

# Principios de diseño para gente que no diseña

**Quién soy**

## **Me llamo Ignacio Segura.**

Llevo trabajando en la web desde 2004 aproximadamente. He trabajado con Xoops desde 2005 y luego cambié a Drupal en 2008. Actualmente trabajo con mi socio Oskar Calvo en Documentados.

Y cada vez me importa menos cómo se construye una web.  
En serio.

**Y no soy el único.**

A los usuarios no les importa un carajo la tecnología que sostiene una web.

Sólo les importa (a veces) lo que esa web les ofrece.

**Nosotros no controlamos lo que se ofrece.**

Son nuestros clientes los que proveen “lo que se ofrece”, el *producto-servicio-contenido-loquesea*.

Lo más que podemos hacer es presentar el *loquesea* del cliente lo mejor posible.

De eso trata el diseño. Y por suerte para mi socio, eso sí me interesa.

**De qué trata (realmente) el diseño gráfico**

**El diseño gráfico trata de mejorar la comunicación.**  
(entendiendo por mejorar, “ser más favorable para los objetivos de quien te suelta la pasta”).

El origen está en la necesidad de presentar la información escrita de forma que se entienda mejor.

Un ejemplo:

**I**ncipit epistola beati Hieronimi ad Paulinum presbiterum de omnibus diuine historie libris. Capitulum primum.

**P**ater ambrosius tua michi munuscula perferens. detulit simul et suauissimas litteras: que a principio amicitiarum fide probate iam fidei et veteris amicitie proferebant. Vera enim illa necessitudo est et christi glutino copulata: quam non utilitas rei familiaris. non presentia tantum corporis. non subdola et palpas adulationis: sed dei timor. et diuinarum scripturarum studia conciliant. Legimus in veteribus historiis. quosdam lustrasse puincias. nouos adisse populos. maria transisse: ut eos quos et libris nouerant. coram se viderent. Sic pitagoras mephiticis uacat. sic plato egiptum. et architam tarentinum. eamque oram italie. que quondam magna grecia dicebatur: laboriosissime peraguit. et ut qui athenis migrat. et potens cuiusque doctrinas academie gymnasia personabant. fieret peregrinus atque discipulus: maleus aliena verecunde discere: quam sua impudenter ingerere. Denique cum litteras quasi toto orbe fugientes persequitur. captus a piratis et uentiducus. tyranno crudelissima nauis. ductus capti-

ingressi: aliud extra urbem querebant. Apolloni siue ille magister ut vulgus loquitur. siue plus ut pitagorici tradunt. iterum peras. pertransiit caucasi. albános. scythas. massagetas. opulentissima india regna perrexit: et ad extremum latissimo physion amne transiit. puenit ad bragmanas: ut hyarcam in throno sedentem aureo. et de tantali fonte potantem. inter paucos discipulos. de natura. de moribus ac de cursu dietum et siderum audiret docentem. Unde per elamitas. babilonios. chaldos. medos. assirios. parthos. syros. phenicis. arabes. palestinos. reuertens ad alexandriam. perrexit ad ethiopianam: ut gignosophistas et famosissimam solis mensam uideret in sabulo. Inuenit ille uir ubique quod disceret: et semper proficiens. semper se melior fieret. Scripsit super hoc plenissime octo voluminibus. phylotratatus. **H**

**Q**uid loquar de seculi hominibus: cum apostolus paulus. uas electionis. et magister gentium. qui de conscientia tanti in se hospitis loquebatur. dicens. An experimentum queritis eius qui in me loquitur cecus. post damascum arabiis lustratam. ascenderit ierosolimam ut uideret petrum et manserit apud eum diebus quindecim. Hoc enim misterio ebdomadis et o-

statua supra stante di tutto, quale l'altra, Senõ che era regina, Laquale sub-  
leuato il dextro bracio cum l'indice signaua la parte retro le sue spalle, &  
cum l'altro teniua una tabella ritinuta cum il co' aperto & cum la mano sua  
indiuifa. Nella q̄le etiam iscripto era tale epigramma in tri idiomi.

דיה כו שתהיה קח כן האוצר הזה כאות נפשך  
אבל אזודר אותך הסר הראש ואל תיגע בגופך

ΟΣΤΙΣ ΕΙ. ΛΑΒΕ ΕΚ ΤΟΥΔΕ  
ΤΟΥΘΗΣΑΥΡΟΥ, ΟΣΟΝ ΑΝ Α  
ΡΕΣΚΟΙ. ΠΑΡΑΙΝΩΔΕΩΣ ΛΑ-  
ΒΗΣ ΤΗΝ ΚΕΦΑΛΗΝ. ΜΗ Α  
ΠΤΟΥ ΣΩΜΑΤΟΣ.

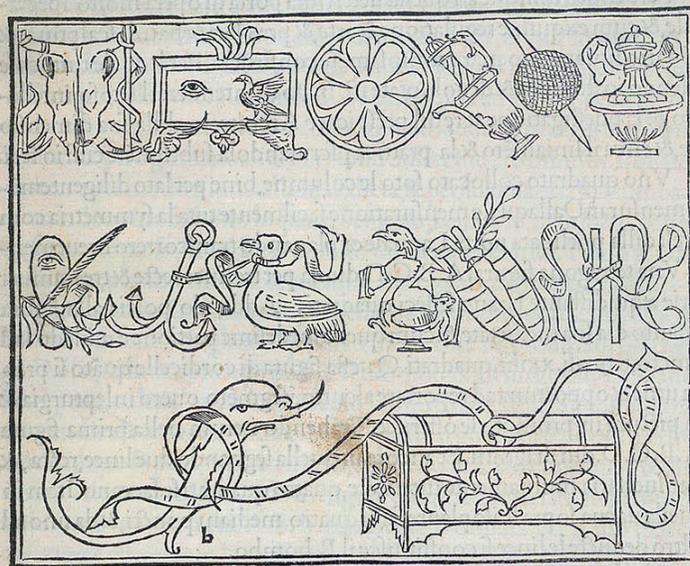
QUIS QVIS ES, QVANTVN  
CVNQVE LIBVERIT HV-  
IVS THESAURI SVME AT  
MONEO. AVFER CAPVT.  
CORPVS NE TANGITO.



Di tanta nouitate digna di relato mirabondo, & degli ænigmati præle-  
gendoli sæpicule, dil tutto io restai ignaro, & dilla ìterpretatione & sophif-  
mo significato molto ambiguo. Non era aufo percio alcuna cosa perten-  
tare. Ma quasi incusso da timore in questo loco tetro & illumino, quan-  
tunque gli fusse il lucernale lume. Niente di manco il sollicito desiderio  
di contemplare la triumphante porta stimulante, piu legitima causa fue  
che quiui non dimorasse, che altro. Dique sencia altro fare, cum pensie-  
ro & proposito per omni modo dapo la contemplatione di essa porta mi-  
rabile, un'altra fiata quiui ritornare, Et piu tranquillamente specular tale  
magnificentia de inuento dagli humani ingegni, citissimo all'apertura  
perueni. Et descendendo uscuii fora dil exuiscerato monstro, Inuentio-  
ne inexcogitabile, & sencia existimatione, excesso di faticha, & temerario  
auso humano, quale Trepano terebrare tanta durecia & contumacia di  
petra, & euacuare tanta durezza di materia, ouero altre fabrile machi-  
ne poteron: Concordemente conueniendo il cauato introrso cum la for-  
ma exteriore. Finalmete sopra la piacia ritornato, uidi in questo porphy-

retico

retico basamento in circuito in scalpto dignissimamete tali hieraglyphi.  
Primo uno capitale osso cornato di boue, cum dui instrumenti agricul-  
torii, alle corne innodati, & una Ara fundata sopra dui pedi hircini, cum  
una ardente fiammula, Nella faccia dellaquale era uno ochio, & uno uul-  
ture. Dapocia uno Malluio, & uno uaso Gutturio, sequedo uno Glo-  
mo di filo, ifixo i uno Pyrono, & uno Antiquario uaso cu lorificio obtu-  
rato. Vna Solea cum uno ochio, cum due fronde intransuerfate, luna di  
oliua & l'altra di palma politamete lorate. Vna ancora, & uno anfer. Vna  
Antiquaria lucerna, cum una mano tenente. Vno Temone antico, cum  
uno ramo di fructigera Olea circumfasciato. poscia dui Harpaguli. Vno  
Delphino, & ultimo una Arca reclusa. Erano questi hieraglyphi opti-  
ma Scalptura in questi graphiamenti.



Lequale uetustissime & sacre scripture pensiculante, cusi io le interpretai.

EX LABORE DEO NATVRAE SACRIFICA LIBER A  
LITER, PAVLATIM REDVCES ANIMVM DEO SVBIE-  
CTVM. FIR MAM CVSTODIAM VITAE TVAE MISERI  
CORDITER GVBERNANDO TENEBIT, INCOLV MEM  
QVESER VABIT.

c

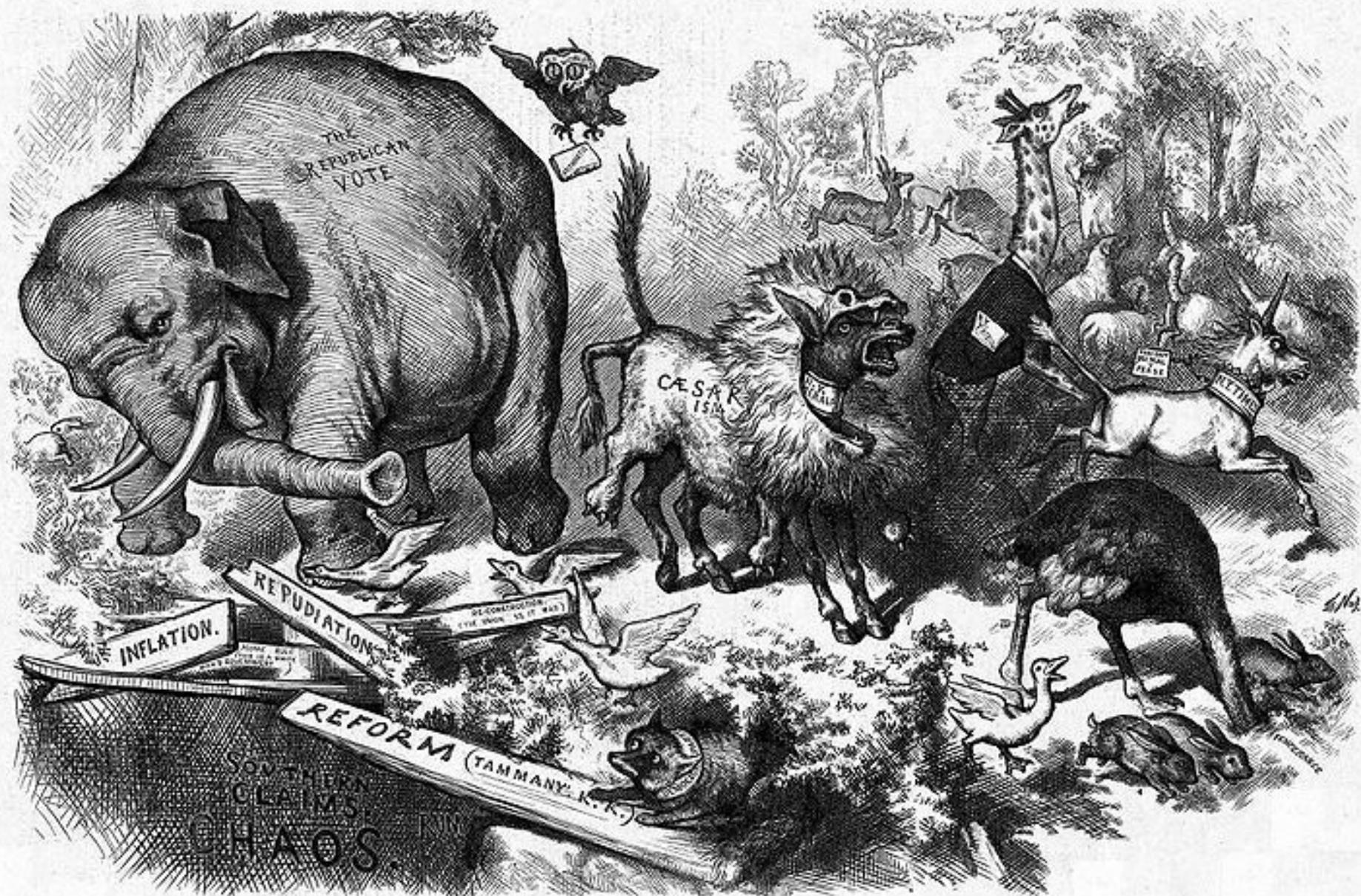
El siguiente paso lógico en el diseño gráfico, después de mejorar el texto, era mejorar las imágenes, entendiendo por mejorar “comunicar mejor”.

Ejemplo. Thomas Nast.



THE "BRAINS"

THAT ACHIEVED THE TAMMANY VICTORY AT THE ROCHESTER DEMOCRATIC CONVENTION.



THE THIRD-TERM PANIC.

"An Ass, having put on the Lion's skin, roamed about in the Forest, and amused himself by frightening all the foolish Animals he met with in his wanderings."—SHAKESPEARE OF HADON.

El siguiente paso, por supuesto, es buscar la persuasión, porque el que paga no se conforma con comunicar.

Ya lo dijo James Montgomery Flagg:  
EL CLIENTE TE QUIERE A TI PARA...



WALTER DUNN MONTGOMERY FLAGG

# I WANT YOU FOR U.S. ARMY

NEAREST RECRUITING STATION

## **Nosotros hablaremos del nivel dos: comunicar.**

En el fondo, la persuasión depende del mensaje. No existe un diseño persuasivo, sino un mensaje con potencial para ser persuasivo, bien transmitido mediante el diseño.

## **Resumiendo:**

El diseño gráfico intenta que el mensaje llegue con la mayor fuerza posible, que se entienda y se asimile mejor.

**Pero eso significa que el diseño es evaluable.**

El diseño gráfico NO ES ARTE, porque busca un resultado que hasta cierto punto puede medirse: la eficacia de nuestra comunicación.

**Y eso son buenas noticias.**

Que sea evaluable significa que incluso sin ser expertos podemos examinar nuestro propio material. Si nuestro *loquesea* llega al usuario y éste lo entiende, el diseño está bien.

Pero si **las personas a las que va dirigido** nuestro material no pueden *leerlo-entenderlo-usarlo-loquesea*, está mal.

**De qué estamos hablando (realmente).**

El mensaje

**La mitad del diseño consiste en hacer las preguntas adecuadas.**

**Muchas.**

**Desde el principio.**

Ejemplo: un artículo en El País Semanal.

**ANTES DE ENTRAR,  
DEJEN SALIR**

~~ANTES DE ENTRAR,~~  
DEJEN SALIR

**DEJEN SALIR**

El mensaje

## **¿Qué hemos hecho?**

Lo que hizo el diseñador del ejemplo fue reflexionar sobre el mensaje. Decidió que la forma que le habían dado se podía reducir. Se podía expresar lo mismo con menos.

Ahora es más directa. Llega antes y con más fuerza. Se procesa en nuestros cerebros con menos esfuerzo.

Se convierte en una orden directa.

El texto es una imagen

## **El texto nunca es sólo texto**

Por eso existen millones de fuentes tipográficas, porque el propio texto forma una imagen. Esa imagen es parte del texto, nos guste o no. No existe el “texto neutro”, todo transmite algo. Incluso la falta de matices es un matiz.

Algodón

**Algodón**

**Algodón**

El texto es una imagen

**La imagen que forma el texto se une a éste.**

Nosotros vemos y leemos a la vez, y sacamos impresiones tanto de una cosa como de la otra. Nuestro entendimiento de lo que vemos se forma juntando ambos elementos, la palabra y la imagen que forma la palabra.

**Desechable**

**DESECHABLE**

DESSECHABLE

El texto es una imagen

**Para elegir una fuente, haced la pregunta adecuada.**

Para elegir una fuente para un texto, olvida si te gusta o no te gusta. Eso no importa, importa el usuario.

Pero tampoco importa si le gusta al usuario. Lo que importa es si transmite lo que queremos que transmita.

La imagen viste al texto

**La imagen añade información al mensaje**

Realmente, una imagen vale más que mil palabras.



**Desechable**



SOBIESKI  
PREMIUM

Inseparable



**DESECHABLE**

La imagen viste al texto

## **La imagen vive en una sociedad.**

El espectador carga las imágenes que les mostramos con su propia cultura e ideología. La mente del espectador “pinta” nuestras imágenes.

**Desechable**





**Desechable**

**Desechable**



La imagen viste al texto

**La imagen viste al texto. El texto viste la imagen.**

Las dos cosas son importantes, se dotan de significado mutuamente.

La imagen viste al texto

**De nuevo, la pregunta adecuada.**

No importa si la imagen que viste al texto te gusta. Importa si se funde con el texto de tal manera que el mensaje se transmite como queremos, con los matices que queremos.

Todo significa algo, siempre

**Creer que puedes vivir en silencio, pero no puedes.**

Lo que ven nuestros ojos siempre significa algo. La gente que se preocupa de elegir y cuidar su ropa envía un mensaje. La gente que no se preocupa lo más mínimo de su ropa y viste de cualquier manera también envía un mensaje. Y ese mensaje puede llegar a invadirlo todo.

La diferencia es que la persona que ha elegido cuidadosamente su ropa controla el mensaje que envía, y la otra persona, no.

Señal y ruido

## **No gritamos en el vacío**

Nuestro mensaje no vive en el vacío. Lucha con otros mensajes por la atención de nuestros visitantes.

Ejemplo: la acreditación de la Drupalcamp.

## Premium sponsors



César & Justina

## Sponsors



Señal y ruido

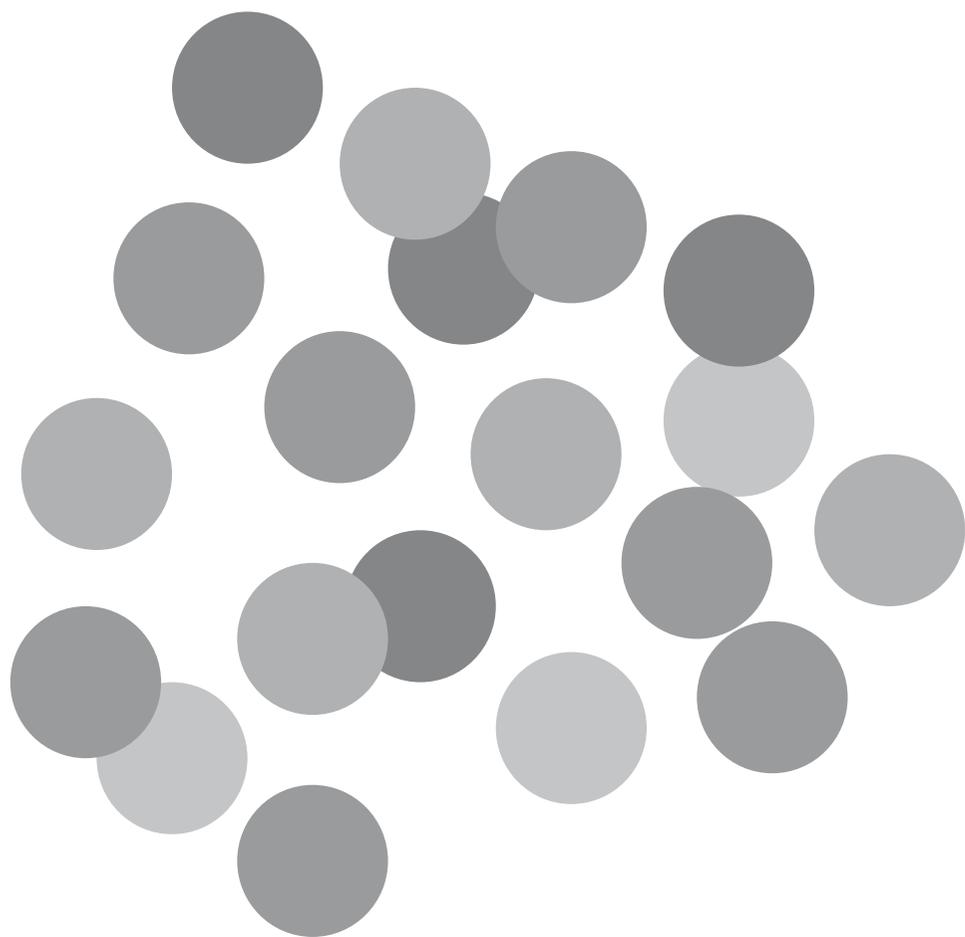
## **El ruido depende del silencio**

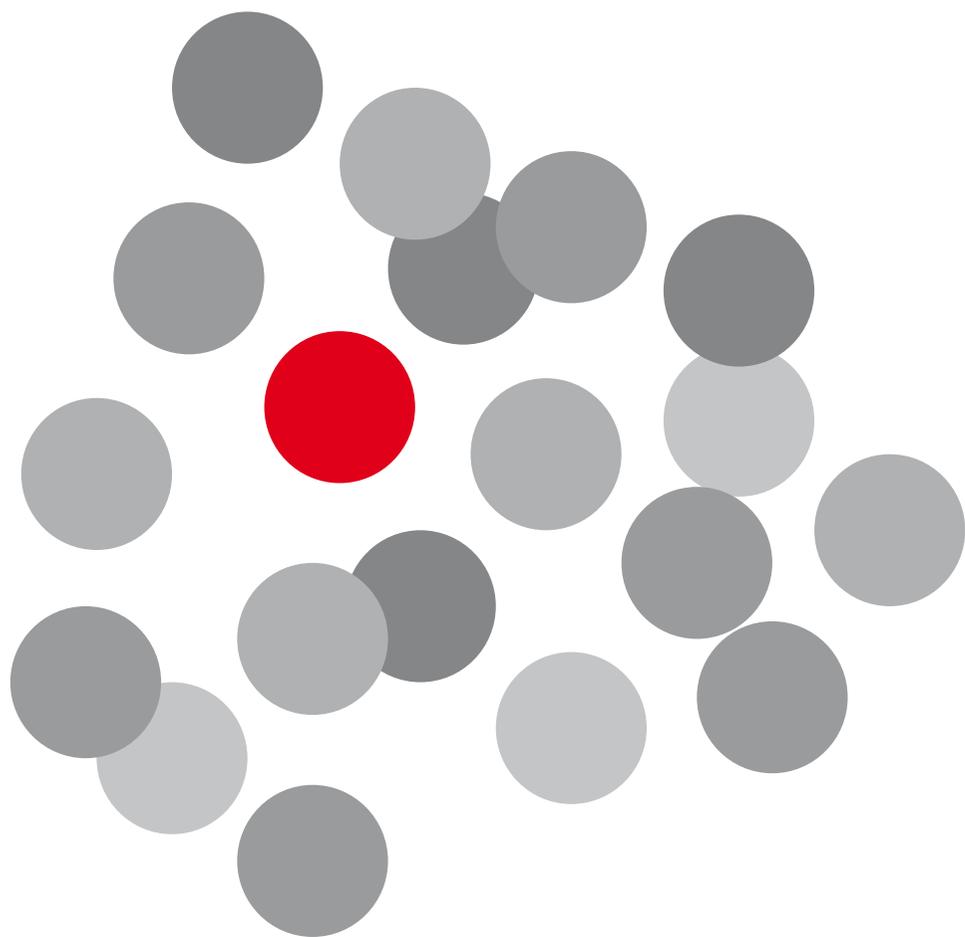
“El ruido depende del silencio del que procede. Cuanto más absoluto es éste, mas escandaloso es aquel.”

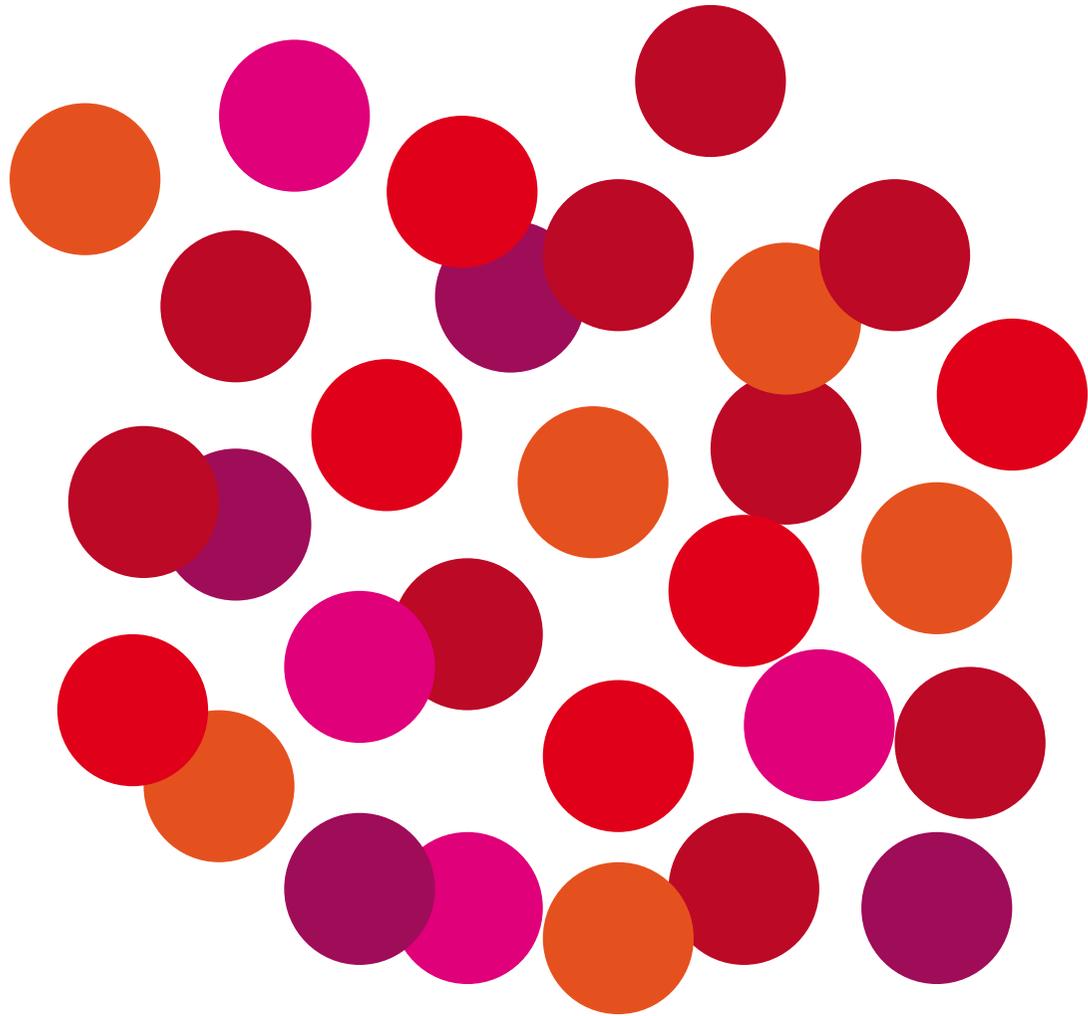
*V de vendetta*

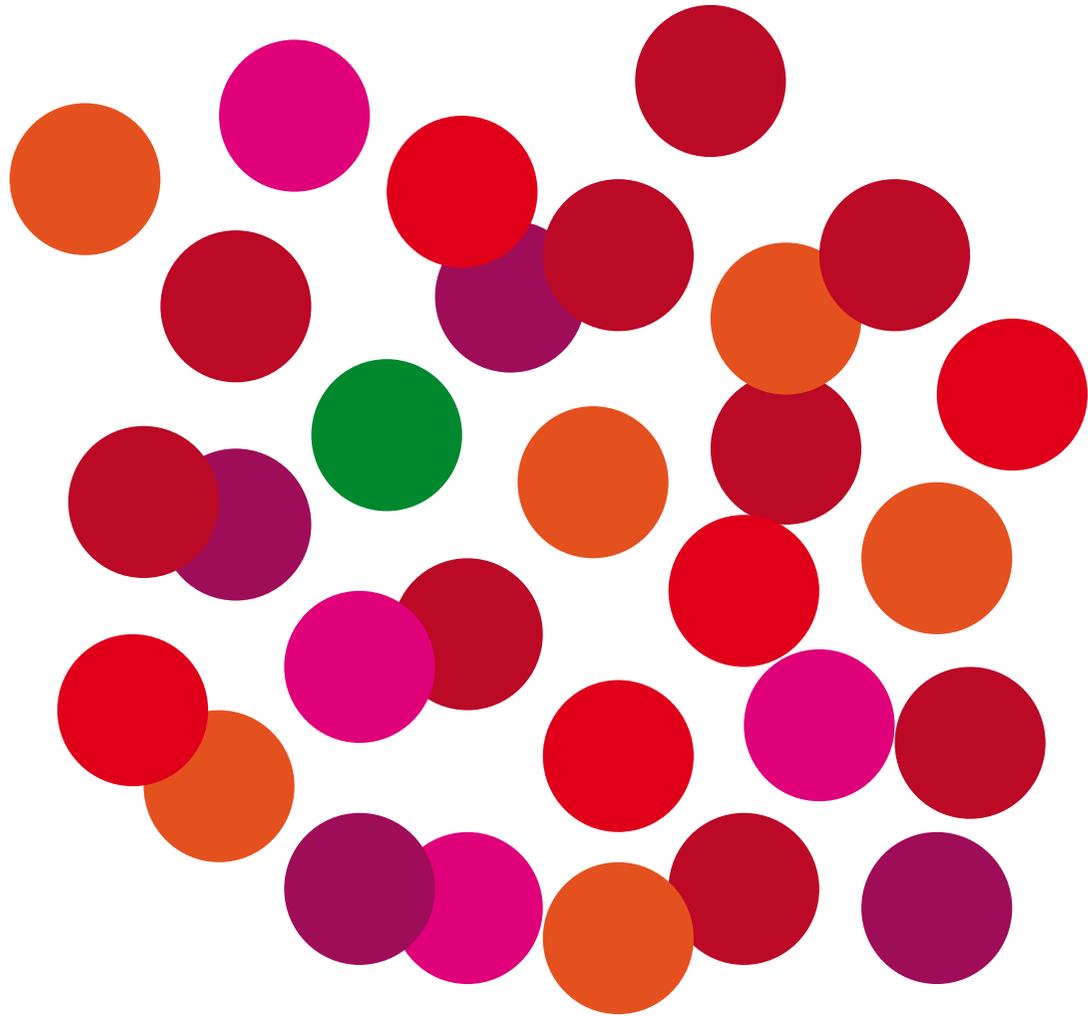
*Alan Moore y David Lloyd*



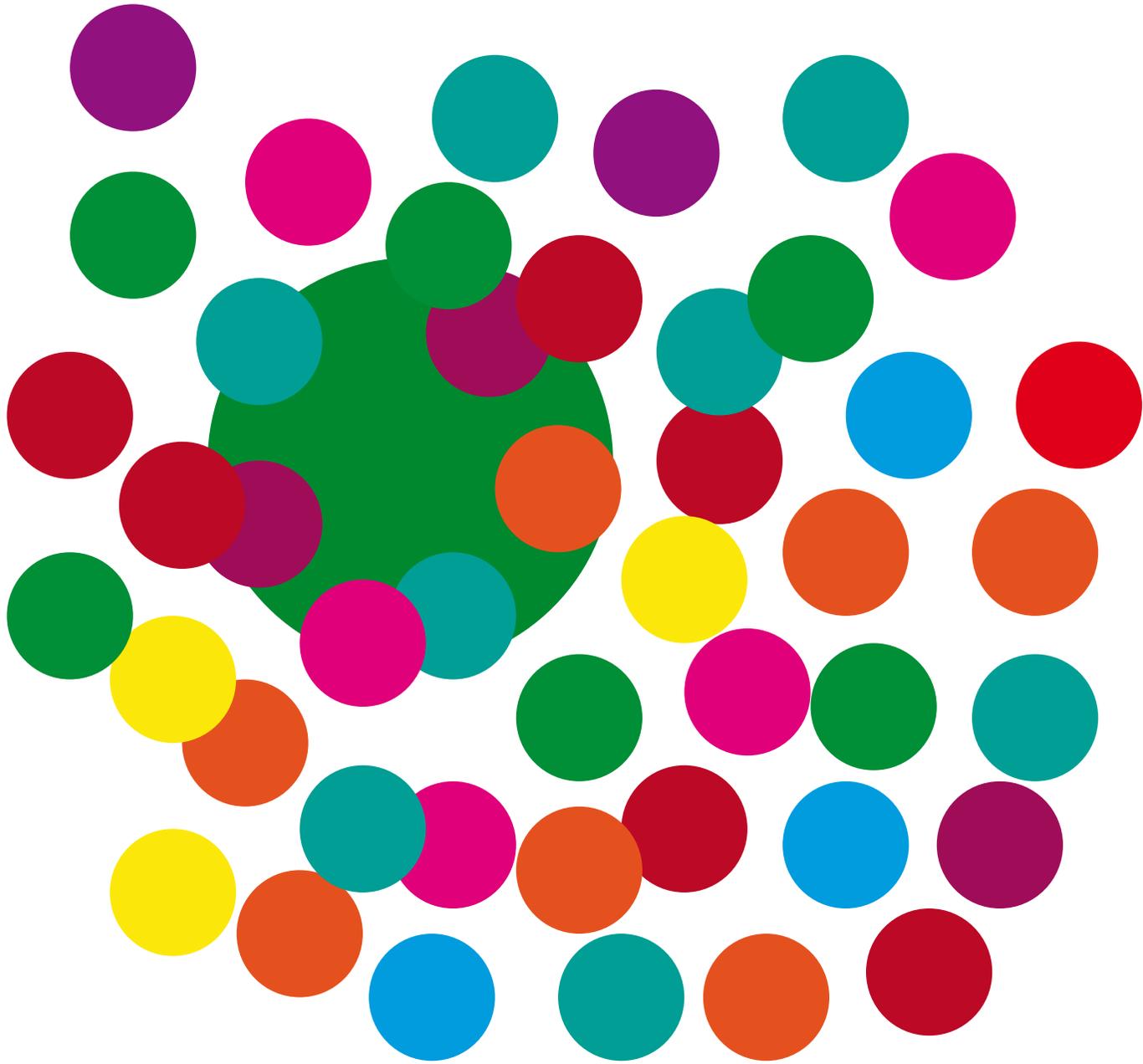


















## Señal y ruido

### **Vivimos en un mundo de ruido**

Hay un tope a lo que podemos gritar. Pero con la imagen, se puede gritar usando el silencio, porque el silencio visual es más potente cuanto mayor es el ruido que lo rodea.



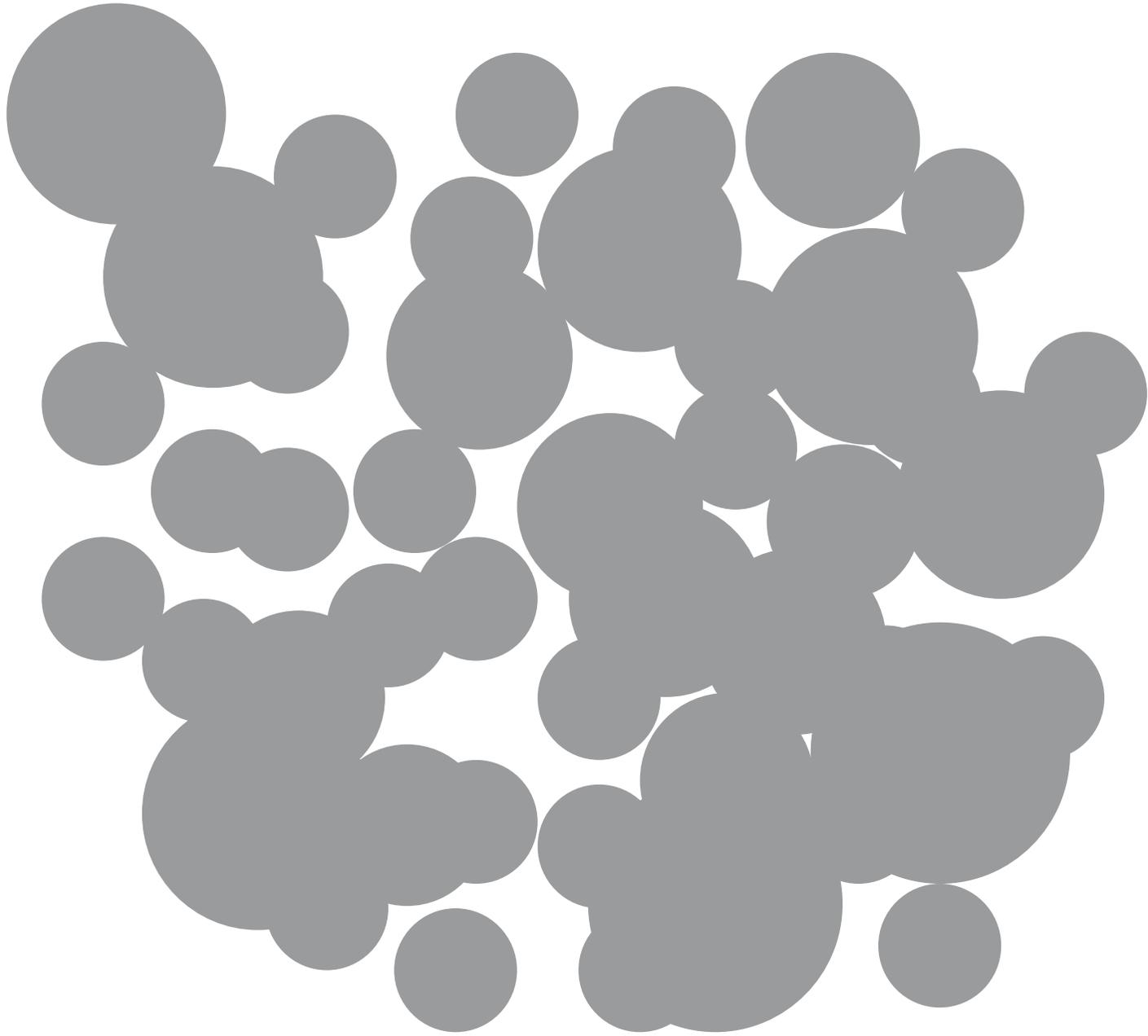
Significar algo

La mitad del diseño consiste en hacer las preguntas adecuadas.

Muchas.

Desde el principio.

**Y es un trabajo sin fin, porque no hay una sola respuesta, y ésta nunca deja de cambiar.**



Dirige la mirada

**Todo es ruido salvo que nuestro cerebro decida lo contrario**

Nuestro cerebro decide a qué prestar atención. ¿Y dónde decide ponerla? Donde sea que haya algo interesante.

A C F E I U Q M L S D P H B R  
X R E K Y I Z Y E M F O A S J  
N V P W Q U R O Y N Z P Ñ K  
H Y O E F Y J A X W M M M P I  
J V O S D R H C G D U W S N  
B K O Q L A P D R U P A L H C  
K S I W E Y U 8 S I T R O B V  
G L A P Q O T I W U E L D E I  
B V O I T U R E U S Q P L A O

Dirige la mirada

**Supongo que todos lo habéis visto:**

Había un número entre todas esas letras.

También había una letra que se repetía tres veces seguidas.

Dirige la mirada

**Sin embargo, eso no fue lo primero que vísteis.**

La palabra y la imagen pueden dirigir la atención. No dejéis que el espectador decida cómo y en qué orden leer vuestro mensaje. Dirigidle en la dirección correcta. La vuestra.

Ahora, cerrad los ojos.



*Lo siento, mamá, pero no quiero ser como tú.*

Lo siento, mamá,  
pero no quiero  
ser como tú.



Dirige la mirada

## **Podemos guiar la mirada.**

Mediante los tamaños y las relaciones entre los objetos, podemos decirle al visitante qué es lo importante y qué es accesorio. Qué queremos que mire primero, qué queremos que mire después.



Geishas entre nosotros

# Geishas entre nosotros

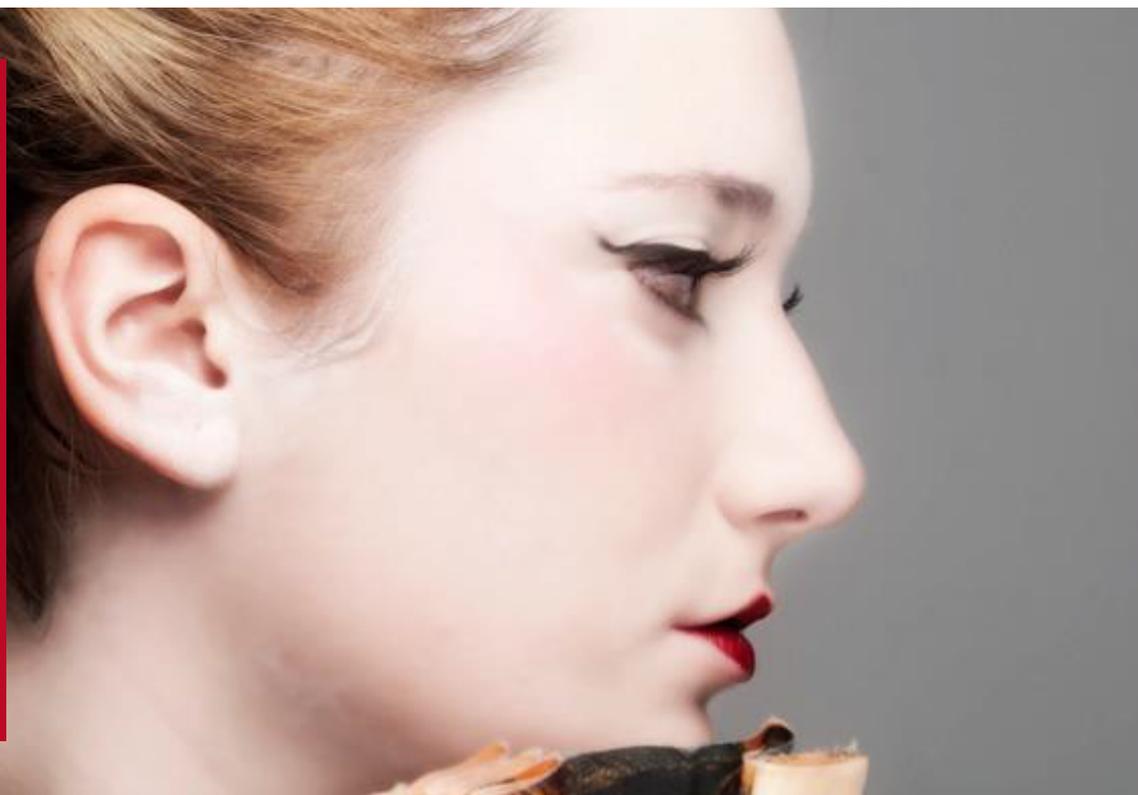
La invasión silenciosa.





# Geishas entre nosotros

# Geishas entre nosotros



Significar algo

La mitad del diseño consiste en hacer las preguntas adecuadas.

Muchas.

Desde el principio.

Significar algo

...y es un trabajo sin fin, porque no hay una sola respuesta, y ésta nunca deja de cambiar.

**Las cosas que antes significaban algo, ya no significan nada.**

Somos una empresa líder...

Somos una empresa líder...

Somos una empresa líder...

Somos una empresa líder...

*Somos una empresa líder...*

Somos una empresa líder...

Somos una empresa líder.

Somos una empresa líder...

Ser intelectualmente honesto

**No es bueno ni malo, y además no importa.**

Lo que importa es si el receptor de nuestro mensaje entiende lo que le decimos, si lo recuerda. Incluso si le gusta, si es que necesitamos que le guste. Tal vez no queramos eso. Tal vez queramos que se cuestione cosas. O que se sienta incómodo y reaccione de alguna manera.

Ser intelectualmente honesto

**Y no hace falta ser diseñador para darse cuenta.**

Lo que hace falta, en el fondo, es ser honesto con uno mismo. Estar dispuesto a reconocer que has trabajado duro y que aún así el resultado es una mierda y tienes que tirarlo todo y empezar de nuevo.

**En realidad, eso es mucho más duro.**

**Espero que os haya gustado la conferencia.**

No sé si lo he conseguido.

He intentado hacer una presentación sin colores chillones, sin animaciones, sin efectos de Powerpoint y sin cliparts.

Pero si lo hubiera hecho...

¿Creéis que la conferencia  
habría mejorado en algo?

Muchas gracias