

DISEÑO DE PÁGINAS WEB Y DISEÑO GRÁFICO

Metodología y Técnicas para la Implementación
de Sitios Web y Diseño Gráfico



Diseño de Páginas Web y Diseño Gráfico

Metodología y Técnicas para la Implementación
de Sitios Web y para el Diseño Gráfico

El Autor

Ramón Mariño Campos (Vigo, 1973) licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Pontificia de Salamanca. Es experto en Publicidad y Comunicación Institucional. Ha realizado estudios de postgrado en Diseño 3D e Infografía.

Posee una amplia experiencia en el diseño y la creación web, y también en programación multimedia. Ha trabajado como docente, impartiendo cursos a profesionales de Flash, Actionscript y Dreamweaver.

Actualmente desempeña su carrera profesional en una empresa de publicidad y web como diseñador multimedia.

Ficha de catalogación bibliográfica

Diseño de páginas web y diseño gráfico. Metodología y técnicas para la implementación de sitios web y para el diseño gráfico • 1ª Edición

Ideasropias Editorial. Vigo, 2005

ISBN: 84-934547-1-0

Formato: 17 x 24 cm. • Páginas: 296

**DISEÑO DE PÁGINAS WEB Y DISEÑO GRÁFICO. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS
PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE SITIOS WEB Y PARA EL DISEÑO GRÁFICO**

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright.

DERECHOS RESERVADOS 2005, respecto a la primera edición en español, por

© IdeasPropias Editorial.

ISBN: 84-934547-1-0

Depósito Legal: C-2076-2005

Autores: Ramón Mariño Campos e IdeasPropias Editorial

Diseño: IdeasPropias Publicidad, S. L.

Ilustraciones Portada: Alia

Producción Editorial: Gesbiblo, S. L.

Impreso en España - Printed in Spain

ÍNDICE

| | | |
|---------|---|-----|
| 1 | Diseño de páginas web..... | 1 |
| 1.1. | Introducción | 1 |
| 1.2. | Conceptos generales y técnicas de diseño | 2 |
| 1.2.1. | La tipografía | 7 |
| 1.2.2. | Modificar el tipo de fuente en Dreamweaver | 17 |
| 1.2.3. | Logotipos e iconos | 21 |
| 1.2.4. | Ilustraciones y fotografías | 21 |
| 1.2.5. | El equilibrio en el diseño | 23 |
| 1.2.6. | Jerarquía visual | 25 |
| 1.2.7. | El color | 27 |
| 1.3. | Técnicas de edición de páginas web | 32 |
| 1.3.1. | Conocimiento del medio: Internet..... | 32 |
| 1.3.2. | Los estándares: HTML, XHTML, CSS, XML..... | 35 |
| 1.3.3. | Tipos de sitio web y arquitecturas | 54 |
| 1.3.4. | Diseño centrado en el usuario..... | 57 |
| 1.3.5. | Teoría de la navegación. Principios básicos | 62 |
| 1.4. | Edición de imágenes con Photoshop | 65 |
| 1.4.1. | Introducción a Adobe Photoshop para el diseño web..... | 65 |
| 1.4.2. | El entorno de trabajo de Photoshop..... | 66 |
| 1.4.3. | Establecer preferencias de trabajo..... | 68 |
| 1.4.4. | Crear un documento nuevo..... | 68 |
| 1.4.5. | Usar reglas y guías | 70 |
| 1.4.6. | Herramientas de selección | 71 |
| 1.4.7. | Herramienta <i>Mover</i> | 74 |
| 1.4.8. | Herramientas de dibujo | 75 |
| 1.4.9. | Selección de color | 78 |
| 1.4.10. | Herramientas de pintura | 79 |
| 1.4.11. | La herramienta <i>Texto</i> | 81 |
| 1.4.12. | Las capas | 82 |
| 1.4.13. | Máscaras..... | 86 |
| 1.4.14. | Practicando lo aprendido | 86 |
| 1.4.15. | Sectores | 95 |
| 1.4.16. | Optimización y exportación..... | 100 |
| 1.5. | Animaciones multimedia para web..... | 103 |
| 1.5.1. | Uso de multimedia en la web: los plugins | 103 |
| 1.5.2. | Introducción a Macromedia Flash para la creación de animaciones..... | 105 |
| 1.6. | Herramientas de creación y gestión de sitios web..... | 116 |

| | | |
|------------------|--|-----|
| 1.6.1. | Entorno de trabajo | 118 |
| 1.6.2. | Definición de sitios web..... | 120 |
| 1.6.3. | Configuración de una página web | 124 |
| 1.6.4. | Insertar textos y datos | 129 |
| 1.6.5. | Trabajar con imágenes | 135 |
| 1.6.6. | Introducir vínculos..... | 146 |
| 1.6.7. | Tablas | 153 |
| 1.6.8. | Animación en la línea del tiempo..... | 161 |
| 1.6.9. | Formularios y marcos | 164 |
| 1.6.10. | Publicación..... | 168 |
| EJERCICIO 1 | | 171 |
| SOLUCIONES | | 174 |
| 1.7. | Resumen de contenidos | 177 |
| AUTOEVALUACIÓN 1 | | 180 |
| SOLUCIONES | | 185 |
| 2 | Diseño gráfico | 187 |
| 2.1. | Introducción | 187 |
| 2.2. | Conceptos generales | 187 |
| 2.3. | Técnicas de edición de imagen digital, del diseño vectorial o de la maquetación de contenidos..... | 192 |
| 2.3.1. | Antes de empezar: quién, qué, dónde, a quién y para qué | 192 |
| 2.3.2. | Búsqueda del tema principal. Fondo y figura..... | 195 |
| 2.3.3. | El color y la luz. Modelos de color | 196 |
| 2.3.4. | Líneas y formas..... | 199 |
| 2.3.5. | El equilibrio. Pesos y proporciones | 201 |
| 2.3.6. | El ritmo visual | 202 |
| 2.3.7. | Proximidad | 203 |
| 2.3.8. | Alineamiento | 204 |
| 2.3.9. | Repetición | 205 |
| 2.3.10. | Contraste..... | 206 |
| 2.3.11. | La tipografía. Selección de tipografía. La legibilidad. TrueType versus Postscript..... | 206 |
| 2.3.12. | El boceto. Presentaciones FreeHand. Presentaciones Photoshop. Presentaciones PowerPoint. Presentaciones Flash | 208 |
| 2.3.13. | El arte final. Preimpresión | 209 |
| 2.3.14. | Composiciones en otros medios: revistas, vallas, folletos, logotipos y web..... | 210 |
| 2.4. | Herramientas informáticas para el diseño gráfico | 216 |
| 2.5. | Uso de una herramienta para el diseño: FreeHand | 219 |
| 2.5.1. | FreeHand para el diseño gráfico..... | 219 |

| | | |
|---------|---|-----|
| 2.5.2. | Entorno de trabajo | 220 |
| 2.5.3. | Creación de un documento nuevo | 222 |
| 2.5.4. | Ajustar las vistas..... | 222 |
| 2.5.5. | Uso de las herramientas básicas de dibujo. Contornos y rellenos | 224 |
| 2.5.6. | Uso de las guías | 229 |
| 2.5.7. | Alineado..... | 231 |
| 2.5.8. | Agrupando objetos | 232 |
| 2.5.9. | Uso de capas..... | 238 |
| 2.5.10. | Añadir páginas al documento. Plantillas. Tamaño..... | 241 |
| 2.5.11. | Importar gráficos | 243 |
| 2.5.12. | Añadir y formatear texto. Importar texto. Texto siguiendo un trazo | 244 |
| 2.5.13. | Colores, gradientes y estilos. Uso de colores Pantone | 250 |
| 2.5.14. | Herramientas avanzadas de dibujo..... | 252 |
| 2.5.15. | Duplicación de objetos | 255 |
| 2.5.16. | Efectos y Xtras | 258 |
| 2.5.17. | Preparación del <i>layout</i> para la impresión..... | 263 |
| 2.5.18. | Exportación del documento. Exportación a PDF | 265 |
| | EJERCICIO 2 | 269 |
| | SOLUCIONES | 270 |
| 2.6. | Resumen de contenidos | 274 |
| | AUTOEVALUACIÓN 2 | 276 |
| | SOLUCIONES | 278 |
| | RESUMEN | 279 |
| | EXAMEN..... | 281 |
| | BIBLIOGRAFÍA..... | 285 |

Diseño de Páginas Web y Diseño Gráfico

1 Diseño de páginas web

1.1. Introducción

La intención de esta unidad didáctica es que aprendamos a diseñar sitios web. Estudiaremos cuáles son las técnicas más importantes, cuándo aplicarlas y cómo desarrollarlas valiéndonos de los principales programas de diseño web que existen actualmente.

En esta unidad didáctica analizaremos la parte técnica del medio Internet y los lenguajes más importantes de la web. Veremos en qué consiste la interfaz y técnicas para la navegación. Además, también analizaremos los diferentes tipos de sitios web y las necesidades de diseño en cada uno de ellos.

Tanto Internet como el diseño de páginas web están en constante evolución. Todo lo que se aprenda en este manual se entenderá como una iniciación a una disciplina que permite aprender, descubrir y, por supuesto, aportar algo nuevo cada día.

Aprenderemos a resolver el diseño de una página web utilizando los principales programas informáticos que para ello existen. Por este motivo, es recomendable tener instalados los siguientes programas:

- Adobe Photoshop.
- Macromedia Flash.
- Macromedia FreeHand.
- Macromedia Dreamweaver.

Todos ellos son muy empleados por los profesionales del diseño web. Las técnicas que se aprendan podrán ser fácilmente adaptadas a otros programas del mismo tipo.

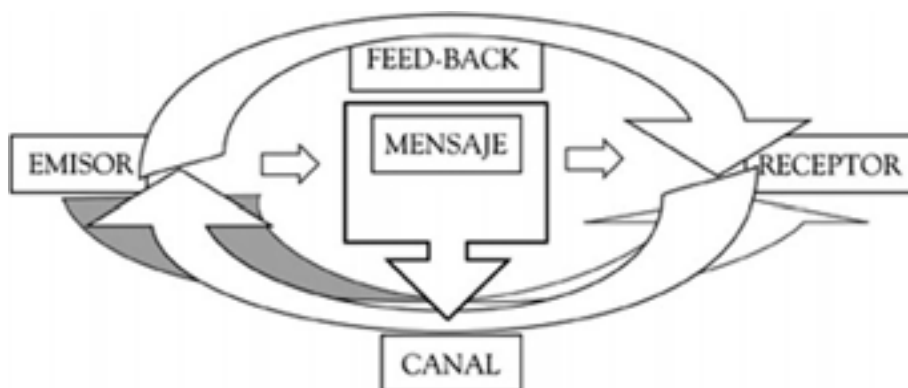
1.2. Conceptos generales y técnicas de diseño

El diseño web es una actividad multidisciplinar y reciente, tanto como lo es Internet. Se alimenta de fuentes como el diseño gráfico y las artes visuales, la programación de aplicaciones informáticas, el diseño de interfaces, la redacción de contenidos, la animación tradicional, la publicidad, el marketing y otras muchas.

Diseñar es un proceso creativo que combina arte y tecnología para comunicar ideas.

El diseñador trabaja con una serie de herramientas con la intención de hacer llegar el mensaje de un cliente a una audiencia determinada.

Internet es un medio de comunicación y, como todo acto de comunicación, consta de los siguientes **elementos**: emisor, receptor, canal, código, mensaje y situación o contexto.



- **Emisor:**

Es la persona de la que sale el mensaje; por lo tanto, asignaremos este papel al cliente. Con el diseño que vamos a realizar debemos transmitir el mensaje

del cliente de manera que pueda cumplir sus objetivos y su imagen salga reforzada. Es fundamental, por tanto, escuchar las necesidades de éste y planificar el desarrollo de los sitios web; así, el cliente puede ir realizando un seguimiento y dando su aprobación en diferentes etapas, con lo que evitaremos que, en caso de tener que realizar modificaciones, éstas nos supongan demasiado trabajo.

- **Receptor:**

Es la persona a la que llega la información, es decir, es el usuario de la web y el destinatario del mensaje elaborado por el emisor. Daremos especial importancia a los usuarios a la hora de realizar una web. Es importante conocer cómo son, cómo acceden a Internet y qué es lo que hacen cuando visitan nuestra web.

- **Canal:**

Es el medio físico por el que se transmiten los mensajes; en este caso, ese medio será Internet. Por lo tanto, cuanto mejor conozcamos cómo funciona, cuáles son sus ventajas, sus limitaciones y las tecnologías que se pueden emplear, mayor provecho le podremos sacar.

- **Código:**

Es el conjunto de rasgos del mensaje necesarios para que éste pueda ser entendido por el emisor y por el receptor. En el caso de la web, la comunicación entre personas permite una comunicación entre ordenadores. Hay un código (visual y escrito) que usamos para comunicarnos con los usuarios, y hay un código que usan los ordenadores para comunicarse entre ellos.

- **Mensaje:**

Es aquello que se quiere transmitir. Además del significado literal de los textos de la página web, existen otros muchos factores que también comunican. El hecho de que una web no funcione bien no significa que ésta no transmita información, sino todo lo contrario, pero la información que se transmite en este caso es negativa. La tipografía, el color, las imágenes, los sonidos, el movimiento y otro tipo de elementos como éstos aportan información sobre cómo están presentados sobre la página, información que se añade al mensaje.

- **Situación o contexto:**

Es la situación extralingüística en la que se desarrolla el acto comunicativo.

El **diseñador** es el eslabón entre el emisor (que puede ser un individuo, una empresa o una institución, con unas necesidades de comunicación) y un público más o menos amplio, al que va destinado ese mensaje. Se trata de crear, elegir, organizar y disponer toda la información para la visualización de textos, gráficos, sonido e, incluso, el espacio en blanco empleado para comunicar un mensaje.

Desde el punto de vista técnico, una página web es un documento HTML. Pero, ¿qué es el HTML?

El **HTML** es un lenguaje que consiste en introducir etiquetas entre los contenidos. Estas etiquetas no se muestran, pero le dan indicaciones al navegador web (Internet Explorer, Netscape, Mozilla, etc.) sobre los diferentes elementos y sobre cómo debe mostrarlos.

Además, este lenguaje permite enlazar documentos por medio de hipervínculos, lo que, a su vez, permite la interacción del usuario de una forma nueva, sin precedentes en los documentos impresos. El uso de enlaces supone el paso de estructuras lineales de comunicación a estructuras interactivas más complejas.

El receptor no es un sujeto que recibe pasiva y linealmente la información, sino que realiza una secuencia de acciones que determinan la continuidad del mensaje que queremos transmitir.

Se debe crear un entorno en donde los usuarios puedan explorar fácilmente y, a la vez, conseguir transmitirles el mensaje que nuestras páginas ofrecen.

Las tres **actividades fundamentales al visitar una página web** son:

- Ver imágenes.
- Leer textos.
- Interaccionar con el interfaz.

La informática tiene un peso muy importante en la creación y la gestión de sitios web. En ella intervienen muchas tecnologías, tanto aquéllas relativas

a la transmisión de la información (servidores, protocolos, etc.), como las que hacen referencia a la recuperación y la gestión de datos (bases de datos, programación del lado servidor), y a la presentación en pantalla (programación del lado cliente).

Para la creación de sitios web complejos normalmente se dividen las tareas entre diseñadores y programadores. Incluso en estos casos a los diseñadores les toca un tipo de programación que se encarga de cosas como cuando pasas sobre un botón y éste cambia de color y se reproduce un sonido.

Pero no es necesario saber programar para publicar en Internet. El contenido de este manual gira en torno al uso de herramientas que asisten a la creación de páginas web.

Podemos distinguir cinco **áreas que cubren las principales facetas del diseño web**: contenidos, aspecto visual, programación, almacenamiento y distribución por la red y finalidad de la web.

- **Contenidos:**

En definitiva, son los datos. Abarca distintos aspectos: desde cómo deben estar redactados a cómo están organizados, presentados y etiquetados. En este sentido, pueden ser aplicables diferentes técnicas de marketing.

- **Aspecto visual:**

Es el aspecto formal. Algunos de los elementos que caben en esta categoría son la distribución de los textos, la tipografía, el color, las proporciones, los sonidos o los gráficos. Su función es complementar y enriquecer los contenidos, lograr una sensación de equilibrio, orden y belleza, y también debe proporcionar una navegación sencilla al usuario.

En ocasiones puede resultar la faceta más creativa y artística, pues hacia ella apuntan la mayoría de definiciones de “diseño web” que podemos encontrar.

- **Programación:**

Es el conjunto de instrucciones que permite la interactividad de un sitio web.

Se tratan de especificar comandos o acciones que se ejecuten cuando suceda algún evento, como crear un nuevo mensaje de correo electrónico cuando se hace un clic¹ sobre el texto *Contactar*.

Y, más que nada, se trata de que todo funcione sin problemas. Para ello existen numerosas tecnologías e innumerables maneras de aplicar la programación informática a un sitio web con diferentes niveles de complejidad.

- **Almacenamiento y distribución por la red:**

Todos los esfuerzos dedicados a las demás áreas serán inútiles si no logramos disponer el sitio web de manera que sea accesible para los usuarios. Para ello, las páginas web deben alojarse en un servidor.

Un **servidor** no es más que un ordenador con un programa informático que se encarga de atender las peticiones de los usuarios y de enviarles la información que corresponda, y debe disponerse de manera que estos contenidos puedan ser enviados a sus destinatarios de manera rápida y eficaz.

Desarrollar esta área supone conocer los aspectos técnicos del medio en el que vive nuestra web, que puede ser Internet, Intranet u otros medios, como veremos más adelante.

- **Finalidad de la web:**

La finalidad de una web es el propósito que ésta persigue. Dicho fin puede ser económico, divulgativo o de cualquier otro tipo, pero siempre se tendrá en cuenta para tomar cualquier decisión relacionada con otras áreas.

El aspecto final de la web se verá influenciado por cada una de estas áreas en mayor o menor medida, dependiendo del tipo de sitio web que estemos desarrollando.

El aspecto visual y la programación serán diferentes, por ejemplo, para la web promocional de un videojuego y para diseñar los formularios de la web de un banco. Existen muchísimos tipos diferentes de sitios web, y en cuanto al diseño, lo que puede funcionar en uno puede ser un desastre en otro.

¹ Acción de situar el cursor y pulsar el botón izquierdo del ratón.

El **diseño visual de una web** consiste en disponer diferentes elementos visuales en un área determinada, con cierto equilibrio, orden y belleza, a través de la tipografía, el color y las formas. Los diferentes componentes pueden ser: texto, gráficos estáticos o animados, vídeo, audio, formularios y botones.

Para conseguir un buen diseño de una página, sea para web o sea para imprenta, es necesario proporcionarle una forma que sea funcional y transmita un mensaje. Se combinan diferentes elementos (como texto, imágenes, iconos, enlaces o cualquier otro) en un conjunto equilibrado, ordenado, funcional y bello.

Pero existe un factor artístico, y esto no puede ser analizado en términos objetivos. La **creatividad** y la **innovación** son fundamentales en el diseño. Decidir si un diseño es bueno o malo puede resultar subjetivo, pero debemos tener en cuenta que hay ciertos principios básicos del diseño, generalmente aceptados, que hay que conocer.

1.2.1. La tipografía

Al conjunto de símbolos que sirven para representar un lenguaje se le denomina **letras**. En imprenta y tipografía, se denominan **tipos** los signos empleados para hacer moldes. En medios digitales reciben el nombre de **caracteres**.

Se denomina **tipografía** al estudio, diseño y clasificación de los tipos (letras) y las fuentes (familias de letras con características comunes), así como al diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes. Se entiende por **tipometría** el conjunto de técnicas destinadas al tratamiento tipográfico y a la medición de textos.

La tipografía cumple una **doble función**: como medio de comunicación verbal y como medio de comunicación visual. El lector primero visualiza los gráficos y la estructura y, posteriormente, el contenido.

Una buena tipografía permite que el texto sea legible, establece jerarquías, separa los encabezados del cuerpo, provee de signos de puntuación y, en definitiva, ayuda a la comprensión del texto y a lograr un resultado estéticamente bello.

Los medios digitales tienen unas necesidades y realizan un tratamiento de las fuentes muy diferente al de las imprentas tradicionales, pues lo que funciona en la imprenta no siempre se adapta bien a un monitor.

Existen multitud de fuentes o tipos, y el estudio de la tipografía ha aportado otra multitud de maneras de clasificarlas.

Simplificando, y desde el punto de vista del diseño, las clasificaremos, según su **estilo**, en:

- **Antiguas:**



La forma de esta fuente se debe a su origen primitivo, cuando eran cinceladas a mano. Los talladores, ante la dificultad de hacer los remates rectos, desarrollaron una técnica que consistía en destacar las líneas cruzadas para el acabado de casi todas las letras, por lo que las letras presentaban en sus extremos unos remates muy característicos, conocidos con el nombre de **serif**.

Todas las de esta categoría, por tanto, tienen serif. En las minúsculas, el serif tiene un ángulo, denominado **ángulo de la pluma**. Se producen en el trazo unas zonas más finas y otras más gruesas, y la transición entre éstas se produce de manera suave.

Se llama **línea de estrés o modulación** a una línea que atraviesa las zonas más finas del trazo; en estas fuentes es diagonal.

Para una persona que no sea experta en tipografía, todas ellas pueden resultar muy similares. En esto radica su ventaja, en que no son llamativas por sí mismas. Por eso son **perfectas para textos largos** que deban ser leídos. Los trazos finos y los remates ayudan al ojo a fijar y seguir una línea en un conjunto de texto, facilitando la lectura rápida y evitando, consecuentemente, la monotonía.

- Modernas:



Con el paso del tiempo, la estructura de los tipos fue cambiando. Se vivieron distintas tendencias en la tipografía, como sucede en otros campos (por ejemplo, la moda o la arquitectura). Es a partir del siglo XVIII cuando las técnicas de imprenta y los tipos se mecanizan. Ya no siguen, desde ese momento, el trazado a mano, aunque mantienen el serif, pero éste es ahora horizontal y muy fino. El contraste entre los trazos más finos y los gruesos es mucho mayor, y, en ocasiones, incluso puede resultar radical. La línea de estrés es vertical.

A tamaños grandes, resultan imponentes. Sin embargo, en tamaños pequeños y para textos largos no sirven, ya que las zonas más finas del trazo se pierden, y esto causa problemas de legibilidad.

- Slab Serif, o semi-serifas:



Con la Revolución Industrial surgió un nuevo concepto: **la publicidad**. Los diseñadores de la época se dieron cuenta de que en los carteles, vistos desde la distancia, sólo se distinguían líneas verticales. A partir de entonces se hacen los trazos más gruesos y regulares.

Se leen muy bien en textos corridos. Dejan más negro en la página que las Antiguas, quedan más oscuras por los trazos gruesos. Son limpias y directas. Se usan a menudo en los libros de niños por su alto grado de legibilidad.

- Sans Serif:

Arial
normalmente,
sin diferencias
en el grosor del trazo
no hay serif
sin estrés, por el trazo regular

Franklin Gothic Tahoma Verdana
Impact MS Sans Serif

En este caso, carecen de serif. La mayoría de estas fuentes son de trazos regulares en el grosor y vértices rectos. Este trazo regular es el motivo de que sean conocidas como **fuentes de palo**.

Se empiezan a usar en el siglo XIX, en etiquetas y embalajes, por su durabilidad y legibilidad; aunque no tanto por quienes usaban las fuentes con fines más artísticos. Sin embargo, en el siglo XX, fueron ganando terreno a las serif, ya que la ausencia de remates y sus trazos finos las hacían muy apropiadas para publicaciones en letras grandes (usadas en pocas palabras vistas a una cierta distancia), como es el caso de rótulos, carteles, etc.

Estas fuentes son muy apropiadas para visualizarlas en la pantalla de un ordenador, resultando muy legibles a pequeños tamaños y muy estéticas a tamaños grandes. Sin embargo, no están aconsejadas para textos largos, ya que resultan monótonas y difíciles de seguir.

Para sacarle todo el partido a las sans serif, es conveniente disponer de una fuente con diferentes espesores en el trazo: desde light a bold, extra bold y normal.

- Rotuladas:

Linoscript
Zapf Chancery *Blackadder* *Mistral*

Por la apariencia de este tipo de fuentes podría decirse que están escritas a mano. Se pueden dividir en varios grupos: caligráficas, cursivas, que conectan o que no conectan, etc.

Es importante recalcar, en cuanto a su utilización, que deben emplearse solamente en ocasiones puntuales, y nunca en textos extensos ni en mayúsculas, aunque pueden resultar llamativas cuando se incluye algún carácter en un tamaño mayor al del resto.

- Decorativas:

Khaki

JUNIPER BERMUDA ROSEWOOD

Debido a su aspecto peculiar, son fácilmente identificables, pues son muy expresivas e implican connotaciones de diferentes tipos.

No son adecuadas para textos largos, pero, por el contrario, son muy aconsejables para logos y titulares cortos.

- Variantes de una familia:

Variantes de la familia FUTURA

ABCDEabcde 12345\$€@&

ABCDEabcde 12345\$€@&

ABCDEabcde 12345\$€@

ABCDEabcde 12345\$€@&

ABCDEabcde 12345\$€@&ABCDEabcde

Dentro de cada familia, las variables tipográficas permiten obtener diferentes soluciones de color y de ritmo.

Constituyen alfabetos alternativos dentro de la misma familia, manteniendo un criterio de diseño que las “emparenta” entre sí.

Se obtienen variaciones de una fuente modificando **propiedades** como:

- El cuerpo o tamaño: mayúsculas, minúsculas y capitales.
- El grosor del trazado: ultra fina, fina, redonda, media, negra y ultra negra.
- La inclinación de los ejes: redonda, cursiva e inclinada.
- La proporción de los ejes: condensada, comprimida, estrecha, redonda, ancha, ensanchada y expandida.
- La forma del trazado: perfilada, sombreada, etc.
- Otras variantes de una fuente pueden ser las versalitas, los números, los números antiguos, los signos de puntuación, monetarios, matemáticos, misceláneos, etc.

La división en subfamilias según el trazo, los ejes y las proporciones es la siguiente:

- Superfinas, finas, médium, negras, supernegras, etc.
- Rectas, cursivas, cursivas retrógradas, etc.
- Redondas, chupadas o condensadas, expandidas o anchas.
- Perfiladas, sombreadas, etc.

Importante: las palabras comunican también con su forma visual, es decir, con su aspecto. Por ello, hay que tener en cuenta cuestiones fundamentales, como la forma de sus letras y el modo de disposición de los textos.

En la composición de los textos, no sólo el tipo de letra es importante. El espacio entre caracteres (*Kerning*), el espacio entre palabras y entre líneas (interlineado) y el tamaño de la fuente también lo son.

Aunque la **tipografía en la web** y en documentos impresos comparte muchos principios, varía sobre todo en dos cuestiones fundamentales:

- La variedad de tipografías.
- La resolución a la que se muestra la tipografía.

Para disponer de una fuente, ésta debe estar instalada en el ordenador. En un ordenador con sistema operativo Windows, las fuentes se instalan copiándolas en la carpeta *Fonts*, que está en la carpeta *Windows*.



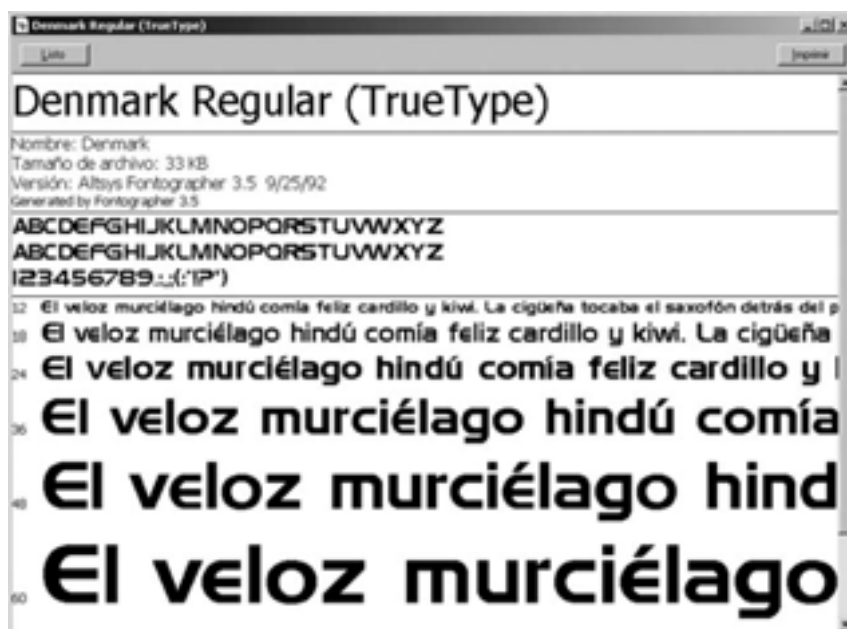
Las fuentes que tenemos en esa carpeta son las que estarán disponibles, por ejemplo, cuando queramos escribir un documento en Word. Para desinstalar una fuente basta con eliminarla de esta carpeta.

No conviene tener demasiadas fuentes instaladas, ya que se cargan en la memoria al iniciar el sistema operativo; por tanto, si son muchas, pueden ralentizar el sistema y la ejecución de programas.

Desde el punto de vista del diseño, tampoco conviene trabajar con muchas fuentes, no sólo porque ralentiza el ordenador, sino porque es mejor disponer de una cantidad suficiente y que esté bien seleccionada (ya que, de lo contrario, se perdería demasiado tiempo en decidir cuál es la que se va a utilizar).

Existen programas que permiten gestionar las diferentes fuentes existentes, como ATM DeLuxe, Extensis Suitcase, etc., que realizan múltiples tareas: rasterizar² fuentes para su visualización en pantalla; instalar y desinstalar diferentes fuentes y herramientas de creación de grupos de fuentes, e, incluso, activarlas y desactivarlas. Esta última utilidad es vital para poder encontrar el punto medio entre el deseo de tener multitud de fuentes disponibles en el ordenador y la preservación del óptimo funcionamiento de éstas.

En Windows, al hacer doble clic sobre una fuente, se abre una ventana de previsualización como la siguiente:



² Convertir un trazado vectorial (contorno de la fuente) en una imagen.

- ¹ Georgia and Trebuchet MS vienen con Windows 2000/XP y en el paquete de fuentes de Internet Explorer. Son comunes en Windows 98.
- ² Estas fuentes de símbolos no se muestran en los navegadores Mozilla/Firefox ni Opera, que usan una fuente alternativa.
- ³ Éstas no son TrueType sino de mapa de bits: no se ven bien a tamaños grandes (diseñadas para visualizarse a 8, 10, 12, 14, 18 y 24 pt, a 96 dpi).
- ⁴ Funcionan en Safari (Mac) sólo en normal, no en negrita ni en cursiva. Comic Sans Ms sí funciona en negrita, en cursiva no.
- ⁵ En Mac OS X sólo aparece si **Classic** está instalado.

- Sugerir fuentes alternativas es una práctica común. El ordenador muestra el texto con otra fuente siempre que no encuentra en su base de fuentes la tipografía que se ha elegido. Si le damos una lista de fuentes donde elegir evitaremos que el ordenador escoja una poco legible o poco apropiada.

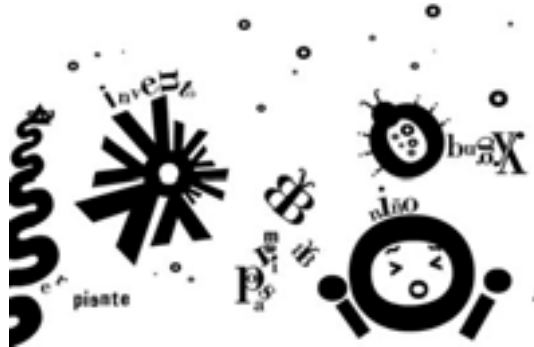
```
p { font-family: Arial, Helvetica, sans-serif; }
```

En este ejemplo, si Arial está disponible, se usará; si no, pues Helvética; si tampoco ésta está disponible, será utilizada sans-serif.

- Es necesario elegir tipografías que sean legibles. No siempre una tipografía que es adecuada en la imprenta es la adecuada en un monitor. La razón de esta falta de coincidencia es, principalmente, que la resolución en pantalla es mucho menor.
- Algunos tipos de archivos, como los pdf o las películas flash (.swf), permiten enviar la fuente incluida en el documento. Por este motivo, es fundamental asegurarse de que se visualizará con la tipografía escogida. No ocurre lo mismo con un documento HTML.
- Existe la opción de convertir los textos en imágenes. Así no enviamos texto, sino imágenes con el texto. De esta manera, se verá tal y como nosotros queremos, aunque el número de kb que ocupará será mayor. Esta opción tiene una desventaja, y es que se pierden muchas características, como las posibilidades de buscar en el texto, de copiar y pegar, de que los buscadores indexen ese texto, etc.

Esta solución es muy aconsejable para textos cortos en los que el tipo de fuente sea especialmente importante. Los archivos .gif y .png son los más acertados para esta técnica.

Y, por supuesto, esta posibilidad nos permite trabajar las letras, como elemento gráfico, con total libertad en cuanto a su posicionamiento.



1.2.2. Modificar el tipo de fuente en Dreamweaver

Para modificar el tipo de fuente utilizando Dreamweaver, es necesario seguir una serie de pasos, que explicamos a continuación:

- Paso 1:



Abrimos Macromedia Dreamweaver y seleccionamos *Crear nuevo HTML*, o pulsamos *Ctrl+N*.

- **Paso 2:**

Introducimos un texto. En este caso se ha empleado “Loren Ipsum”, que es muy utilizado para rellenar campos de texto cuando diseñamos y poder ver cómo quedará mientras no disponemos del texto final. En <http://www.lipsum.com>, se puede encontrar un generador de texto muy útil a través del cual se pueden especificar el número de palabras, de párrafos, etc.

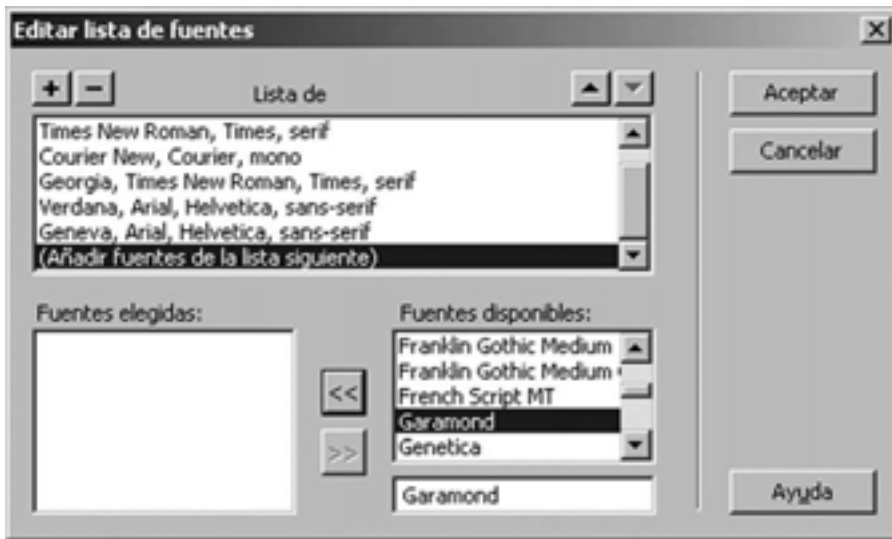


En la pestaña *Propiedades* disponemos de diferentes botones y menús que nos permiten variar el aspecto del texto. Con el texto seleccionado, procedemos a cambiar el tipo de letra desplegando el menú *Fuente*:



En este caso, como se puede observar, las fuentes que nos ofrece el programa vienen por grupos, es decir, Arial, Helvetica, sans-serif; Times New Roman, Times, serif; etc. Esto es así porque si el usuario que visita nuestra web no dispone de la primera de la lista, se utiliza la segunda o, en su defecto, la tercera, y así sucesivamente.

Continuando con el ejemplo anterior, cabe destacar que, en caso de que queramos utilizar una fuente que no se encuentre en la lista, debemos seleccionar *Editar lista de fuentes...*, con lo que se nos mostrará el siguiente diálogo:

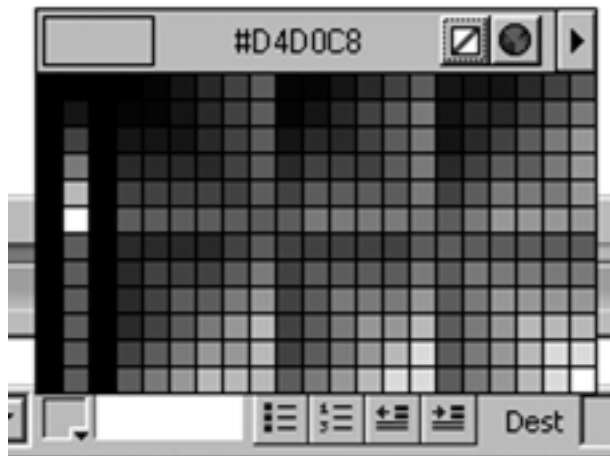


Podemos hacer una lista de fuentes elegidas, utilizando cualquiera de las que tenemos disponibles en nuestro ordenador. Seleccionamos la que nos interese (en la imagen, Garamond) y vamos creando una lista de fuentes nueva.

Si utilizamos una fuente que los usuarios no tienen en su ordenador, el texto se les mostrará con otra fuente. Esta otra fuente será la siguiente de la lista, en el caso de que proporcionemos una lista de fuentes alternativas, o cualquier otra, si no se dispone de ninguna de las que hemos insertado.

Por otro lado, podemos comprobar que introducir y variar texto en Dreamweaver es una operación muy similar a la realizada con idéntico fin en cualquier procesador de textos, como WordPad o Word. Así, es posible:

- Variar el color del texto:



- Usar **negrita** y *cursiva*:



- Variar el tamaño del texto:



- Realizar otras operaciones, como:



- **Paso 3:**

Ahora se trata de ver la tipografía más de cerca, diferenciando cuál resulta más legible, más seria, más decorativa, etc.

1.2.3. Logotipos e iconos

Los iconos y los logotipos son formas condensadas de información. Son identificadores, símbolos y una representación abstracta de una idea o de una entidad. Los reconocemos como la representación de una empresa o de algún concepto.

Los **logotipos** se basan en el tratamiento tipográfico de algún nombre o de alguna palabra. A menudo se complementan con símbolos. Para hacerlos, hay que tener una idea clara de la empresa o del mensaje que se quiere transmitir, teniendo en cuenta la audiencia a la que van dirigidos.

Los símbolos gráficos están en todas partes y nos permiten, incluso, localizar un teléfono en un país extranjero sin conocer el idioma o, en el aeropuerto, saber cuál es la zona de fumadores.

Los **iconos** son importantes en multimedia, pues deben transmitir bien la idea del contenido, la función y, por supuesto, ser fácilmente memorizables.

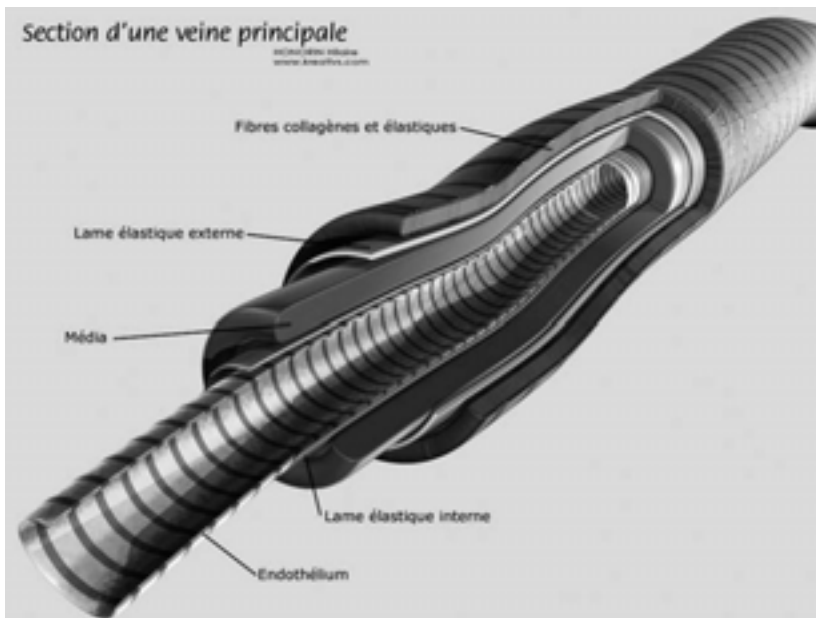
1.2.4. Ilustraciones y fotografías

El **lenguaje visual** tiene una inmensa capacidad para comunicar. Incluir sólo texto resultaría monótono y aburrido. Una buena imagen comunica por sí misma y puede ayudar a completar el texto, a clarificarlo, o simplemente a embellecerlo, o bien ser empleada para guiar al usuario por la página.

Las imágenes deben representar las ideas que los clientes quieren comunicar. La gente responde a las imágenes instintivamente, en función de su personalidad, por asociación de ideas (herramienta fundamental en el diseño) y según su experiencia previa.

Algunas **cuestiones** que nos pueden ayudar a la hora de escoger un gráfico para un diseño pueden ser:

- ¿A quién va destinado el mensaje? Es decir, la audiencia.
- ¿Qué es lo que pretendemos comunicar? Esto es, el contenido del mensaje.
- ¿Mejora el diseño al incluir el gráfico?
- ¿Se entiende mejor con el gráfico?
- ¿Técnicamente, es posible incluirlo?



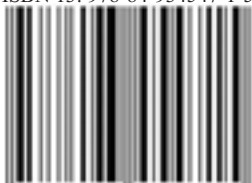
DISEÑO DE PÁGINAS WEB Y DISEÑO GRÁFICO

El diseño web es una actividad multidisciplinar y reciente, tanto como lo son las nuevas tecnologías. Se alimenta de fuentes como el diseño gráfico y las artes visuales, la programación de aplicaciones informáticas, el diseño de interfaces, la redacción de contenidos, la animación tradicional, la publicidad, el marketing y otras muchas disciplinas.

El objetivo de este manual es proporcionar al lector una serie de herramientas y técnicas que le faciliten introducirse en el campo del diseño de sitios web, valiéndonos de los principales programas de diseño web que existen actualmente, ya que el diseño gráfico es la combinación de arte y tecnología empleadas para comunicar una idea a una audiencia determinada.

Con este material didáctico que Ideaspropias Editorial le presenta, podrá adquirir los conocimientos teóricos y prácticos necesarios, sobre técnicas de edición de páginas web e imágenes, técnicas de diseño, animaciones y herramientas de creación y gestión para diseñar páginas web de calidad, así como para ejecutar el procedimiento en el diseño gráfico a través de los programas más actuales del mercado.

ISBN 10: 84-934547-1-0
ISBN 13: 978-84-934547-1-5



9 788493 454715