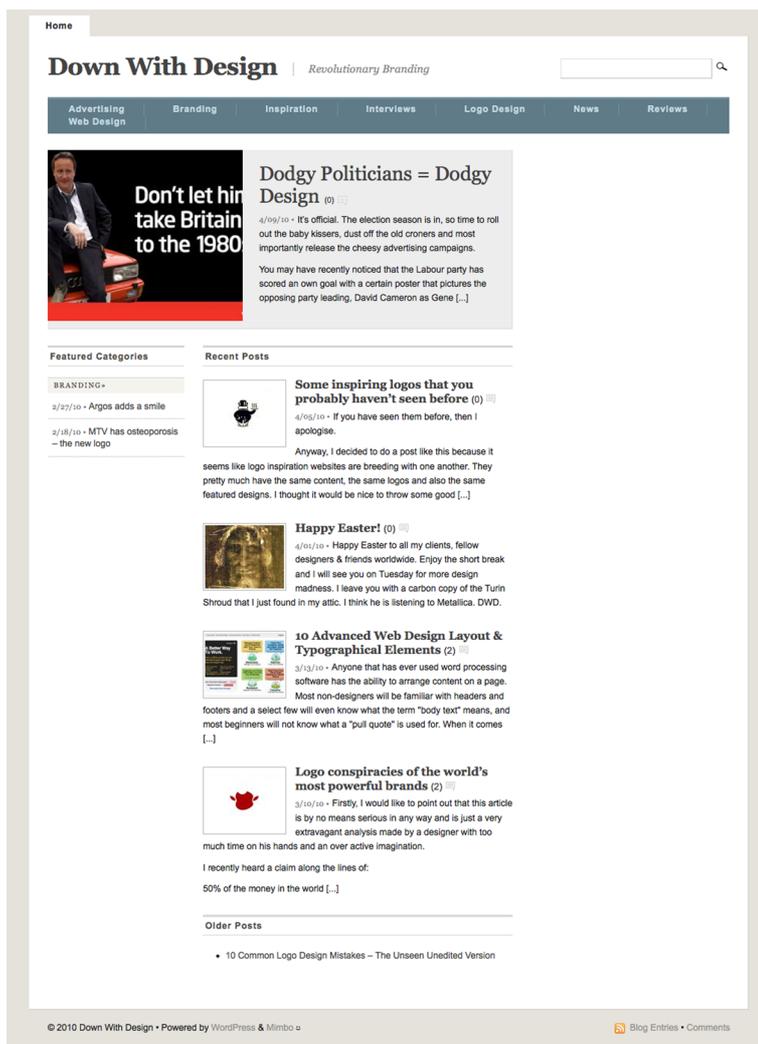
8o2o media
© 8020 Media, Inc. 2006–10. Contributions © their respective holders.
[Terms of use](#) [Privacy policy](#) [Help](#) [Contact us](#)

De nuevo nos encontramos con un diseño limpio y neutro. Los elementos más identificativos del sitio son el logotipo y la cabecera, bastante discretos, y el uso de una paleta de tres colores, rojo, negro y azul, en combinación con el blanco.

Como en el caso de *Coroflot*, se cede el protagonismo al contenido: imágenes y datos en formato breve.

3.1.3. *Down with design blog*

Down with design es una bitácora que reúne las mejores prácticas en diseño web y *branding*, así como entrevistas con autores.



Tiene un estilo bastante formal que viene determinado por el uso de tipografía sérif para los títulos y sans-sérf para el texto de contenido y el uso del azul grisáceo como único toque de color. La información se presenta de forma clara y muy legible, mediante tipografía de palo seco y un interlineado amplio.

En este sitio no aparece ningún logotipo en la cabecera ni rasgos identificativos, el diseño se basa en un formato estandarizado con una personalidad muy poco marcada.

3.1.4. *Smashing Magazine*

Smashing Magazine es una publicación en línea⁵ que aborda aspectos de diseño y desarrollo web: *showcases*, mejores prácticas, pautas y recursos.

⁽⁵⁾En inglés, *on-line*.

Home
Graphics
Wallpapers, Icons
Inspiration
Photos, Showcases
Coding
CSS, JS, WordPress
Design
PSD, Fonts, Freebies
Email Newsletter
mail@example.com
Search



Smashing Magazine | Smashing Network

The Poetics Of Coding

By [Matt Ward](#) | May 30, 2010 | [Coding](#) | [28 Comments](#)

There is little doubt that WordPress is one of the most popular blogging and content management platforms out there today. This is not an article about WordPress, though, but rather a more general musing on one of its thought-provoking taglines: "Code Is Poetry."

That's an interesting metaphor. Recently, I've written about the different languages used by designers and developers, and also about the relationship between these coding languages and proper human language (specifically, English). As someone who graduated from university with a degree in English Literature and came to Web design in a roundabout way, this kind of thinking has always interested me.



As has this apparent connection between code and poetry. What does the metaphor mean? I took some time to really think about this relationship and discovered that the people at WordPress got it right (again). Code really is similar to poetry!

[Read more...](#)

The Current State of Web Design: Trends 2010

By [Vitaly Friedman](#) | May 4th, 2010 | [Design](#) | [97 Comments](#)

Web design is a fickle industry. Just like every other form of artistic expression, Web design has undergone a continuous and surprisingly fast evolution. Once a playground for enthusiasts, it has now become a mature rich medium with strong aesthetic and functional appeal. In fact, we are experiencing what could be the golden era of Web design — or at least the best period thus far. We have powerful new tools at our disposal (CSS3, HTML5, font-embedding, etc.), a plethora of freely available resources, a strong design community and also (if you needed any more!) reliable support of Web standards in the major browsers.



We're seeing better interaction design and more aesthetically pleasing designs. And we're seeing more personal, engaging and memorable sites, too. But what exactly is making the difference? What new directions is Web design heading in today? What new techniques, concepts and ideas are becoming important? In this article, we present some observations on the current state of Web design. We describe **existing and upcoming trends** and explain how Web design might evolve in the coming months and years. We'll also touch on what we as Web designers should be ready for to keep abreast of new challenges and opportunities.

Please note: this article is the first in our series on the current state of web design. To make sure you don't miss the second part, [subscribe to our RSS feed](#) and [follow us on Twitter](#).

[Read more...](#)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 [next »](#)

Magazine RSS Feed
203,205 readers
[Follow us on Twitter](#)
178,587 followers

Find Good Web Hosts with user reviews & coupon codes
[CLICK HERE](#)
HostSearch
Best Hosting Deals

701,612 WEBSITES CREATED FREE
DESIGN YOURS! HERE >>>
Create free stunning flash websites!

Online Forms No Coding
Formstack
Online Forms - No coding

Webvanta
The hosted CMS that takes you further.
[Try it for FREE](#)

activeCollab 2
Work With Clients and Manage Projects on Your Website!
[TRY FREE DEMO](#)
Online Project Management

TOP 25 WEB HOSTS
TOPHOSTS.COM
Top 25 Web Hosts

CSS & XHTML for your design
P2H.COM
PSD to HTML Services

Network Jobs

Smashing Network

- [30 Useful Adobe AIR Applications](#)
noupe.com
- [40 More Stylish, Minimal and Clean Free Wordpress Themes](#)
speckyboy.com
- [CSS Posters](#)
designinformer.com
- [Beautiful Contact Forms for your Inspiration](#)
webdesignerdepot.com
- [Entering the Era of Device Testing](#)
designhack.co.uk
- [DesignSwap - Yaron Schoen & Trent Walton Talk Takeovers](#)
carsonfeed.com
- [More Additions to the CSS3 Click Chart](#)
impressivewebs.com

[Add this widget to your site!](#)

Interact

- [About us](#)
- [Authors](#)
- [Contact us](#)
- [Become an Author](#)
- [List of tags](#)
- [Publishing Policy](#)
- [Smashing Jobs](#)
- [Smashing Newsletter](#)
- [Smashing Shop](#)
- [Follow us on Twitter](#)
- [Subscribe to RSS-Feed](#)

Advertisement

[Dream Template](#)

PREMIUM WEBSITE TEMPLATES

DOWNLOAD 3,000+ AMAZING DESIGNS!

WEB DESIGNERS USE OUR TEMPLATES FOR YOUR CLIENTS!



Categories

- Graphics, Inspiration
- Coding, Design
- Photography, Wordpress
- Tutorials, Wallpapers
- Icons, CSS

Information

- [About Us](#)
- [Regular authors](#)
- [Become an Author](#)
- [Publishing Policy](#)
- [Advertise with us](#)

Content

- [The Smashing Network](#)
- [The Smashing Book](#)
- [Mobile Version](#)
- [Smashing E-Mail Newsletter](#)
- [Smashing Magazine's Job Board](#)
- [Smashing Banners and Icons](#)

Connect

- [Follow us on Twitter](#)
- [Join us on Facebook](#)
- [RSS Feed - Magazine](#)
- [RSS Feed - Network](#)
- [Contact us](#)

Smashing Media GmbH. Created by [Sven Lorenz](#) & [Vitaly Friedman](#) | [Back to top](#) © Design by [Fancion](#)

Su diseño es sencillo y limpio, con un tono desenfadado. El toque de color lo ofrece el naranja, en combinación con una gama de grises, del blanco al negro, colores presentes también en el logotipo.

La cabecera adquiere mayor protagonismo que en los casos analizados anteriormente, y también se añaden rasgos identificativos a lo largo de las páginas, como iconos personalizados y un pie de página que incorpora una ilustración.

La información se presenta de manera visualmente clara, a pesar de que la tipografía elegida resulta un tanto menos legible que en otros casos, ya que es más ancha y utiliza un interlineado menor.

3.1.5. *Core77*

Core77 es una bitácora orientada a la comunidad de diseño industrial e innovación. Contiene artículos, debates, entrevistas y recursos.

Core77 Design Job of the Day
Job is seeking a Web Design Intern in San Francisco, CA



ARTICLES PHOTOS CALENDAR BOOKS DESIGN SCHOOLS DISCUSSIONS STORE DESIGN FIRMS JOBS & PORTFOLIOS

NOT FOR YOU
Real Estate Bust
How Creatives Are Carving Up L.A.'s Empty Space, by Alissa Walker

Interaction + Product Design
A Peek Inside the Revo Heritage Radio, by Andy Polaine

Thursday, May 06, 2010
A daily feed of cool projects from the **Core77 Monitor Gallery** - Join & Add Your Work Today!



SUBMERSE: dare to go where no other wheel can, by Alex MARCOZ
Converse sketch by Kevin Clarridge
Jon McCoy - Diode by Agnes Pods

New 1 Hour Design Challenge Launches TODAY! Theme: Gestural Interfaces
Posted by core jr | 5 May 2010 | Comments (0)



In our newest 1 Hour Design Challenge, Core77 and Seattle-based design firm Teague ask you to design a provocative gestural interface, using an everyday object as a starting point. Teague will donate \$500 in the name of the first place winner to NPower Seattle and in the name of the second place winner to Project H Design. The first place winner will also be awarded an Arduino Kit, to make those interfaces real.

THEME: Gestural Interfaces

DOORS OPEN: May 5, 2010

DOORS CLOSE: May 05, 2010 11:59 PM PST

BRIEF: Digital interfaces, while compelling and empowering, drive us towards a flatness that's disorienting and boring. We're losing the richness that makes the physical world so compelling. Worse yet, we're replacing intuitive interactions with poor substitutes in our effort to make everything "fit" on screen.

This 1 Hour Design Challenge invites designers to come up with a meaningful counterpoint to the all-in-one interface of the screen. You are tasked with creating a simple but engaging interaction that does not rely on a screen for input or output. You are free to appropriate an everyday object or to create a unique piece of geometry, but your solution must invite the user to interact with information or their surroundings in a way that encourages discovery while delivering an element of performance.

Industrial Design & User Interface together...
Yum!



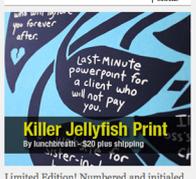
Bresslergroup, Inc. Philadelphia, Pennsylvania

solidThinking for Transportation Design

where ideas take shape

>> click here <<

CORE STORE | VIEW STORE



Limited Edition! Numbered and initialed by the artist.

GET OUR NEWSLETTER
Enter email address
Sign-up for your monthly fix of design news, reviews and stuff to make you smarter.
FOLLOW CORE77

1 HR DESIGN CHALLENGE



See Last 1HDC

View Older Entries

- or Jump Directly to a Post:
- » Reflections on the Sustainable Vehicle Design Forum at the Royal College of Art
- » Mercedes design, too, will spread outside of the automotive realm
- » MB&P doesn't make mere watches: Check out this "Horological Machine!"
- » Pure's new radios, and jeez--is "retro" advancing a decade?
- » Martor's Red-Dot-winning Easysafe utility knife
- » NY Design Week 2010 Preview: Sam Baron's Glass Sauvages
- » NY Design Week 2010 Preview: The NoHo Design District
- » Designer Revenue Streams - Panel Discussion



Our Sponsors

<p>Most Recent Design Jobs at Corollot.com - Where Design Never Sleeps</p> <ul style="list-style-type: none"> Interactive Media Designer Samsung Mobile - Richardson, TX Product Designer Samsung Mobile - Richardson, TX Creative Services Director Pearson Corp. - St. Paul, MN Creative Director Delaware Marketing Group - Wilmington, DE Point of Purchase and Industrial Structural Designers! Alperstein - Reston, VA Design Director Solder Design - Cambridge, MA View all Design Jobs Post a Job 	<p>Most Recent Design Firm Updates at DesignDirectory.com - Where Design Firms Get Seen</p> <ul style="list-style-type: none"> LOGIC Product Development Technologies globevent design + 3d digital rendering! Designit Elegance Soft SUSTENTA DESIGN Auto Design Factory DC Interactive Mispache Creatives Adver Face 	<p>Recently Featured Portfolios at Corollot.com</p> <ul style="list-style-type: none"> See More Design Portfolios Make your own Portfolio
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Este sitio tiene un diseño desenfadado, más atrevido que los anteriores, utiliza un logotipo de estilo *graffiti* y una paleta con tonos del blanco al negro en alto contraste.

En la portada, bajo la cabecera, una gran pastilla presenta los contenidos más relevantes de las distintas secciones al pasar el cursor sobre el menú. Esta pastilla, además, tiene un diseño característico –una trama de fondo– que le otorga atractivo a la portada del sitio. En las distintas secciones, bajo la cabecera, se presenta una fotografía en gran formato, cuidadosamente elegida.

En general, se da protagonismo a las imágenes así como a los titulares de las noticias y artículos, que utilizan una tipografía de gran tamaño. En este sitio los contenidos comparten protagonismo con el diseño.

3.2. Definición de las características gráficas generales

A partir de la evaluación comparativa se han tenido en cuenta algunas ideas generales:

- Un diseño flexible, que pueda adaptarse ágilmente a los contenidos de diferente naturaleza que puede alojar el sitio.
- Un diseño limpio, que priorice las imágenes y la información.
- Un diseño estructurado, que permita que el usuario reconozca fácilmente los elementos de la página, y que le permita navegar con facilidad.

A nivel gráfico se ha optado por redefinir la línea gráfica de la versión anteriormente existente de *Mosaic*, teniendo en cuenta la necesidad de que el usuario habitual del portal pueda seguir identificándola, aunque adaptándola a las nuevas necesidades del contexto.

The screenshot shows the Mosaic website interface. At the top left is the logo 'mosaic tecnologías y comunicación multimedia'. To its right, it says 'nº 52 10.2006' and '¡Suscríbete al boletín de Mosaic!'. There is a search bar with the UOC logo. The main content area is divided into four columns:

- entrevista** (interview): Features 'Drac Píxel Mosaic (Barcelona)' with a photo of two men. Text: 'Drac Píxel es la empresa multimedia responsable de los procesos de video-streaming del pasado Internet Global Congress, en esta entrevista nos hablan de cómo gestionan ese y otros aspectos de su trabajo como agencia.'
- graduado multimedia** (multimedia graduate): Contains sections for 'Recursos' (Manual Básico de Windows Movie Maker), 'Trabajos Final de Carrera' (Arturo Bujalance Arguijo), 'Crónicas' (La creación en el entorno digital: artivismo en la Red), 'Prácticas' (with images of a camera and a person), and 'Formación' (>Graduado en multimedia, >Máster en Creación y Producción Multimedia).
- artículo** (article): Features 'New media: ¿viejas o nuevas realidades?' by Antoni Marín. Text: 'El profesor Antoni Marín reflexiona en este artículo sobre el significado del concepto new media, sus repercusiones históricas y las que actualmente conlleva, así como habla de las narrativas que se derivan de él.'
- noticias** (news): Features 'EEUU, a punto de ilegalizar en la práctica las apuestas a través de Internet'. Text: 'La mayoría de las modalidades de apuestas por Internet van a quedar prohibidas en EEUU. El Congreso del país ha aprobado un proyecto de ley que considera ilegal los pagos a sitios de apuestas 'on line' a través de tarjetas de crédito, cheques y giros electrónicos.'

At the bottom, there is a footer with 'Línea Editorial - Participa! - Contacto', 'ISSN: 1696-3296 DL: B-30280-2003', and a Creative Commons license: 'Los textos y materiales publicados en esta revista están regulados, salvo que se indique lo contrario, por una licencia Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivada 2.5 de Creative Commons.'

Versión anterior de *Mosaic*

Como fuente de inspiración se ha utilizado el logotipo de *Mosaic*, ya que:

- es el elemento identificador central del sitio web,
- su gama cromática permite determinar unas claves de reconocimiento de los diferentes apartados,
- responde a la idea de reunión de contenidos de diversa naturaleza, todos en torno a las tecnologías y comunicación multimedia.



Logotipo de *Mosaic*

3.2.1. Propuestas iniciales

Inicialmente se preparan dos propuestas, que se dan a elegir al equipo editorial de *Mosaic*. Las dos propuestas comparten una distribución de los distintos bloques de contenido en pastillas, siguiendo la línea del logotipo y la referencia del diseño anterior de *Mosaic*.



Propuesta A



Propuesta B

La propuesta seleccionada por el equipo editorial ha sido la A, en la que se utilizan las curvas y los bordes redondeados del logotipo, que aportan un aspecto orgánico. Esta propuesta se observa como más innovadora, y transmite conceptos de frescura, agilidad y flexibilidad.

En la primera etapa del diseño, las pastillas son redondeadas también en los laterales. Esto ocasiona ciertos problemas a la hora de maquetar, por lo que en una segunda fase se sustituyen por laterales rectos que permiten alargar los bloques indefinidamente.



Propuesta con laterales rectos

3.2.2. Diseño de la cabecera

En el diseño de la cabecera, se ha tenido en cuenta la existencia de un destacado en la página de inicio⁶, que ha de ser claramente visible. Con este objetivo, se ha querido integrar el nombre de la publicación con el contenido destacado, para reforzar la presencia de éste. Para ello se ha generado una pastilla que incluye el logotipo y el bloque principal de contenido, que aparece en la columna izquierda.

⁽⁶⁾En inglés, *home*.

El menú principal se incluye en otra pastilla situada al mismo nivel que el logotipo. Del mismo modo se aísla el resto de bloques en pastillas, para que queden bien diferenciados los unos de los otros.



Cabecera

3.2.3. Estructura de la página (layout)

Tanto la página inicial del sitio, como las páginas iniciales de los apartados (que contienen los índices de contenidos), se distribuyen en dos columnas similares, ya que todos los contenidos se presentan al mismo nivel.



En el caso de la página inicial de apartado, se hace una excepción con el artículo destacado, que se presenta a dos columnas para destacar gráficamente su importancia.



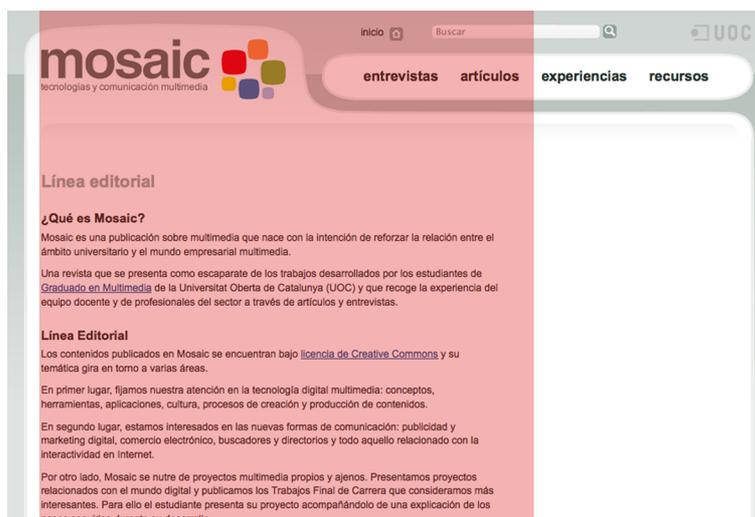
Estructura de un índice de apartado

En las páginas de segundo nivel, la columna izquierda es notablemente más ancha, ya que la derecha se reserva para mostrar contenidos accesorios o complementarios al bloque principal de contenido.



Página de segundo nivel a dos columnas

En los casos en los que no existe contenido complementario, la página se muestra a una sola columna.



Página de segundo nivel a una columna

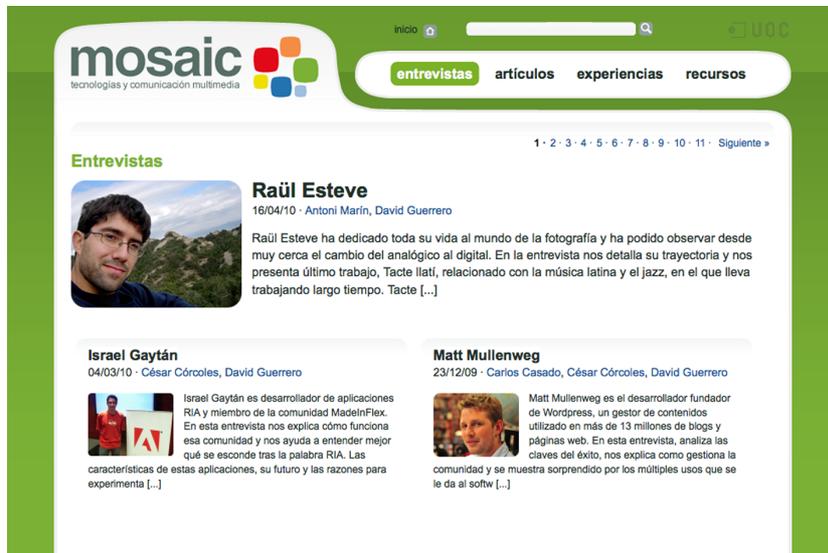
3.2.4. Gama cromática

La gama cromática del nuevo diseño se ha basado en los elementos del logotipo.



Código de colores del logotipo

Este código de colores se ha asociado con cada uno de los apartados del sitio, en títulos y fondos de página. De esta manera se mantiene el recurso de diferenciar las secciones por colores, tal y como ya se hizo en la versión anterior de *Mosaic*. Este recurso resulta muy útil para reconocer el contexto, y conseguir una navegación menos monótona.

Apartado *Entrevistas*Apartado *Artículos*

Inicio FUOC

entrevistas artículos **experiencias** recursos

Experiencias 1 · 2 · 3 · 4 · 5 · 6 · 7 · [Siguiete >](#)

Festimage 2010
16/04/10 · Antoni Marin

FESTIMATGE es un festival sobre fotografía y cine que se celebra en Calella del Maresme (Barcelona) y que este año llega a su quinta edición. Organizado por la entidad local Foto-Film Calella reúne una serie de exposiciones de fotografía, proyecciones cinematográficas, talleres, conferencias y mesas redondas. La [...]

Creación de una campaña publicitaria
16/04/10 · Raúl Pérez Alonso

En esta experiencia presentamos el proceso de creación de una campaña publicitaria para ZARA. El autor nos cuenta de primera mano cómo él y su equipo tuvieron que ponerse en la piel de un director de arte multimedia para conseguir crear un producto a la altura de las otras marcas del sector.

Trabajo en grupo en un entorno virtual
04/03/10 · Lorda Belsó

En una sociedad cada vez más compleja y competitiva, es esencial una producción eficaz que garantice un resultado de calidad, es decir, que evite errores, omisiones, incoherencias, conflictos, o desaprovechamiento de recursos, entre otros. Para ello, es fundamental llevar a cabo un proceso previo [...]

Apartado *Experiencias*

Inicio FUOC

entrevistas artículos experiencias **recursos**

Recursos 1 · 2 · 3 · [Siguiete >](#)

Guía de aprendizaje de Photoshop CS4
16/04/10 ·

Los inicios de cualquier fotógrafo pasan por un primer uso de la cámara en el que se van repitiendo formas de hacer y tics bastante comunes. Es habitual disparar la cámara en automático y ello no acostumbra a ser un problema ya que las cámaras actuales suelen ser muy fiables en el control de la [...]

Guía de aprendizaje de Audacity
04/03/10 ·

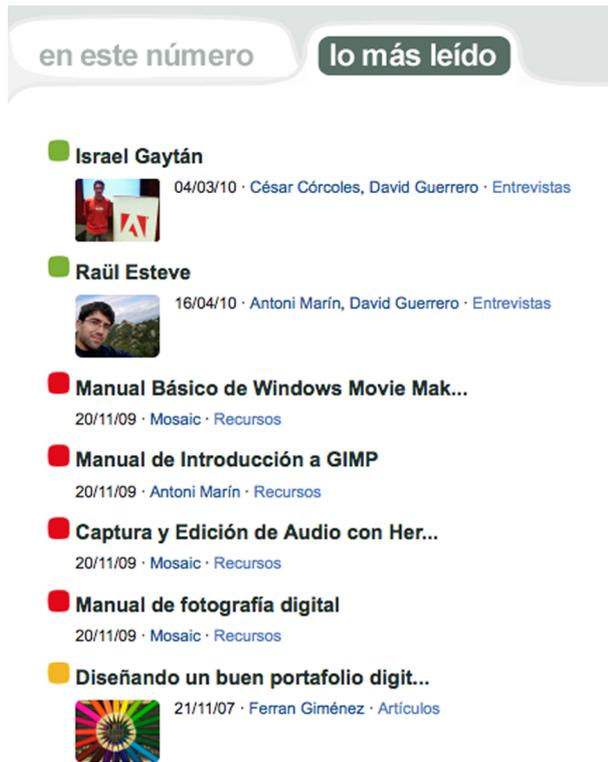
La edición de sonido es el proceso a través del que convertimos en definitivos los elementos sonoros "en bruto" que se combinan en una producción audiovisual. Audacity es una herramienta que nos permite generar, editar y, en definitiva, manipular contenido sonoro a través de múltiples formatos. Audacity es un programa gratuito de código abierto en [...]

Guía de aprendizaje de Flash CS4
23/12/09 ·

Flash CS4 es una potente herramienta que nos permite crear diferente tipo de contenido, como por ejemplo gráficos vectoriales, animaciones, recursos interactivos, aplicaciones multimedia, juegos, etc. En esta guía comenzaremos conociendo las herramientas de edición gráfica, para después adentrarnos en las nuevas posibilidades de animación que ofrece Flash CS4, como por ejemplo el editor de movimiento, [...]

Apartado *Recursos*

Por otra parte, en los *wireframes* se definía que cada tipología de contenido debía ir asociada a un icono, cuando apareciera en la portada o en los destacados laterales. Finalmente se ha optado por utilizar el mismo código de colores para indicar la tipología, ya que está directamente relacionada con los diferentes apartados del sitio.



Uso de colores para indicar tipología de contenido

Para la página de inicio se escoge el tono gris verdoso del logotipo. Éste es también el color de las páginas que no pertenecen a ningún apartado particular. Se trata de un tono neutro, en el que la nota de color la aportan el logotipo, las imágenes, y los iconos de color de las distintas tipologías de contenido.



Gris para la página de inicio

En cuanto al contenido, para priorizar la accesibilidad se garantiza el contraste entre el texto y el fondo, aplicando blanco para las pastillas de fondo y negro para el texto.

“We Transfer”, nuevo servicio gratuito de transferencia de archivos

06/05/10 - WeTransfer, un nuevo servicio de transferencia de archivos 100% gratuito que le permite enviar archivos grandes (hasta 2 GB por transferencia) en la Web. No es nada complicado, tiene un agradable diseño y ni siquiera tiene que registrarse. Realizó un primer lanzamiento hace sólo 4 meses y ya tiene 600.000 usuarios en más de 190 [...]

Combinación para la tipografía

3.2.5. Tipografía

Para la tipografía se ha escogido la fuente de sistema Arial en lugar de la Helvetica del logotipo, puesto que son muy parecidas y debe utilizarse una tipografía de sistema por razones de accesibilidad y usabilidad. De este modo, se garantiza que todo el contenido textual pueda ser HTML.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklm
 nopqrstuvwxyz
 1234567890

Arial

Los títulos de los bloques de contenido también son texto HTML. Se han colocado dentro de unas pastillas que siguen el código de colores de la web: las pastillas grises para contenidos genéricos y pastillas verdes, amarillas naranjas y rojas para los contenidos de sección.

acerca de... acerca de... acerca de... acerca de...

Títulos de los bloques de contenido

En el caso de los bloques del lateral derecho de la home, se han añadido además iconos identificativos.

¿de qué hablamos? noticias agenda

Títulos de apartados específicos de la página de inicio

Para los enlaces se ha escogido otro de los colores dominantes del logotipo, el azul intenso, por ser un color que resalta en combinación con el negro, pero mantiene la continuidad del texto en caso de encontrarse dentro de un bloque de información. Además, mantiene un adecuado contraste con el fondo, que facilita su legibilidad.

Para los *hovers* se ha utilizado el subrayado para dar a entender al usuario que se trata de un enlace.

Etiquetas: [fotógrafo](#), [imagen](#), [lenguaje visual](#)

Tratamiento de los enlaces

En cuanto al tamaño del texto, puesto que el contenido de la web será extenso en algunas secciones, se ha optado por un cuerpo de letra mediano (12 px) para facilitar su lectura.

Para que la jerarquía de la información quede clara al primer vistazo, se han utilizado otros tamaños para el resto de elementos:

- un cuerpo mayor para los títulos y subtítulos: 15 o 22 px en negrita,
- un cuerpo menor para informaciones secundarias como las fechas y autores de las entradas: 10 px.



Diferentes tamaños de texto

3.2.6. Integración de imágenes

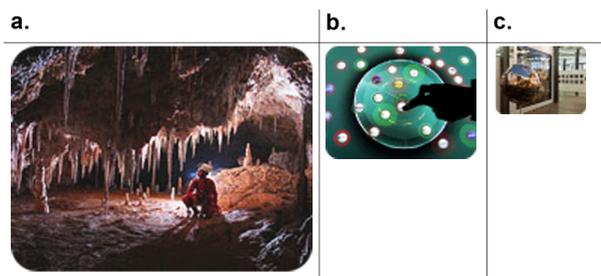
Las imágenes se han generado con bordes redondeados sin suavizado de contorno⁷, para que las esquinas generadas dinámicamente no ocasionen problemas en aquellos navegadores que no leen archivos PNG con distintos niveles de transparencia.

⁽⁷⁾En inglés, *anti-alias*.



Imagen con bordes redondeados

Para integrar las imágenes se han establecido unas medidas fijas, según la ubicación. El objetivo ha sido preservar la consistencia del diseño a lo largo de las diferentes páginas, y facilitar el proceso de maquetación y actualización de los contenidos.



a. Destacados: imagen 220 × 167
b. Índices de apartado: imagen 100 × 75
c. Contenido complementario página de inicio: imagen 60 × 45

3.3. Preparación de los archivos gráficos para la maquetación CSS

Una vez elegida y cerrada la propuesta gráfica, se han desarrollado los PSD de todas las tipologías de página que existen en *Mosaic*.

Seguidamente se ha preparado la guía de estilo, recogiendo la información más relevante para el maquetador CSS: familias, cuerpos y colores de las fuentes, links, tamaños de los bloques, imágenes y distancias entre los distintos elementos.



Guía de estilo para la maquetación

Con la elaboración de los PSD y la guía de estilo se prepara el sitio para su posterior maquetación y concluye la fase de diseño.

Actividades

Cuestionario del caso

1. En la fase de comparativa se han tenido en cuenta referencias de sitios web que estuvieran, como *Mosaic*, orientados a la comunidad de diseñadores y desarrolladores multimedia.
 - a) ¿Creeis que hubiera sido interesante tener en cuenta también otros tipos de web que se relacionaran con *Mosaic* por otras razones? ¿Cuáles?
 - b) Buscad otras 3 referencias que puedan ser útiles para el caso de *Mosaic*, y realizad la comparativa correspondiente.

2. En el diseño de *Mosaic*, la gama cromática se ha basado en el logotipo de *Mosaic*.
 - a) ¿Creeis que esta decisión ha sido acertada? Justificad la respuesta.
 - b) Comentad también si encontraréis adecuado el tratamiento de cada apartado en un color diferente, y explicad por qué.

3. Entre las propuestas iniciales de diseño, el equipo editorial optó por la A. ¿Creeis que esta elección fue la más adecuada? Razonad la respuesta.

4. En el diseño de *Mosaic* se ha seleccionado la Arial como tipografía de base.
 - a) ¿Por qué creéis que no se ha mantenido la Helvetica, siguiendo la línea del logotipo?
 - b) ¿Creeis que ésta es la tipografía más adecuada para *Mosaic*? ¿Creeis que la utilización de una sola tipografía para todos los elementos del sitio es acertada, o hubierais preferido una combinación de diferentes tipografías? Si es así, o si creéis que otra tipografía hubiera resultado más adecuada, comentad cuál o cuáles hubierais utilizado.

5. A partir de los *wireframes* de *Mosaic* (obtenidos en la fase de arquitectura de la información), preparad una propuesta de diseño diferente a la actual para la home de *Mosaic*. Podéis mantener, si lo deseais, características generales como la gama cromática o la tipografía, pero en general debería tratarse de una propuesta distinta a la actual.

Bibliografía

Campbell, Dabbs (2005). *Biblia del diseñador digital*. Köln: Ed. Taschen.

Götz, V. (2002). *Retículas para internet y otros soportes digitales*. Barcelona: Index Book.

Varios autores (2009). *The Smashing Book*. Lübeck: Smashing Media GmbH.

Otras referencias:

Smashing Magazine

Netdiver Magazine

Web Designer Depot

Think Vitamin