



**UNIVERSIDAD
INSURGENTES**
PLANTEL XOLA

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

**“DISEÑO DE INTERFAZ Y EXPERIENCIA DE USUARIO PARA EL SITIO
WEB DE LA DRA. RUTH LECHUGA”**

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

ROSAS MARTÍNEZ NORMA ANGÉLICA

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



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

AGRADECIMIENTOS

Para ti, que me haces tanta falta , que te marchaste antes de tiempo y tus consejos siempre fueron "se una buena niña", aquí estoy y se que donde te encuentres estarás orgullosa y diciéndome esas palabras que nunca pude escuchar. Uno de tantos logros en mi vida en comienzo y fin serán dedicados a ti...
Clementina Terán Méndez

A mi padre, Roberto Rosas Terán te agradezco por tu perseverancia, sacrificio, formación , esfuerzo que te caracterizan. Por confiar en mi y apoyarme el tiempo necesario para realizarme profesionalmente, darme el valor y fortaleza para seguir adelante.

A mi madre, Alicia Martínez Lagunas te agradezco por las bendiciones, el amor, la comprensión y el apoyo incondicional que me has brindado. Este momento en mi vida se ve florecer tus sueños y recompensados tus sacrificios.
¡Feliz cumpleaños!

Le agradezco a mi hermana Beatriz Adriana Rosas Martínez por conocerme tal como soy, aceptarme, comprenderme y acompañarme siempre en mis logros y fracasos. Gracias por esforzarte por que mi infancia fuese cada día mejor y enseñarme los valores más importantes para poder crecer como persona. Hoy además de decirte hermana te doy gracias mujer, por ser y seguir siendo mi ejemplo profesional y de vida.

A Melani P. Morales Jiménez por ser mi compañera y alíada, por brindarme amor, confianza y palabras durante este camino que me ayudaron a motivarme y seguir adelante. Pase lo que pase habrás sido quien hizo de esta experiencia algo muy especial.



“ Diseño de Interfaz y Experiencia de Usuario para el
Sitio Web de la colección de la Dra. Ruth Lechuga”

CAPÍTULO 1

Diseño de Interfaz de Usuario y Experiencia de Usuario para proyectos digitales

1.1. Diseño y Comunicación Visual	6
1.2. Diseño de interfaz para sitio web	9
1.3. Aspectos conceptuales para el diseño de interfaz de sitio web.	11

CAPÍTULO 2

El Arte Popular Mexicano preservado por la Dra. Ruth Lechuga

2.1. Colección Dra. Ruth Lechuga	17
2.2. Especificación del público meta consumidor de la interfaz del sitio web	20
2.3. Análisis visual de los sitios de la competencia	21

CAPÍTULO 3

Diseño de interfaz

3.1 Proceso de diseño	25
3.2 Ruta Crítica	27
3.3. Brief	28
3.4. Mood Board	29
3.5. Mapa de Navegación	30
3.6. bocetaje	31
3.7. Story Board	32
3.8. Paper Prototype	33
3.9. Mock Up	34
3.10. Diseño de Interfaz	35
CONCLUSIÓN	37
FUENTES	39

En la actualidad, el diseño de interfaz se encuentra englobado en diversos conceptos y propuestas que van cambiando constantemente con la evolución de la tecnología y las herramientas de diseño, obligando al diseñador a avanzar en sintonía, por ello que debe conocer las estrategias para mantener un vínculo estable de comunicación con los usuarios de determinado cliente.

Como resultado de esto, los usuarios estarán cubriendo todas sus demandas al momento de navegar por un sitio web .

El desarrollo de este proyecto comienza en el diplomado Diseño de Interfaz de Usuario (UI) y Experiencia de Usuario (UX) para proyectos digitales, que se lleva a cabo con el fin de que los participantes comprendan los conceptos involucrados y en este caso en particular obtener el diseño de interfaz para el sitio web de la colección de la Dra. Ruth D. Lechuga.

Así pues, esta tesina se integra de los siguientes capítulos. En el capítulo 1, se estudiará la definición de Diseño y Comunicación Visual, los conceptos UI y UX. Y Por último, los aspectos conceptuales que conforman el diseño de la interfaz haciendo referencia al estilo gráfico, tamaño, retícula, color, tipografía, plataforma y usabilidad.

En el capítulo 2, se conocerán los antecedentes de la colección y el acervo que la conforman, también información importante sobre la vida de la Dra. Ruth Lechuga y su pasión por el Arte Popular Mexicano, y las características principales del público meta del cliente y su competencia, realizando un análisis de las fortalezas y debilidades de los sitios web.

Para finalizar, en el capítulo 3, se especificará el proceso de diseño de la interfaz para el sitio web de la colección de Ruth Lechuga, que comprende: ruta crítica, brief, mood board, mapa de navegación, bocetaje, story board, paper prototype y diseño de Interfaz.

1.1. Diseño y Comunicación Visual

Una definición precisa sobre la licenciatura en Diseño y Comunicación Visual es "...el conjunto de estrategias, instrumentos, procedimientos, técnicas y recursos del saber humano en que se establecen relaciones de intercambio de conocimientos y en los que interviene la percepción fundamentalmente a través del sentido de la vista" (ENAP/UNAM, 1998: 4). Por ello, ha tenido que dividirse en diferentes áreas de especialización: Diseño editorial, Fotografía, Ilustración, Simbología y Diseño en soportes tridimensionales, Audiovisual y Multimedia, con respecto a esta última el diseñador se encarga de desarrollar proyectos de carácter digital.

Dentro del plan de estudios de la licenciatura en Diseño y Comunicación Visual emitido en 1998 por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), se explica que en esta disciplina la investigación, es una parte fundamental en la formación del diseñador y comunicador visual para proyectar sus propuestas con una estructura conceptual y un marco metodológico.

El diseñador y comunicador visual tiene como objetivo diseñar mensajes visuales que transmiten información a un receptor determinado. Se requiere de un emisor, que tenga la necesidad de expresar información sobre cualquier tema; el mensaje, que se entiende como una unidad de conocimiento materializada en un grupo de signos que se comparten entre emisor y receptor; y un receptor que interpretará la información mediante el sentido de la vista. Cuando este mensaje es codificado correctamente, el receptor conformará una imagen que retendrá para analizarla. Así, la planificación del diseño del mensaje es lo que va a facilitar el proceso de comunicación.

Retomando la idea de los proyectos digitales, hoy en día los diseñadores deben conocer y más aún practicar lo que se denomina: Diseño de Interfaz de

El diseño de interfaz de Usuario conocido como UI, es lo que satisface las necesidades básicas de consulta, es la relación entre persona-máquina (relación que se conoce como usabilidad) y que produce un efecto emocional, sensorial o de indagación al usuario. El UI debe ser dinámico y a su vez fácil de usar para que la información llegue de una forma clara y precisa al usuario, de ahí la importancia de la usabilidad que puede referirse al estudio de los principios que hay tras la eficacia percibida de un objeto. Este concepto también se refiere a una aplicación de software o un aparato (hardware), aunque también puede aplicarse a cualquier sistema hecho con algún objetivo particular. El diseño de la interfaz de usuario debe ser rápido ya que deben cargarse en un promedio de 4 segundos y 10 segundos para que los usuarios puedan ver el contenido de la interfaz si llegará a tarda más de este tiempo el usuario irá a otro portal web en busca de la información. El UI debe ser simple para mantener una navegación constante sin elementos que impidan al usuario a continuar con su búsqueda. Y siempre deberá contener la información más actual.

Existen muchos puntos a tomar en cuenta, desde el tamaño de un icono, el color del diseño, la ayuda de los diálogos, que en conjunto logran que el usuario a primera vista sepa manejar un programa, por ello los gráficos no deben ser confusos ni estar fuera de la realidad, cuando el usuario ve un botón, este debe hacer exactamente lo que promete. "La verdadera naturaleza del diseño de experiencia de usuario va más allá de las técnicas que se utilizan para expresar las ideas de diseño" (Treder, 2013: 64).

La experiencia de usuario por su abreviatura UX, es un término que se utiliza para describir al usuario que lleva a fondo su interacción con la interfaz mediante la profunda comprensión del diseño haciendo su uso un momento de diversión y aprendizaje. Depende no sólo de los factores del diseño visual, calidad de los contenidos y la utilidad, además de aspectos relativos como las emociones, sentimientos y transmisión de la marca y la confiabilidad que se transmite al usuario.

La UX debe facilitar la experiencia con una descripción detallada de las funciones para que el sitio satisfaga las necesidades del usuario y:

"El trabajo de un diseñador de experiencia de usuario debería siempre ser consecuencia de los problemas de la gente y aspirar a encontrar soluciones agradables, seductoras e inspiradoras. Los resultados de ese trabajo deberían de ser siempre medibles con datos que reflejen el comportamiento de los usuarios. Los diseñadores de experiencia de usuario usan el conocimiento y los métodos que provienen de la psicología, antropología, sociología, ciencia computacional, diseño grafico e industrial" (Treder, 2013: 23).

En conjunto la UI y la UX, posibilitan mejoras en la experiencia del usuario, y consecuentemente la constante visita a una interfaz ya que los usuarios están tan acostumbrados al desplazamiento vertical que es dividir el contenido en páginas separadas y se requiere más esfuerzo por parte de los usuarios a encontrar contenido y llegar a él. Esto funciona bien cuando se combina con la técnica de contenido fragmentado, ya que los usuarios

1.2. Diseño de Interfaz para sitio web

pueden leer rápidamente a través de contenidos breves y encontrar áreas de interés.

El objetivo de esta tarea de diseño es que el usuario consiga lo que se propone al interactuar con un dispositivo en concreto y obtenga de este un resultado con una experiencia acorde a sus necesidades y expectativas, el diseñador consigue esto de forma eficaz con conocimientos que provienen de áreas diversas y conocer a fondo los modelos de la empresa, negocio o cliente que pone su producto o servicio en el mercado.

Interfaz, se define como la conexión física y funcional entre dos dispositivos de cualquier tipo logrando una comunicación entre distintos niveles. También, es conocida como interfaz gráfica de usuario. El diseño de interfaz se identifica como la creación gráfica en comunicación móvil, aplicaciones de software y sitios web creando una interacción multidisciplinar que involucra a varias del diseño web y la ergonomía. Debe generar y formalizar para sus contenidos sean comprensibles, interactivos, navegables y facilitar la visualización.

Al diseño de interfaz se conoce como gráfica de usuario porque es un programa que hace uso de imágenes para representar la información y acciones disponibles para la interacción del usuario. Su principal objetivo es proporcionar un entorno visual sencillo que permita una navegación eficaz, presentando alternativas en cuanto a la navegación correcta, identificación e interacción y a los espacios de contenidos. "La interacción dentro de la interfaz es aquella que se describe como una acción y/o

conducta específica que se da entre dos elementos de un sistema, esta acción siempre tendrá dos posibles sentidos causa-efecto o acción-reacción. Las interacciones son las que ponen en funcionamiento en la interfaz" (Sarabia, 2006: 43).

La interfaz se ubica en sitios web, en el que el usuario puede buscar activamente información sobre temas diversos. Su principal característica es la complejidad estructural ya que el contenido es amplio y debe organizarse de forma adecuada, una de las particularidades de los sitios o páginas de información es que se dirigen a una audiencia activo y no a consumidores pasivos. El usuario busca información y es su fin es llegar al nivel de querer profundizar más en ella y está compuesta por uso de logotipos, sistemas de navegación, áreas de contenido e interacción y experiencia de usuario.


El sitio web de una persona, empresa o institución es un elemento esencial en la imagen que muestra cada vez que el usuario entra y tiene el contacto por primera vez con ella, el diseño de la interfaz y de la arquitectura de la información de una aplicación corporativa debe estar directamente relacionado con su estrategia de mercado. Una interfaz se debe distinguir de las demás tanto a nivel de contenido como de diseño y de ser coherente con su imagen. Las aplicaciones de comercio electrónico permiten realizar transacciones de compra o venta de productos o servicios, e informar sobre éstos y se denomina comercio directo que se complementan con un soporte digital.

La lectura del sitio web se debe realizar por los encabezados y de ahí partir al contenido particular, esto lleva a jerarquizar la información. Los usuarios desvían su atención siempre a las imágenes, por esta razón se colocan elementos próximos al texto para ilustrar la información que está leyendo. Para aumentar la legibilidad del texto, deben tomarse en cuenta los siguientes puntos :

- Incluir información importante en titulares de manera que el usuario le atraiga o encuentre la sección que busca de forma inmediata.
- Colocar los contenidos esenciales sin llenar de información no tan relevante.
- Enfatizar las palabras claves del contenido mediante la utilización de tipografía bold u otros recursos para destacado.
- En caso de que haya un contenido secuencial temporal deben brindarse herramientas como líneas de tiempo o animaciones que permitan que el usuario pueda reconstruir la continuidad de la historia.
- Debe optimizarse el contenido utilizando palabras familiares para el usuario.

Para reforzar la facilidad de la interfaz, además de lo anterior es bueno incluir :

- Acerca de: información sobre la institución, organización y sus objetivos.
- Política de privacidad: detalla que se hace con la información que el usuario aporta dentro del sitio web.
- Preguntas frecuentes (FAQ): incluyen respuestas a preguntas comunes que el usuario puede realizarse mientras esté en el sitio web.
- Catálogo: para que el usuario identifique la diversidad de artículos o servicios ofrecen.



La apariencia del diseño de los sitios se divide entre la estética y la funcionalidad. La estética se enfoca en la naturaleza del sitio, y la funcionalidad comprende lo que puede hacer el usuario en el sitio. Así, lo importante es lograr un equilibrio entre estética y funcionalidad.

1.3. Aspectos conceptuales para el diseño de interfaz de sitio web

El objetivo del diseño de una interfaz para un sitio web es realzar o fortalecer la imagen y despertar confianza de una persona, empresa o institución. Asimismo, debe cubrir las expectativas del usuario y permitirle encontrar fácilmente la información que busca. La forma con que se desarrolle el diseño de interfaz es crucial para determinar que el usuario se sienta satisfecho y desee regresar a un sitio.

Por eso, el diseño web consiste en encontrar un término medio entre una presentación que tenga gráficos que proporcionen tanto credibilidad como imagen y una presentación sencilla que permita a los usuarios encontrar lo que están buscando. Por ello el diseñador y comunicador visual ha de tener presente en el desarrollo de sus proyectos los siguientes aspectos conceptuales.

Estilo gráfico

El estilo gráfico es un conjunto de características que conforman el diseño de la interfaz de un sitio web, este concepto se utiliza para darle al diseño una línea segura en el que el usuario se sienta cómodo o se relacione y el cliente identifique su producto o servicio. Existen estilos y tendencias en los estilos gráficos que perduran por los años, y están integrados por elementos específicos que determinan el estilo. Enseguida se mencionarán algunos estilos gráficos que sobresalen dentro del diseño web.

El estilo minimalista que está basado en la escasez de recursos a la hora de transmitir un mensaje, las imágenes son limpias, los trazos abiertos y la comunicación muy simple este estilo renuncia a la forma de transmitir el mensaje de forma completa el mensaje recurre a detalles concretos para emitir su comunicado el diseño

minimalista revolucionó al diseño web identificando cada uno de las funciones.

Otro estilo gráfico es el hiperrealismo es una técnica gráfica de representar por medio de ilustraciones o fotografías la idea general que acerque al usuario al producto o servicio que se promueve, este estilo utiliza recursos poco utilizados dentro del diseño web ya que ubica texto sobre imágenes y tiene botones pequeños y sutiles que harán más directa la interacción en la experiencia de usuario.

El estilo gráfico Pop, se vale de todo aquello explícito en la imagen y de lo que se pretenden transmitir la idea mediante íconos y representaciones popular fáciles de identificar por el usuario que navega constantemente por sitios web, es un estilo sencillo, fresco y amable.

Por último se hará mención del estilo gráfico vintage, retoma un estilo antiguo con colores en tonos sepia y motivos florales. Éste estilo tiene una carga de más elementos dentro del diseño y su tipografía puede variar dentro de la misma familia tipográfica.

Tamaño

El tamaño de un sitio web depende principalmente de la definición de la pantalla del usuario (no de su resolución). Es mejor elegir un tamaño menor al horizontal de la pantalla de la mayoría de los usuarios para que éstos no tengan que desplazar la pantalla con la barra. Una página angosta permite a los usuarios hojear la información fácilmente para encontrar lo que les interesa. Con respecto al largo, es recomendable 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 visitantes:

- Elegir el ancho más pequeño admitido por la mayoría de los equipos (por ejemplo: entre 600 y 800 píxeles de ancho).
- Elegir una página que contenga tablas invisibles con ancho variable (definido por porcentaje).
- Usar un script para detectar la resolución de la pantalla del usuario y re direccionarlo a una página con el ancho adecuado.

La ubicación de la información, es un elemento importante en el diseño web, si se tiene en cuenta la dirección en la que los usuarios leen la información (en diagonal desde la esquina superior izquierda hacia la esquina inferior derecha), la información que esté ubicada en la parte superior de la página tendrá más probabilidades de ser leída por los usuarios de Internet.

Retícula

La retícula es una estructura invisible que ayuda a definir la posición de los elementos que aparecen en la página como: encabezados, títulos, subtítulos, cajas de texto e imágenes. Por lo tanto, es muy importante la división geométrica de un área en columnas, espacios y márgenes.

Resulta fundamental analizar y diagnosticar de forma adecuada el objetivo de comunicación gráfica que se pretende satisfacer antes de proceder a crear una retícula. La estructura funcional en un sitio web está relacionado al ritmo y la uniformidad, puesto que son aspectos esenciales que contribuyen a asegurar la comprensión del sitio, la funcionalidad y la facilidad de navegación con una retícula para sitio web

definirá donde irá la información y en que orden. El uso de un sistema reticular al momento de realizar un diseño web es lo que dará la idea clara de cómo se mostrará la información, de igual forma permitirá ordenar, equilibrar el peso visual y la importancia de cada elemento.

En el diseño web, las retículas facilitan enormemente el trabajo de diseñador, pues permiten automatizar no sólo la colocación de los elementos en el layout, sino también el habitual recorte y retoque preciso de los elementos en el proceso de edición final" (Alberich, 2007: 43).

El sistema de retículas o grid system, es una guía que se aplica a un sitio Web para facilitar el trabajo de maquetación. Para poder maquetar con el sistema de retículas hay que estructurar el diseño en filas y después en las columnas. No existe un número fijo de columnas en el que basarnos para crear el diseño, pero se suele utilizar el estándar de 12, 16 o 24 columnas y se puede elegir la que más le convenga al diseño de la interfaz, esto determinará los espacios entre elementos, imágenes o cajas de texto así mismo ayudará al dinamismo de la interfaz.

Es fundamental identificar el formato y el soporte en el que se aplicará la retícula y así su navegación será eficaz y le de al usuario factores para fluir en la continuidad, identificación, velocidad y orientación. Las retículas son una herramienta esencial para diseñar con precisión y regular la disipación del sitio web, garantizando buenos resultados. Es recomendable iniciar el proceso de diseño de una retícula original realizando bocetos hasta alcanzar la solución satisfactoria para el sitio web y así facilitar el trabajo del diseñador.

Color

Sin importar qué colores se elijan, estos deben ser dominantes y usarse como lo principal de la página web. Elegir uno o varios colores secundarios más brillantes y dinámicos, y usarse en proporciones menores para recalcar los elementos de la página.

No se recomienda usar más de tres colores distintos en un sitio web para cumplir con el criterio de simplicidad. Y deben estar acorde con los de la persona, empresa o institución.

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 (sobre el apetito, el descanso, la temperatura corporal, etcétera).
- A nivel emocional (sobre sensaciones de miedo, seguridad, alegría, etcétera).
- A nivel psicológico (sobre la energía, la concentración, etcétera).

Existen leyes universales que dominan la armonía entre los colores y que responden a las propiedades físicas del ojo. Cuando el ojo ve un color, crea automáticamente un filtro para el color complementario a su alrededor. Esto se llama contraste simultáneo por eso, la forma en que se percibe un color depende de los colores que lo rodean.

La correcta elección de los colores de fondo es vital ya que un fondo mal elegido puede entorpecer la lectura. Es esencial elegir un contraste apropiado entre el color de primer plano y el color de fondo dominante. Es por esto que se aconseja no elegir un fondo con gráficos, porque puede dificultar la lectura.

Tipografía

La tipografía, es una técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras. La finalidad de todo diseño es transmitir un mensaje, y para eso todo diseñador dispone de dos herramientas fundamentales, las imágenes y los textos, una elección tipográfica ayudará a transmitir la imagen deseada en un diseño de producto, ésta reforzará y dará personalidad al sitio web.

Lo primero que uno tiene que hacer cuando se enfrenta a la elección de las tipografías para un sitio web es establecer claramente la jerarquía, ya sea mediante color, tamaño, estilo, etc. Básicamente se hace esto, porque si se tiene una jerarquía, el usuario navegará con mucha más facilidad a lo largo del sitio web. Por eso se debe establecer siempre un tamaño mínimo para la tipografía para que la gente pueda leer los contenidos sin dejarse la vista. Un tamaño de 14 puntos puede ser aceptable y es importante contar una familia tipográfica específica para así dar una uniformidad al sitio.

Para utilizar la tipografía dentro de un sitio web es necesario tomar en cuenta los siguientes puntos:

- Cuanto menor es la longitud de línea, mayor es la velocidad de lectura.
- El espacio entre las letras de una misma palabra no debe ser siempre fijo. Cuando este espacio se ajusta correctamente, los textos son más legibles y el aspecto estético es mucho mejor.
- La combinación más adecuada es texto negro sobre fondo blanco. En todo caso, si utilizamos un color en el fondo es aconsejable utilizar colores claros y siempre un color de texto oscuro.
- Las letras en bold deben utilizarse solo para enfatizar

algunas palabras, resaltar puntos clave dentro de la información o resaltar alguna frase de gran importancia.

- Las letras en cursiva son muy poco legibles y solo deberían utilizarse para unas pocas palabras y en caso de hacer referencia a nombres de eventos.
- El subrayar palabras es un recurso que en papel impreso se utiliza para enfatizar, sin embargo en la web no se debe emplear con este objetivo ya que da lugar a confusión con los vínculos.

Normalmente, las tipografías se trabajan en píxeles, que son equivalentes a puntos cuando la resolución de la pantalla es de 72 ppp (píxeles por pulgada). Ahora bien, en vez de trabajar con píxeles, se puede definir un porcentaje de la tipografía media, definida previamente por el diseñador. A modo de orientación, trabajar con 11 o 12 píxeles facilita la lectura de la mayoría de las tipografías, y casi nunca se trabaja con tipografías menores a 8 o 9 píxeles.

Existen ocho tipos de familias tipográficas que garantizan la efectividad de los textos en el sitio y que se consideran universalmente adecuados para distintos sistemas operativos y visibles para la inmensa mayoría de los usuarios computacionales. Son: Arial, Courier New, Georgia, Helvetica, Times New Roman, Trebuchet MS, Verdana y Webdings.

Plataforma

La plataforma web se puede definir como una aplicación en la cual un sistema puede desarrollarse, es decir donde se pueden crear una variedad de opciones de facilidad de navegación para los usuarios ya que son puntos de acceso que se desarrollan en un sitio web y se hacen que funcione de forma correcta y poder crear un interés a los usuarios. Una plataforma

incluye elementos adicionales al sitio web como aplicaciones, formularios o registro de usuarios que van a solucionar forma más efectiva la necesidad del cliente y del usuario.

La plataforma está definida por un estándar en el que se establece una arquitectura de hardware y una plataforma de software. Y en este soporte entran los conceptos a tomar en que cuenta como sistema operativo, lenguaje de programación o interfaz de usuario.

Normalmente hay versiones para Windows, Macintosh, Linux, entre otros; pero nos estamos referimos a una plataforma web, estamos diciendo que el sistema funcionara desde un navegador web independiente de Sistema Operativo que se esté utilizando.

Se pueden desarrollar plataformas a partir de los requerimientos del cliente y en todo tipo de lenguajes como HTML, HTML5, Joomla, WordPress, Drupal, etcétera. Existe diversos tipos de plataformas para crear y poner en funcionamiento sitios web. La elección de unos u otros dependerá de varios factores como el costo, velocidad, flexibilidad y soporte.

Usabilidad

Los usuarios UX muestran una clara preferencia por los sitios fáciles de utilizar, así la organización de los contenidos debe ser sencilla y directa.

Se recomienda utilizar procedimientos de navegación secuenciales, para garantizar que el usuario entiende el proceso que está realizando al llevar a cabo una tarea, los enlaces deben nombrarse adecuadamente de manera que su función se entienda claramente.

De igual forma es bueno evitar el doble clic en el ratón para activar opciones, así la navegación será más consistente incluyendo sistemas de ayuda para los usuarios que utilizan el sitio web y siempre es tener la opción de contacto para que este pueda resolver sus dudas de forma directa.

Con estos puntos la relación entre el cliente y el usuario será mas efectiva, la usabilidad propicia cada vez más usuarios interesados en el contenido de la página web e ingresan constantemente para estar informados sobre cambios o noticias del tema de su interés. Los beneficios de este elementos para el diseño de la interfaz de un sitio web es que se actualizan de frecuente, suelen incluir enlaces para ampliar información e incorporan herramientas de búsqueda.

2.1. Colección Ruth Lechuga

La Dra. Ruth Deutsch Lechuga nace en Viena en el año de 1920, de donde huye junto con su familia por la Segunda Guerra Mundial y así llega a México en 1939. Aquí, cursa estudios en medicina y nace su interés por conocer las costumbres y tradiciones de los diferentes pueblos de México. Junto con su padre comienza a viajar a diferentes comunidades mexicanas. Llegaban muy bien documentados sobre las costumbres del lugar, de esta manera podían dedicarse a saciar su curiosidad y aprender de las personas, así fue como empezó a adquirir artesanías mexicanas. Posteriormente, cuando las condiciones económicas lo permitían, estos pequeños viajes se fueron haciendo cada vez más prolongados, su estancia en diferentes pueblos de México le llenaba de gozo admirando el trabajo del artesano y adquiriendo piezas únicas valorando siempre la dedicación y el proceso que lleva cada pieza que ahora forma parte de su colección.

Entre 1940 y 2000, la Dra. Lechuga formó una colección con cerca de 10,000 objetos artesanales representativos de 21 ramas del arte popular. Adquiridos directamente del campo, como resultado de recorridos que realizó para conocer a los artesanos, sus fiestas y rituales. Las colecciones más numerosas corresponden a textiles, máscaras, cerámica, juguetes, lacas y miniaturas.

La labor coleccionista emprendida por la Dra. Lechuga, sus investigaciones publicadas e inéditas, y el archivo fotográfico que creó son unos de los más completos del siglo XX, pues incluyen piezas de los siglos XVIII, XIX y de la primera mitad del siglo XX. La Colección Ruth D. Lechuga cuenta con un acervo bibliográfico especializado, consolidado por medio de la adquisición y donaciones de numerosos libros y artículos de temática histórica, etnográfica y

monográfica sobre las artes populares. De esta forma, se han logrado reunir un corpus de cerca de 2033 libros, 500 folletos y numerosos artículos de revistas y enciclopedias.

El prestigio de la doctora Lechuga, como experta en todo lo relacionado con la cultura popular rebasada en la década de los setenta el ámbito nacional, por lo que instituciones oficiales como el Banco Nacional del Fomento Cooperativo, el Fondo Nacionales para el Fomento de las Artesanías y el Instituto Nacionales Indigenista solicitaban constantemente su asesoría estas instituciones contaron con más de 17 años de su valiosa colaboración.

Ruth D. Lechuga consideró importante tomar cursos de fotografía que le permitieran la documentación visual de las costumbres y fiestas de las comunidades que visitaba, de manera que se enriqueció el contexto cultural de la colección. Estas imágenes, la mayoría en blanco y negro son tesoro de información que la llevaron a ocupar un nivel relevante en la Sociedad de Autores de Obra Fotográfica (SAOF). Parte importante de este archivo fotográfico fue donada a la editorial Artes de México, y 36 imágenes firmadas al Museo Franz Mayer. Con el fin de legar a las futuras generaciones un testimonio del pasado y el presente de la rica cultura mexicana.

El 18 de mayo de 1995, se constituyó el Patronato del Museo Ruth D. Lechuga de Arte Popular, A.C., cuya presidente vitalicia fue la propia doctora Lechuga. En él participaron Luis Felipe del Valle, Enrique y Bárbara Franco, Jorge Miranda, Marta Turok, Margarita de Orellana, Judith y Sandra Deutsch, quienes fueron conscientes de la gran responsabilidad que se hubo

delegado en ellos para convertir al museo en un dinámico centro de conservación, difusión y estudio de estas artes tradicionales.

Con el apoyo del Fideicomiso para la Cultura México-Estados Unidos de 1995-2000 se fueron catalogando las 23 colecciones divididas (en orden alfabético) en búhos, cera, cerámica, chicle, cuerno, cartonería, fibras vegetales, instrumentos musicales, joyería, juguete, lacas y bules, lapidaria, madera, máscaras, metales, miniaturas, muerte, nacimientos, pintura, pintura popular, talabartería, textiles y vidrio. Se calculaba que el acervo estaba constituido por cerca de 10,000 piezas; además se contaba con un archivo fotográfico de 20,000 negativos y transparencias tomados por la doctora Lechuga para documentar la vida de las comunidades que nutrieron la colección. También contaba con una biblioteca y hemeroteca sin clasificar.

Por el momento, no se cuenta con sitio web o redes sociales específicos sobre la colección de la Dra. Lechuga, la información que se difunde es mediante eventos o exposiciones que tiene el acervo de la colección a través del Museo Franz Mayer, la Casa Museo Ruth Lechuga y las publicaciones de la revista Artes de México; por medio de esta revista se brinda información a interesados sobre noticias actuales de la colección y fotografías, con respecto a información no existe algo detallado. Por tal motivo es que se requiere el diseño de interfaz de un sitio web que mantenga a su público meta informado y enterado sobre las noticias más actuales con respecto a la colección de la Dra. Ruth Lechuga.

Con el sitio web se pretende brindar la información actualizada al público interesado, quien tendrá la facilidad de ubicarla y obtenerla sin tener que trasladarse a los recintos donde se encuentra albergada la información y las piezas de la colección u otras colecciones de artesanía mexicana. Es necesario que con el diseño de interfaz de este sitio web se logró un contacto más cercano con el público para conocer sus necesidades inmediatas, y de igual forma lograr un vínculo con visitas guiadas que ayuden a la conservación e investigación del tema, aumentan la demanda de la información y la difusión de eventos relacionados con la colección y las artesanías mexicanas.

2.2. Especificación del público meta consumidor de la interfaz del sitio Web

El público meta de la colección de la Dra. Ruth D. Lechuga, en su gran mayoría son personas dedicadas a la investigación antropológica y a los aspectos que engloba la fabricación de artesanías mexicana así como sus antecedentes, técnicas y formas de difusión al público con el fin de poder rescatar, conocer y destacar la importancia de la fabricación de artesanía como impulso al desarrollo económico y social de los artesanos y sus consumidores.

También este sitio Web será creado con el fin de dar a conocer información específica de las adquisiciones de la Dra. Lechuga que ahora conforman su colección para público interesado en el archivo fotográfico de la compilación y personas coleccionistas de artesanías.

Por último se pretende que este sitio web impulse a la investigación de estudiantes de licenciatura y maestría que enfoquen su interés al campo artesanal mexicano, para proyectos de investigación o de titulación con el fin de hacer llegar la información de forma efectiva y apoyar con visitas que acerquen más a las generaciones actuales a la colección de la Dra. Ruth Lechuga.

2.3. Análisis visual de los sitios de la competencia

En cuanto a la competencia más directa que tiene la colección de la Dra. Ruth Lechuga es el Museo de Arte Popular (MAP) (*Imagen 1*) ubicado en el Centro Histórico de la Ciudad de México que alberga más de 3,000 piezas de artesanía mexicana, resultado de donaciones de instituciones y personas coleccionistas de arte popular mexicano. Algunas piezas son: alfarería, alfeñique, fibras vegetales, cerámica, juguetes, madera, miniaturas, orfebrería, cartón, etc. Este proyecto suma los esfuerzos del Gobierno Federal a través de Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, del Gobierno del Distrito Federal por medio de la Secretaría de Cultura y la Asociación de Amigos del Museo de Arte Popular.

El MAP cuenta con un micrositio (*Imagen 2*) que redirecciona a una tienda virtual donde se pueden apreciar piezas artesanales de todo tipo junto con su precio. De igual forma tiene el vínculo para poder conocer el perfil de Manos de México, que son los artesanos que ponen a la venta sus piezas en el museo. También cuenta con vínculos que te llevan a sus redes sociales como Facebook y Twitter, aunque sus botones son demasiado grandes y roban mucha atención. El sitio web ofrece todo tipo de información desde exposiciones temporales y permanentes hasta horarios y precios para los visitantes, es por todo esto que el Museo de Arte Popular se convierte en la competencia más directa e importante que tiene la colección de la Dra. Ruth Lechuga.

Sin embargo analizando sus debilidades ofrece una galería de las piezas en el museo que actualmente no está funcionando de forma correcta además cuenta con un menú lateral pequeño pero dentro de cada botón se encuentra mucha más información y es difícil identificar donde está cada tema y en general

en el sitio web no se muestran imágenes o fotografías la mayoría del contenido es texto.

Otro museo que compite con la colección de la Dra. Lechuga es el Museo Nacional de Culturas Populares (*Imagen 3*) ubicado en la Delegación Coyoacán, este es un espacio abierto a la diversidad en el que se fomenta el diálogo intercultural y su propósito fundamental es documentar, difundir y estimular las iniciativas de los creadores de las culturas populares de México, en los ámbitos rurales y urbanos, a través de exposiciones y con la realización de actividades artístico-culturales.

Y aunque cuenta con una colección escasa tiene en su acervo piezas de materiales como barro, palma, madera y cartón; el museo cuenta con exposiciones temporales sobre artesanías y costumbres mexicanas y con exposiciones en salas alternas dentro del mismo Barrio de Coyoacán.

Este Museo tiene como ventaja la realización de expo-ventas donde los artesanos de cualquier parte del país pueden acercarse y ofrecer sus artesanías y obtener un ingreso por su arduo trabajo. En cuanto a los medios para su difusión ofrece vínculos a sus redes sociales y un micrositio para visitantes extranjeros, y cuenta con una parte llamada Vida Académica (*Imagen 4*) en la que el interesado puede localizar fácilmente la información sobre la vida laboral de los artesanos o bien realizar visitas e indagar en cursos de verano o talleres de artesanías para personas con alguna capacidad diferente.

En cuanto al sitio web se encuentra en forma vertical con un banner interactivo con fotografías del museo y su acervo, tiene un menú lateral más sencillo que el MAP ya que se encuentra la información más

fácil y con más rapidez. Tienen la opción de ver las colecciones y una vista de 360° sin embargo está no funciona de forma correcta. También cuentan con la información necesaria para el visitante e interesados en realizar servicio social dentro del Museo.

En este sitio web, se pueden encontrar un exceso de tipografía en cursiva y mayúsculas. Y hacen uso de diversas familias tipográficas creando un ambiente más desordenado.

En conclusión, es importante identificar las fortalezas y debilidades del diseño de interfaz de los sitios web que compiten de forma directa con la colección de la Dra. Lechuga, para así proyectar mejores resultados en cuanto a la forma de presentar el contenido y facilitar la interacción del usuario cuidando los detalles para no caer en errores claros de los otros sitios web y así poder posicionar el diseño de la interfaz del sitio web sobre colección en un rango alto entre sus competidores.

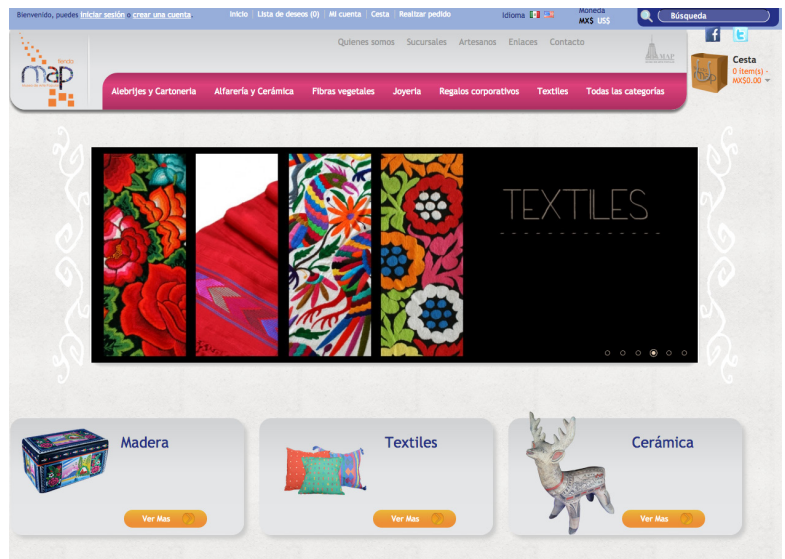


Imagen 1: Micrositio Tienda Virtual del Museo de Arte Popular



Imagen 2: Sitio web Museo de Arte Popular

MUSEO NACIONAL DE CULTURAS POPULARES

MUSEO NACIONAL DE CULTURAS POPULARES

Taco de OJO
Erotismo Popular

Del 10 de septiembre al 23 de noviembre de 2014
Martes a domingo
10:00 - 18:00 hrs.

MUSEO NACIONAL DE CULTURAS POPULARES

INICIO
ACERCA DEL MUSEO
INFORMACIÓN AL VISITANTE
EXPOSICIONES DEL MUSEO
VIDA ACADÉMICA
MUSEO DIGITAL

ACTIVIDADES
Septiembre 2014

EXPOSICIÓN

Taco de ojo. El erotismo popular

Juan Rafael Conzuelo Rivera presenta esta selección de piezas de diversas colecciones con nuevas perspectivas y significados del erotismo y la sexualidad, como una expresión de la cultura popular.

MUSEO DIGITAL

Exposición
Metáforas de luna, Tradición y modernidad en el arte indígena

RECORRIDOS VIRTUALES

Los Tenangos
Reconocimiento a la cosmovisión de un pueblo a través de su trabajo en las comunidades de Tenango de Doria.

Recorridos del Museo
Visita los principales espacios del Museo Nacional de Culturas Populares.

Graffiti-Mural
Tejedores de Sueños
Seraer y Segó plantean un divertido recorrido por su propia visión de la historia de México.

CONCURSO

Hilando la memoria:
Los textiles de México
8º Concurso Nacional de Fotografía

Convocatoria
Conoce los temas aquí

Síguenos en

f t y p i

Imagen 3: Sitio web Museo Nacional de Culturas Populares

MUSEO NACIONAL DE CULTURAS POPULARES
museos
museos

INICIO

ACERCA DEL MUSEO

INFORMACIÓN AL VISITANTE

EXPOSICIONES DEL MUSEO

VIDA ACADÉMICA

- ♦ SERVICIOS EDUCATIVOS
- ♦ SERVICIO SOCIAL

MUSEO DIGITAL


ACTIVIDADES
Septiembre 2014

¿QUÉ HACER HOY?

Hilando la memoria: Los textiles de México
Museo Nacional de Culturas Populares
 del 10 de julio de 2014 al 13 de febrero de 2015

Quinto concurso nacional de fotografía: El arte p...
Museo Nacional de Culturas Populares
 del 01 de agosto al 30 de septiembre de 2014

Síguenos en



VIDA ACADÉMICA

SERVICIOS EDUCATIVOS

INICIO | VIDA ACADÉMICA | SERVICIOS EDUCATIVOS

Me gusta 4
Tweet 0

Compartir


Programa

PASAPORTE DEL ARTE 2014

El Museo Nacional de Culturas Populares (MNCP) es parte de este dinámico programa del Instituto Nacional de Bellas Artes, en el que podrás disfrutar de un recorrido por sus edificios y exposiciones. Cupo limitado

Cupo limitado

Visitas y talleres: sábados y domingos del 7 de septiembre al 11 de octubre

Informes en el Departamento de Servicios Educativos

Visitas escolares

MUSEO-ESCUELA

Programa permanente que tiene el objetivo de consolidar la relación entre el museo con los contenidos curriculares del Sistema Educativo Nacional y su vinculación con el Patrimonio Material e Inmaterial que el MNCP resguarda, exhibe y comunica.

Martes a viernes, 10 a 17 h

Previa cita

Visitas familiares

DE VIAJE POR LAS EXPOSICIONES DEL MNCP

Recorridos guiados por las exposiciones del museo, con el objetivo de conocer y apreciar el patrimonio cultural material e inmaterial de nuestro país.

Sábados y domingos, 12 y 14 h

A partir del sábado 20

Entrada del museo

Programa para adultos mayores

TEJEDORES DE MEMORIA

La experiencia de las personas enriquece la construcción continua de nuestra identidad, por eso, invitamos a los adultos mayores de instituciones ligadas a la tercera edad a disfrutar del museo y su colección de arte y cultura popular.

Previa cita

Imagen 4: Vida Académica-Museo Nacional de Culturas Populares

3.1. Proceso de diseño

El proceso de diseño es una serie de pasos que nos van a ayudar a realizar un proyecto. Hemos aprendido a lo largo de la vida estudiantil procesos en los que nos enseñan a seguir instrucciones o indicaciones precisas para obtener un resultado esperado y aunque usemos la frase "el orden de los elementos no altera el producto final" siempre existe un inicio, desarrollo y un final, y en el diseño y la comunicación visual este método no es extraño.

Orientará y apoyará al diseñador a no perder la continuidad de la creación del proyecto y a no pasar por alto algún punto importante que en el resultado final será relevante. Ahora realizaré una descripción de los pasos que se realizaron en este proyecto.

El diseño de la interfaz del usuario es un proceso interactivo donde intervienen las necesidades claves del usuario y su interés en satisfacer a su vez las necesidades de su público consumidor.

Para ello, se deben realizar actividades esenciales y realizar un proceso de evaluación de las necesidades del usuario y de los servicios que ofrece el cliente también se analiza antecedentes y datos importantes del cliente y su producto o servicio, se debe realizar un análisis de los puntos fuertes y débiles de la competencia para no cometer los mismos errores y adoptar puntos estratégicos de mercado; conocer el perfil socioeconómico y cultural del usuario e identificar como se distingue de otros grupos con el objeto de que tenga una plena identificación.

Obtener referencias visuales que apoyen a la realización de bocetos para el diseño de la interfaz del sitio web, en papel se realizan bocetos con el afán de tener una

idea clara del diseño y posteriormente realizar bocetos digitales para que nuestro cliente pueda visualizar un previo del resultado final haciendo una simulación de actividades creando pantallas con elementos visuales (botones, íconos, menú e imágenes) asociando cada elemento para una correcta interactividad que quede aprobada por el cliente.

Posteriormente se realiza la maquetación con el diseño de interfaz final insertando y agregando la información que el cliente proporcione para la consulta de sus usuarios dentro del sitio web. Finalmente, se realiza una evaluación, en esta fase se presenta el sitio web con el usuario para que se hagan las últimas correcciones.

Se puntualizan si cada una de las necesidades están cubiertas por completo y si cumplen todas las funciones, además de realizar la prueba de que todos los elementos tengan una función correcta dentro de la interfaz.

Para resumir enlisto los pasos a seguir dentro de este proceso de diseño:

1. Proceso de diseño
2. Ruta Crítica
3. Brief
4. Mood Board
5. Mapa de Navegación
6. Bocetaje
7. Story Board
8. Paper Prototype
9. Mock Up
10. Diseño de Interfaz

Ruta Crítica

Una ruta crítica es la orden de los elementos que conforman un proyecto estableciendo su duración, determinando el tiempo de elaboración, de producción y gastos para la obtención del resultado final. Se establecen por días, semanas o meses para ir determinando que se realizará en cada semana y así ir visualizando los resultados en un plazo determinado.

Cualquier retraso en las actividades planteadas en la ruta crítica, afecta la fecha de término planeada del proyecto, es por ello que se recomienda tener un tiempo establecido de unas semanas para prevenir cualquier situación no contemplada dentro de la organización y creación del proyecto.

Para la realización de la ruta crítica es necesario conocer las actividades que contempla el proyecto, la duración de cada una de las etapas de tiempo y el orden en el cuál deben ser realizadas. Luego se debe desarrollar una red que incluya todas estas actividades en la que se pueda identificar toda la información contenida del proyecto, y finalmente identificar la ruta crítica, que será un camino hacia la concreción del objetivo.

En la elaboración de este proyecto se realizó una ruta crítica en la que las actividades se organizaron por semanas dentro del diplomado Diseño de Interfaces (UI) y experiencia de usuario (UX) para proyectos digitales, y según las reuniones que se tuvieron con el cliente, tal como se presenta a continuación.

	Fecha programada	Actividad	Tiempo estimado horas	Tiempo real horas	Revisión
Junio	Semana del 23 al 27	Investigación Diseño y Comunicación Visual/ Interfaz UI y UX	15 horas	12 horas	Mtra. Vanessa Camacho
Julio	Semana del 30 al 4	Investigación diseño de interfaz para sitio web/Aspectos conceptuales para el diseño de interfaz.	20 horas	15 horas	Mtra. Vanessa Camacho
	Semana del 7 al 11	Primera entrevista con cliente/Investigación Colección Ruth Lechuga/Propuesta título del proyecto	25 horas	20 horas	Mtra. Vanessa Camacho
	Semana del 14 al 18	Análisis visual de la competencia/ Especificación del público meta	25 horas	20 horas	Mtra. Vanessa Camacho Mtra. Marta Turok
	Semana del 22 al 25	Brief/Estructura Ruta crítica	25 horas	10 horas	Diseñadora
	Semana del 28 al 1	Mood Board/Mapa de navegación	25 horas	10 horas	Diseñadora
Agosto	Semana del 4 al 8	Segunda reunión cliente Skype/Bocetos comprensibles	25 horas	10 horas	Mtra. Marta Turok
	Semana del 11 al 15	Correcciones bocetos comprensibles	25 horas	10 horas	Diseñadora
	Semana del 18 al 22	Envío correcciones a clientes vía email	25 horas	10 horas	Mtra. Marta Turok
	Semana del 25 al 29	Story Board	25 horas	10 horas	Diseñadora
Septiembre	Semana del 1 al 5	Wireframe	25 horas	10 horas	Diseñadora
	Semana del 8 al 12	Paper prototype	25 horas	10 horas	Diseñadora
	Semana del 16 al 19	Mock Up	25 horas	10 horas	Diseñadora
	Semana del 22 al 26	Introducción, conclusiones.	25 horas	10 horas	Mtra. Vanessa Camacho

Brief

El brief es la una herramienta estratégica para la preparación de un proyecto. Es un documento escrito que contiene información necesaria sobre el cliente y todos los requerimientos para definir lo que se quiere conseguir con el diseño.

Tiene que ver con las estrategias de marketing que se pueden emplear, las imágenes del producto y sobre todo las características del mismo para así estrechar la relación de confianza entre la empresa y el diseñador.

Con este documento se podrán plasmar todas las especificaciones como colores institucionales o logotipo de la institución para realizar el diseño y también se deben incluir los siguientes puntos: antecedentes, objetivos principales, target y perfil socioeconómico, diferencias entre su competencia, la visión que tiene el cliente a corto plazo por último si es que ya ha realizado alguna estrategia para difusión y sus resultados.

Descripción del proyecto	La realización del diseño de interfaz para el sitio web de la colección Ruth Lechuga.
Cliente	Mtra. Marta Turok encarga del acervo y la gestión de la colección de Arte Popular de Ruth Lechuga.
Objetivos Principales	Difundir la colección Ruth Lechuga. Apoyar al crecimiento de la comunidad interesada. Conseguir patrocinios que apoyen a la preservación. Impulsar la investigación e indagación del arte popular. Invitar a conocer el acervo y las exposiciones.
Antecedentes	Desde el año 1995 se creó el Patronato del Museo Ruth D. Lechuga La colección tiene más de 10, 000 piezas de artesanía mexicana. En 1999 el Museo Franz Mayer cuenta con una parte de la colección. En el 2005 se les otorgó su acervo fotográfico.
Público meta	Hombres y mujeres 18 a 60 años. Nivel socioeconómico C y C+ Estudiosos de artesanías mexicanas e interesados en resacar técnicas antiguas. Artesanos dedicados a impulsar la fabricación y compra de artesanías. Estudiantes interesados en este tema para proyectos de investigación Coleccionistas apasionados por el acervo de la colección.
Elemento obligatorio	CENTRO DE ESTUDIOS DE ARTE POPULAR RUTH D. LECHUGA
Observaciones	Se requiere previa autorización del cliente para hacer uso de las imágenes o biografía de la Dra. Ruth Lechuga. No se hará uso de fotografías de las piezas.

Detalles gráficos

Tipografía Soul Meets Body

ABCDEFGHIJKLMNOP
 ÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmn
 ñopqrstuvwxyz
 Century Gothic

Century Gothic
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Retrícula 960 px 24 columnas



Estilo Vintage



Color

Gama de tonos color rosa
Fondos negros
Botones galería: azul, verde, anaranjado y rojo.

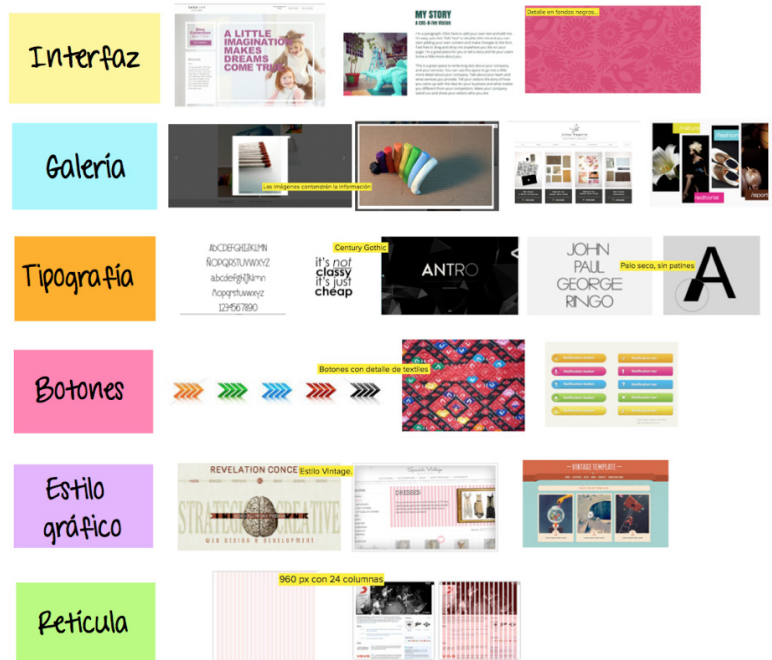


Mood Board

El mood board (*Imagen 5*) es una especie de lluvia de ideas para poder realizar un proyecto, éste puede ser impreso o digital y ayuda a visualizar las referencias gráficas que apoyarán la planificación y creación de ideas, sirve también para ejemplificar estados de ánimo o sentimientos que se quieran comunicar mediante la colección y servirán como una inspiración.

Para el sitio web, el mood board ayudo a definir el estilo del proyecto y en general el resultado final del diseño, mediante la presentación gráfica de la información en una especie de collage donde se combinaron textos, bocetos, ilustraciones, recortes de revistas, fotografías y otras imágenes.

A continuación se muestra el Mood board que apoyo a la realización de esta tesina:



Mapa de Navegación

El mapa de navegación (*Imagen 6*), es una representación esquemática completa o resumida de la estructura de la navegación de un sitio web, que indica los principales contenidos en el espacio de la información y las relaciones que existen entre ellos.

Sirve para orientar al usuario durante el recorrido y facilitarle un acceso directo a la información de su interés. El mapa de navegación puede representarse bien en forma textual, bien en forma gráfica, o una combinación de ambas y reflejará la estructura del sitio web por medio de enlaces a los contenidos principales y contenidos secundarios. Puede ser un documento en cualquier formato usado como herramienta de planificación para el diseño.

En este apartado se muestra el mapa de navegación para el sitio web de la colección Ruth Lechuga, donde se pueden identificar los contenidos en cada una de las secciones y las rutas que existen dentro del mismo para facilitar la navegación del usuario y así pueda identificar el tema de su interés de una forma accesible.

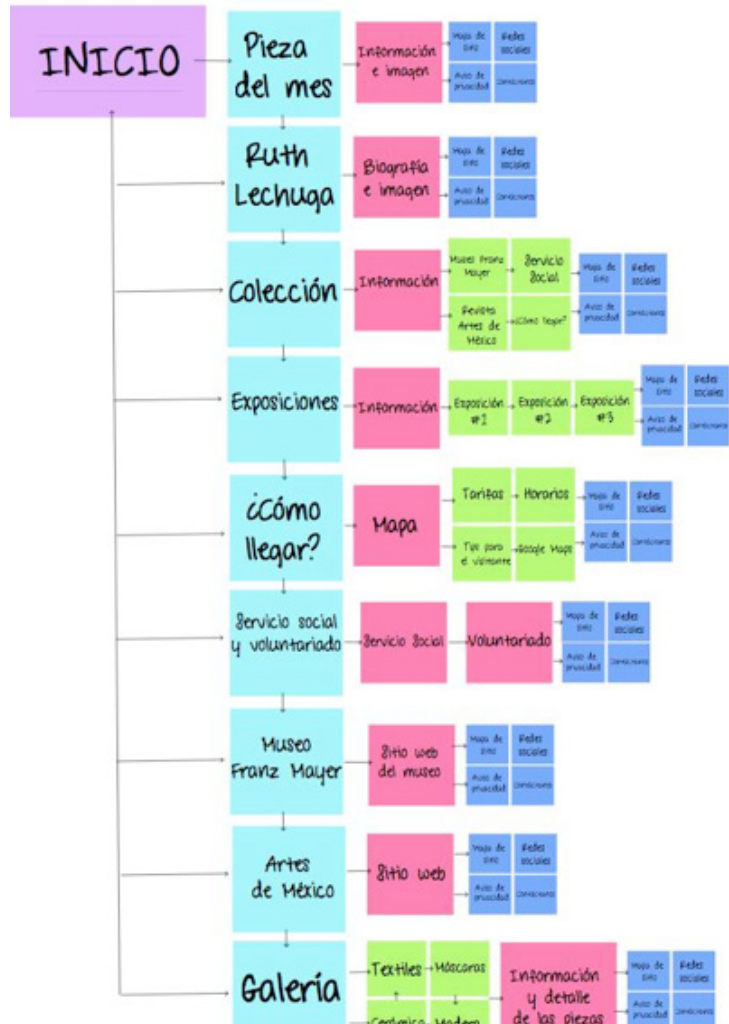


Imagen 6: Mapa de Navegación

Bocetaje

Un boceto (*Imagen 7*) es un modelo o prototipo que presenta los gráficos y la navegación del sitio web, es un proceso de esquematización que puede tomar varios intentos dependiendo de las necesidades del resultado. Los bocetos permitieron formalizar el diseño del sitio web y se usaron para validarlo antes de pasar a la fase de realización.

Es importante, a la hora de hacer el boceto tomar en cuenta la perspectiva, los trazos principales, la composición, el encuadre, entre otros puntos, puesto que permitió la creación de un concepto gráfico, desde bases sólidas y con calidad, tomando en cuenta las necesidades del cliente (definidas en un brief de diseño) y la de los usuarios.

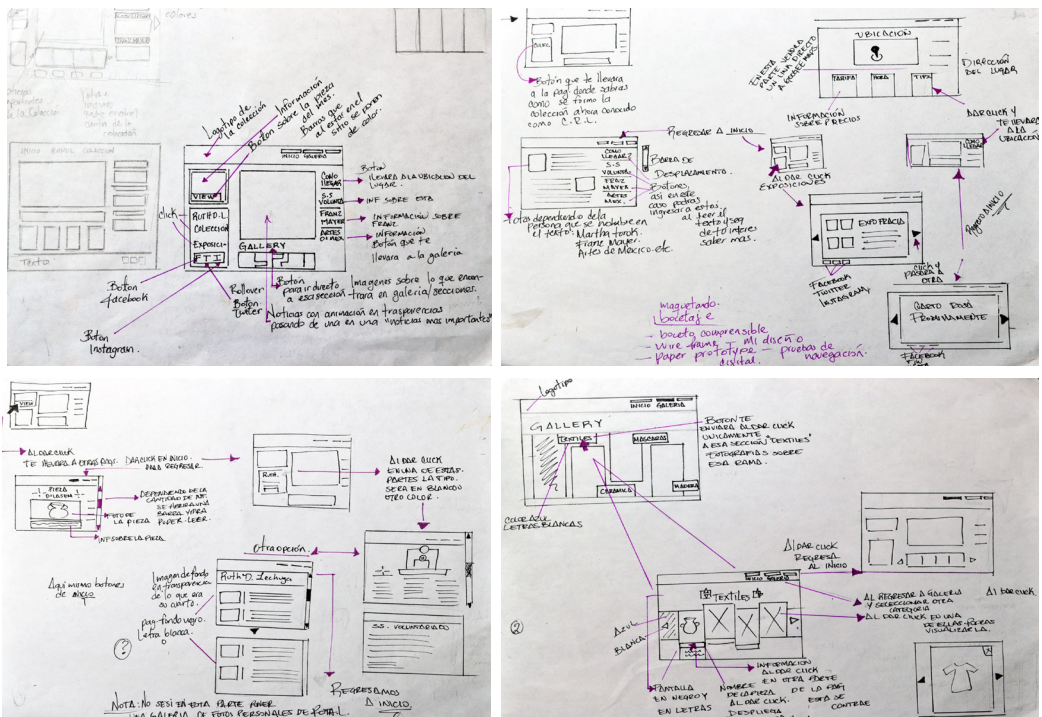


Imagen 7: Bocetaje

Story Board

Un storyboard (*Imagen 8*) es un conjunto de bocetos que muestran la secuencia con el objetivo de servir de guía para entender y pre visualizar la estructura un sitio web antes de realizarse. En el storyboard se definen y especifican los pasos a seguir dentro de la navegación de un sitio web, se determinan las funciones de los botones, íconos e imágenes que estarán dentro de cada tema o subtema del sitio web.

Ayuda a la identificación de movimientos a realizar por el usuario y así se compruebe la efectividad del diseño al momento de la navegación, también apoya al orden de las ideas y al mapa de navegación. Es una herramienta fundamental en el diseño final.

Enseguida ejemplifico con el storyboard del sitio web de la colección Ruth Lechuga, donde se podrá entender la función de cada uno de los botones y de los pasos a seguir dentro del sitio y así facilitar la navegación del usuario.



Imagen 8: Storyboard

Paper Prototype

La creación de prototipos en papel (*Imagen 9*) durante el proceso de diseño centrado en el usuario, orienta a los desarrolladores para crear software que cumpla con sus expectativas y necesidades, en este caso, sirvió para diseñar y probar las interfaces de usuario.

La creación del paper prototype es una creación en bruto con bocetos a mano, dibujos del resultado final de la interfaz utilizando modelos para comprobar su navegación efectiva. Este método para pruebas de usabilidad y puede proporcionar una gran cantidad de información útil que se traducirá en el diseño de la interfaz final.

Existen diferentes métodos de creación de prototipos de papel, cada una de ellos va mostrando varias ventajas con respecto a la comunicación dentro del desarrollo y la calidad del producto.

Pueden servir como una especificación visual de la interfaz gráfica de usuario, y por este medio asegurar la calidad de un software.

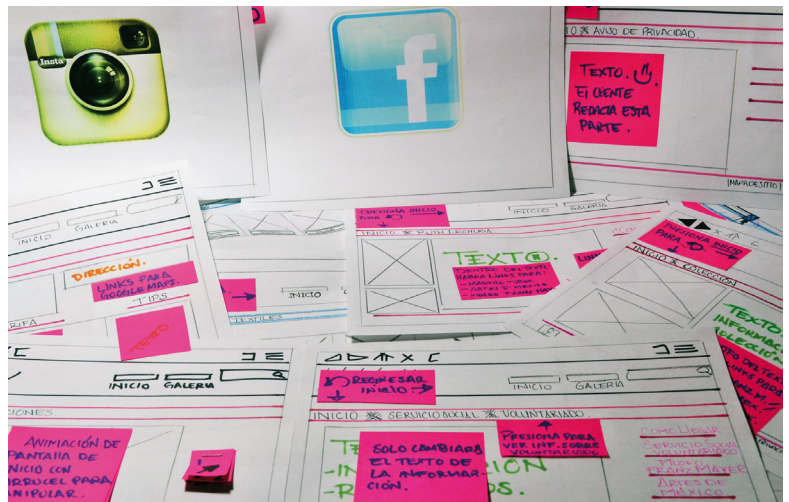


Imagen 9: Paper Prototype



Imagen 9: Paper Prototype

Mock Up

En el diseño, un mockup (*Imagen 10*) es un modelo de un diseño y es utilizado para la prueba, evaluación del diseño, promoción y para otros fines. Es un prototipo que proporciona al menos una parte de la funcionalidad del sitio web y permite pruebas del diseño.

Los mockups son utilizados para la retroalimentación por parte de los usuarios o del cliente. El cliente, asesorado por el diseñador puede probar el mockup y por lo tanto proporcionar información valiosa acerca de la funcionalidad, usabilidad, comprensión de la idea y el diseño.

	<p>Se diseñaron los botones de Inicio y Galería de forma rectangular para dar una sensación de orden. El botón de Buscar es con los extremos redondeados para facilitar el ingreso de texto, además se agregó el icono de una lupa para hacer más énfasis en la función del botón.</p>
	<p>Estos botones de la página de Inicio tienen motivos florales que caracterizan al estilo Vintage del sitio web. Se utiliza el color rosa en las páginas del sitio web ya que esté color era el favorito de la Dra. Ruth Lechuga.</p>
	<p>En el diseño existe éste otro tipo de botón en el que se utiliza un fondo de color rosa con motivos vintage pero con una opacidad más baja para no estorbar a la tipografía. Al seleccionar este botón redirecciona al usuario al sitio web del Museo Franz Mayer.</p>
	<p>La barra superior de la página es de color rosa, se utiliza la misma tipografía. Y para separar las ruta en la que se encuentra el usuario se utilizan detalles extraídos de un textil que forma parte de la colección.</p>
	<p>Éste botón estará dentro de la galería en el detalle de las piezas y será de colores diferentes según sea la sección en la que se encuentre el usuario ya sea textiles, cerámica, madera y máscaras.</p>
	<p>El siguiente botón es parte de la galería ayuda a pasar a la siguiente imagen, también es un detalle de un textil de la colección.</p>
	<p>En la sección de Galería se encuentran 4 de estos botones de diferentes colores diferenciando las secciones de la galería.</p>
	<p>Estos botones guiarán al usuario a las redes sociales de la colección Ruth Lechuga, aunque aún no se cuenta con estos perfiles es importante tomarlos en cuenta dentro del diseño.</p>

Imagen 10: Mock Up

Diseño de Interfaz

Se realizó el diseño de la interfaz (*Imagen 11*) para el sitio web en una retícula de 960 por 850 píxeles conformada por 24 columnas para que la distribución de la información y los elementos gráficos estén mejor distribuidos por el espacio de la pantalla, además porque brinda fluidez en la navegación y un ritmo al momento de desplazarse por las secciones que conforman el sitio, y también determina de una forma correcta los espacios entre elementos y cajas de texto.

El estilo gráfico que se utilizó fue Vintage, es un estilo que hace uso de muchos elementos y formas florales, este estilo es el más cercano al tema central que es la artesanía mexicana se complementa de una forma familiar y se retomaron motivos de los textiles para crear el estilo Vintage en el sitio web.

La tipografía que se aplicó para los botones y los encabezados de texto es Soul Meets Body en 14 puntos, aunque es de fantasía cumple con los requisitos que se establecieron en los bocetos, que fuera una tipografía de palo seco, regular y sin patines. Asimismo, se utilizó la tipografía Century Gothic para la información contenida en cada sección y se encuentra en el puntaje 12, ya que facilita la lectura de la información para el usuario, de igual forma es de palo seco, regular y sin patines.

Se utilizó un gama de colores rosas, ya que este color era el favorito de la Dra. Ruth Lechuga y hace alusión a su "Cuarto Rosa" que es primera habitación que lleno de sus adquisiciones de artesanías.

Este color evoca a la sensibilidad y a la protección, además es un color que está relacionado con la intimidad y con la lucha en muchos países y organizaciones este color es símbolo de unión. Además se utilizó el color negro representando la elegancia y haciendo un contraste fuerte con el color rosa.

Este diseño se contemplo para computadora y diferentes sistemas operativos, por el momento el usuario no requiere la adaptación del sitio web para versión móvil.

CENTRO DE ESTUDIOS DE ARTE POPULAR RUTH D. LECHUGA

Inicio Galería buscar

Inicio **»** Pieza de la Semana



Título: 202-4506 Batea
Técnica: Maqueado, perfilado en oro, decorada a pincel
Medida: Alto: 3,5 cm x Ancho: 59 cm x Profundidad: 59 cm.
Materiales: Madera, aceite de chia, aje, hoja de oro, tierras, colorantes
Estados: Michoacán
Localidad: Patzcuaro
Año: Fecha Elaboración: Aproximadamente 1865 Fecha Adquisición: 1930
Observaciones: Batea con retrato de Maximiliano
Se desconoce cómo o dónde adquirió la pieza la Dra. Lechuga; quizás también perteneció a la Colección de Fred Davis

¿Cómo llegar?

Servicio Social
Voluntariado
Museo
Franz Mayer
Artes de
México



Mapa de privacidad | Mapa de sitio | Contáctanos

CENTRO DE ESTUDIOS DE ARTE POPULAR RUTH D. LECHUGA

Inicio Galería buscar

Inicio **»** Servicio Social **»** Voluntariado

Servicio Social

El Museo Franz Mayer tiene implementado un programa especial en el que los alumnos de diferentes carreras profesionales consolidan su formación académica con actividades que benefician a la comunidad así como a los diferentes públicos que asisten al museo.

Las áreas en las que se puede colaborar son: Comunicación, Restauración, Investigación, Biblioteca, Archivo Fotográfico, Servicios Educativos y Administración.

Carreras solicitadas.

Administración, arquitectura, archivonomía, biblioteconomía, comunicación, diseño y comunicación visual, diseño gráfico, diseño industrial, diseño de interiores, fotografía, historia, historia del arte, letras y literatura hispánicas, pedagogía y psicología.

Beneficios.

En nuestro programa de servicio social puedes disfrutar de un 15% de descuento en el consumo personal en la cafetería, 10% de descuento en artículos y ejemplares de la librería, y asistencia gratuita durante la realización de tu servicio social a conferencias organizadas en el museo, visitas guiadas e inauguraciones de las exposiciones temporales.

Para formar parte del equipo de Servicio Social en nuestro área de Servicios Educativos o en el área de Comunicación, puedes comunicarte a los siguientes contactos:

Área de Servicios Educativos:
ascencia@franzmayer.org.mx
Teléfono: 5518.2266 ext. 245 a 247

Área de Comunicación:
agaray@franzmayer.org.mx
Teléfono: 55182266 ext. 216



Mapa de privacidad | Mapa de sitio | Contáctanos

**CENTRO DE ESTUDIOS
DE ARTE POPULAR
RUTH D. LECHUGA**

Inicio Galería buscar



Ver



- ¿Cómo llegar?
- Servicio Social Voluntariado
- Museo Franz Mayer
- Artes de México

Ruth Lechuga
Colección
Exposiciones



Mapa de privacidad | Mapa de sitio | Contactarnos

**CENTRO DE ESTUDIOS
DE ARTE POPULAR
RUTH D. LECHUGA**

Inicio Galería buscar

Inicio **¿ Como Llegar ?**



Hidalgo 45, Centro Histórico
México D.F. 06300
Tel. 5518.2266 ext. 251, 254
Estacionamiento anexo al museo

TARIFA
Admisión general \$45.00
Estudiantes y maestros \$25.00
Entrada al claustro (cafetería y biblioteca) \$5.00
Entrada gratuita a miembros del ICOM, afiliados, adultos mayores de 60 años y niños menores de 12 años
Martes entrada libre (No aplica en exposiciones temporales)

HORARIOS
Horario especial por la exposición Ward Press Photo:
Martes a domingo: 10:00 a 19:00 horas
Biblioteca:
Martes a viernes de 10:00 a 17:00 horas
Sábado y domingo de 11:00 a 18:00 horas, únicamente como sala de exhibición


TIPS
Apaga tu celular y otros aparatos de radiocomunicación.
Reserva las áreas delimitadas dentro de salas.
- No toques la obra de las exhibiciones.
- No se puede grabar video en el Museo.
- Si área donde pueden formarse fotografías es el jardín.
- Para tomar fotografías dentro de las salas, acude a la taquilla por tu permiso.
- Recuerda no usar flash.
- Para dar visitas guiadas dentro de las salas, pide autorización a la Dirección.

Mapa de privacidad | Mapa de sitio | Contactarnos

CENTRO DE ESTUDIOS
DE ARTE POPULAR
RUTH D. LECHUGA

Inicio Galería buscar

Inicio » Galería » Textiles



« »

4819 Huipil 5443 Huipil Ceremonial 6990 Huipil 5036 blusa

Instagram Facebook Twitter Año de privacidad | Mapa de sitio | Contactarnos

CENTRO DE ESTUDIOS
DE ARTE POPULAR
RUTH D. LECHUGA

Inicio Galería buscar


Inicio » Galería

Textiles

Cerámica

Máscaras

Madera



Instagram Facebook Twitter Año de privacidad | Mapa de sitio | Contactarnos

CONCLUSIÓN

Como resultado de la investigación se cubrieron todos los conceptos teóricos de forma correcta para obtener el diseño de interfaz del sitio web para la colección de Ruth Lechuga. También se comprobó la navegación por el sitio, mediante los bocetos realizados en papel y luego digitales, que el cliente manipulo y aprobó.

Al momento de realizar la investigación me encontré con el inconveniente de que el cliente desea seleccionar todas y cada una de las imágenes que se expondrán en el sitio web, esto por seguridad y protección del acervo de la colección. Solicitó la creación de un archivo biográfico de la Dra. Ruth Lechuga que pueda incluirse dentro de la interfaz del sitio más adelante.

E integrar a los patrocinadores de la colección Ruth Lechuga que son: el Museo Franz Mayer y Artes de México, apoyando de igual forma a la difusión del acervo contenido en cada una de estas instituciones.

Es posible concluir que el resultado del diseño de interfaz cubrió las necesidades del cliente, que es difundir las exposiciones de la colección entre su público meta, y personas interesadas en el arte popular mexicano para realizar investigaciones sobre el acervo de artesanías y archivo fotográfico de la colección Ruth Lechuga que apoyen y trabajen dentro de la colección.

Alberich, J., (2007). *Grafismo multimedia. Comunicación, diseño, estética.* UOC, Barcelona.

Balocco, M., (2012). *Tipografía Web.* Apogeo, Barcelona

Benchimol, D., (2011). *Sitios Web.* Users, Buenos Aires.

DAF, (2014). "En el Museo Nacional de Culturas Populares. Recuerdan a Ruth Lechuga con muestra fotográfica" en *Secretaría de Educación Pública.* [En línea]. México, disponible en: <http://www.conaculta.gob.mx/detalle-nota/?id=33711#.VB-IQCt5NLd> [Consultado el día 15 de agosto de 2014]

ENAP/UNAM, (1998). "Diseño y Comunicación Visual" en *Dirección General de Administración Escolar.* [En línea]. México, https://www.dgae.unam.mx/planes/dis_comunica_visual.html [Consultado el día 20 de agosto de 2014]

García, A., (2002). "Ruth Lechuga, una evocación del arte y culturas populares" en *El Universal.* [En línea]. México, disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/cultura/22599.html> [Consultado el día 15 de agosto de 2014]

Gotz, V., (2002). *Retículas para internet y otros soportes.* Index libros, Bogotá.

Gutiérrez, C., (2008). *Cómo funciona la web.* CIW, Chile.

Heller, E., (2004). *Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Gustavo Gili, Barcelona.

Nielsen, J., (2007). *Usabilidad: diseño de sitios web*. Pearson educación, Estados Unidos.

Mariño, R., (2007). *Diseño de Página Web y Diseño Gráfico*. Ideas, España.

Lechuga, R., (2000). *Textiles de Oaxaca*. Artes de México, México.

Pereiro, N., (2004). *Gestión integral a través de una plataforma web*. Universidad de León, México.

Pes C., (2011). *36 Pasos básicos para desarrollar un sitio web*. Autoedición, Chile.

Saravia, M., (2006). *Ergonomía de concepción. Su aplicación al diseño y otros procesos proyectuales*. Bogotá, Javeriana.

Rodríguez, A., (2002). *Ruth Lechuga, una memoria mexicana*. Artes de México, México.

Tona, P., (2011). *Diseño de Interfaces multimedia*. UOC, Barcelona

Zanon, D., (2006). *Introducción al diseño editorial*. Visión Net, Madrid.

Zeldman, J., (2004). *Diseño con estándares web*. Anaya Multimedia, Madrid.