

Lenguajes, guías de estilo, herramientas y diseño en Internet

Pere Freixa i Font

Licenciado en Bellas Artes y profesor asociado en Comunicación Audiovisual en la Universitat Pompeu Fabra. Codirector del Postgrado en Herramientas e Ideas para la Interactividad en Internet del IDEC.

Resumen

El diseño en Internet, tanto a nivel de webs como de documentos finales, está suponiendo un nuevo espacio creativo para muchos profesionales. El diseño de productos en la red, sin embargo, requiere métodos y conocimientos que, en algunos aspectos, difieren de las formas de trabajo habituales. La necesidad –o no– de conocer los lenguajes de programación, la especificidad de las guías de estilo o guías técnicas y el rol que juegan las herramientas se convierten en campo de batalla de profesionales, equipos de trabajo y sector industrial.

Palabras clave:

Diseño interactivo, diseño de webs, diseño en Internet, metodología del diseño interactivo, HCI, lenguajes en la web, lenguajes HTML.

Introducción

Hace pocos días apareció en la sección de Negocios del diario *El País* una oferta laboral bastante representativa del montón de anuncios similares que se pueden encontrar en las páginas dominicales de toda la prensa. Resumiéndolo y quitando el nombre del anunciante, el anuncio decía aproximadamente lo siguiente:

«A causa de nuestro gran crecimiento como fabricantes de contenidos, necesitamos un responsable de proyectos de diseño e interfaz para la sede de Madrid. Trabaja en equipo con el departamento de contenidos y programadores y se responsabilizará de diseñar la interfaz de los usuarios, la integración de contenidos y de desarrollar la navegabilidad de sus webs. Pensamos en una persona creativa, con una experiencia mínima de dos años y con un conocimiento perfecto de HTML y de XML.»

El sector necesita responsables de diseño que, nos especifica, son los responsables de definir cómo y de qué manera los usuarios pueden acceder a los conteni-

dos, qué interfaces (básicamente gráficas y textuales) se encontrarán y de qué manera podrán utilizar todo el sistema. La definición del trabajo no debería sorprender a ningún diseñador con un mínimo de experiencia en el mundo editorial o en las artes gráficas, acostumbrado a definir qué portada, contraportada, compaginación o tipografía se encontrará el usuario de un libro (o contenido), o cómo será la portada y el libreto de un disco o de un vídeo (o contenido multimedia). Lo que asusta seguramente es el conocimiento perfecto de HTML y de XML. En otros anuncios más breves, esta lista puede ampliarse con conocimientos perfectos de programas como Flash 4.0, Photoshop 5.5 y Image Ready 2.0, DreamWeaver 3.0, Shockwave y Director 7.0 o VRML, CCS y DHTML y un posible etcétera que incorpore programas específicos de tratamiento de audio, vídeo, lenguajes de control de bases de datos o sistemas de retorno de información de los usuarios.

¿Es posible que el diseño en Internet sea, según las empresas del sector, el uso de diferentes programas informáticos relacionados con los campos tradicionales de los medios de comunicación: animación, fotografía, vídeo, diseño gráfico, imagen infográfica? ¿O quizá el conocimiento y el uso de lenguajes de programación con HTML, XML, DHTML? Si el responsable de diseño de la empresa anunciadora debe trabajar formando equipo con los departamentos de contenidos y de programación, ¿por qué se solicita que él sea también un perfecto conocedor de los lenguajes informáticos? ¿Acaso la misma empresa solicitaría a los candidatos que se incorporasen como informáticos que tuviesen un amplio conocimiento de tipografía, metodología del diseño o que supieran alguna cosa sobre la teoría del color o retórica de la imagen?

Más allá de las posibles confusiones o indefiniciones del sector, más allá de la sospecha que a menudo, más que querer una persona capacitada para asumir la conceptualización y realización de un proyecto, se busca un maquetador o un técnico montador especializado en una herramienta –aunque el perfil del puesto de trabajo se disfrace de diseñador gráfico–, más allá de las idas y venidas del sector, se puede tener una ligera sospecha de que este espacio o medio que conocemos como Internet tiene, o puede ser que tenga, características propias que están redibujando la tarea de diseñar, tanto si se trata de un proyecto global de comunicación de un web corporativo, como de un pequeño producto que se transmita y se cree para ser visto en la red. Posiblemente, la herramienta del dise-

ño en el campo de la comunicación a través de las redes informáticas responda a características nuevas que nos pidan nuevas estrategias y métodos de trabajo.

Lenguajes, sistemas y protocolos

Quizá para entender qué conjunto de tareas se están englobando bajo el término *diseño* en el entorno de la comunicación interactiva habría que recuperar lo que Gene Yongblood denomina *metadiseño*. en los entornos informáticos, es decir, el resultado del esfuerzo de idear y definir el contexto a través del cual se podrán crear productos interactivos con contenido. Este *metadiseño*¹ comprende desde las características y el diseño de placas base, microchips o tubos de rayos catódicos hasta los teclados, el diseño de ratones de uno, dos o tres botones o, finalmente, el aspecto visual, los colores, el lenguaje y las representaciones gráficas que se utilizan a través de la pantalla para que los usuarios puedan comunicarse con el ordenador o con otros ordenadores a través de la red.

A este esfuerzo que va desde la arquitectura de las máquinas por parte de ingenieros informáticos, hasta la comunicación con los usuarios, por parte de los especialistas de diferentes procedencia que forman el colectivo de los HCI (Human Computer Interaction), hay que añadir, con Internet, todo el conjunto de nuevos protocolos, códigos y condiciones que marcan las características finales que debe cumplir cualquier producto para meterse en la red, ser un web o ser un documento que se pueda abrir desde un navegador.

El metadiseño marca qué actividades son posibles en un entorno y su grado de modularidad, e intenta, en principio, no determinar cómo serán éstas. Este primer nivel de diseño, pues, se centra en la conceptualización, la definición y la realización de los códigos y las herramientas que han de posibilitar la realización de proyectos.

La constatación directa de este contexto, tanto en una determinada apariencia gráfica como en la determinación de las pautas de producto, se evidencia con tan solo abrir un documento web desde un navegador cualquiera. Al contenido al que hayan accedido, como pueda ser un formulario de Hacienda, la sede del Ayuntamiento o un museo de juguetes, se sumarán toda una serie de informaciones y contenidos situaciones inimaginables en cualquier otro entorno comunicativo: barras de navegación, textos, simulaciones de boto-

nes en relieve, iconos y pictogramas, logotipos que se mueven y relojes digitales. Todo ello constituye una información que envuelve el contenido que hemos buscado, que denota la presencia de diseños previos, decisiones tecnológicas y contextos comerciales.

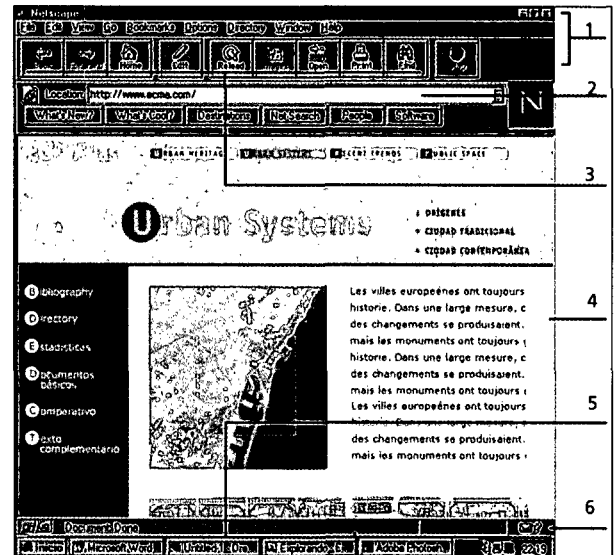


Figura 1. Un documento de Internet abierto desde el navegador Netscape sin modificar ninguna opción ni del navegador ni del sistema operativo. Se mantienen presentes en la pantalla informaciones propias del sistema operativo en forma de representaciones visuales, tanto de funcionalidades como de estructuración de la información.

1. Características y funcionalidades de Netscape, ordenadas y representadas según los códigos y principios del sistema operativo de Windows.
2. Información situacional de la red: localización, nombre y tipo de servidor. Nombre y tipo de documento final.
3. Pictogramas propios del diseño de Netscape, independientes del sistema operativo que se utilice.
4. Contenido con diseño, estructuración y codificación propia. Sigue las pautas marcadas por los códigos de los lenguajes HTML, propios de Internet.
5. Informaciones del sistema operativo de Windows: hora, accesos directos, programas activados, utilidades activadas, etc. Los colores, los espaciados, la tipografía y los códigos visuales son propios del diseño de Windows, aunque el usuario pueda variar algún parámetro.
6. Información del navegador sobre el estado del documento buscado: velocidad de transferencia, estado de conexión con el servidor, documento cargado, etc.

¹ Entrevista de Peter Broderick a Gene Youngblood, *Millenium Film Journal*, otoño/invierno (1986-1987). Define *metadiseño* como «la creación de contexto sin contenido, como especificación y límite de los posibles contenidos que se pueden meter en aquel contexto». También de Yongblood: «Cinema and the Code». *Computer Art in Context*, Leonardo, ISAST, Pergamon Press, pp. 27-30.

Cuando en el año 1994 se define el WWW, se asumen los sistemas operativos existentes, Windows, Macintosh, Unix, etc., se asumen las formas de diálogo con el ordenador –teclado, ratón para utilizar herramientas o dar respuestas al sistema, monitor como retorno visual, documentos de textos como formato básico de contenido–, a partir de los cuales se establecerán las bases de un lenguaje común para poder transmitir información entre ordenadores, se utilizase el sistema operativo que se utilizase.

Es una propuesta de mínimos, muy ambiciosa: aprovechar todo lo que ya existe, quedarse con aquello común que todo el mundo puede ofrecer y elaborar las normas básicas, códigos, que permitan la máxima operatividad entre sistemas. Nace el sistema de protocolos de conexión entre ordenadores y servidores y nace también el lenguaje HTML, que no es otra cosa que un conjunto de marcas, anclajes o *tags* que se asocian a documentos de textos realizados con un procesador de textos y que se envían mediante programas y utilizados de un ordenador a otro a través de la red telefónica.

Así pues, aunque conceptualmente se basan en las mismas tecnologías y en los principios herederos de las teorías propias del campo de la HCI, de la interacción de las personas con y a través de las máquinas y los programas, Internet marca un punto y a parte² en la tradición de los productos interactivos desarrollados hasta ahora sobre disco duro o estampados en CD-ROM. La tecnología adoptada de transmisión, la red telefónica, permite una velocidad de transferencia irrisoria –2, 3 hasta 7 k/s con módems estándar–, con respecto a la que se podía obtener en 1994 desde un CD-ROM de, por ejemplo, doble o cuádruple velocidad –300/600 k/s–, casi ridícula con respecto a un disco duro.

Esta limitación técnica se asocia a la decisión, y al mismo tiempo la determina, de adoptar la página de texto como unidad mínima de contenido propia de la red en detrimento del concepto de nodo o espacio pantalla con unidades básicas de contenido multimedia.

En este espacio de texto, con grandes restricciones cualitativas, se pueden introducir imágenes de poca calidad, muy comprimidas, así como otros ficheros de contenido audiovisual. Además, Internet se basa en la comunicación entre usuarios que se transmiten sus propios contenidos o los dejan en un servidor para que cualquier usuario puede acceder a ellos, a diferencia de los productos *off-line*, que mantienen la estructura de comunicación unidireccional propia de los medios tradicionales, en los cuales los autores crean un contenido que

una productora/editorial estampa sobre un soporte que se reproduce en una tirada y se vende individualmente.

Las guías de estilo: definición de un contexto, definición de un espacio creativo

Desde esta primera red del año 1994 hasta la actualidad, Internet ha cambiado mucho, tanto por su implantación en el mercado y la creación de nuevos perfiles de usuarios, como por la mejora de las posibilidades de desarrollo de proyectos y productos. Por la mejora de velocidad y capacidad de transferencia, por la mejora de herramientas y lenguajes que permiten un mayor espacio creativo o de autoría. Una referencia válida, desligada de fabricantes y productos, para seguir las pautas de la evolución del medio con respecto a las especificaciones y las posibilidades técnicas son las recomendaciones que, puntualmente, publica el W3C, World Wide Web Consortium,³ fundado por Tim Berners-Lee desde el MIT, en colaboración con el CERN, el apoyo de la Comisión Europea y un conjunto de unas cuatrocientas instituciones mundiales más. Estas recomendaciones o especificaciones técnicas intentan marcar una pauta común, tanto en el desarrollo de protocolos de comunicación, como de especificaciones de lenguaje que puedan ser asumibles para todos los fabricantes implicados en las tecnologías de las comunicaciones por red.

² Esta bifurcación entre las producciones de interactivos *off-line* con respecto a interactivo *on-line* es considerada a menudo, desde las productoras, editoriales y diseñadores de multimedia, como un paso atrás al recuperar explícitamente conceptos vinculados al mundo de la edición textual en detrimento del espacio audiovisual (y las retóricas) ganado en los últimos años por el sector. Las posibilidades de multimedia de Internet en el año 1994 son parecidas a las que se podían tener en los años ochenta en *off-line*. A las limitaciones de recursos tecnológicos se deben sumar las dudas y reticencias que ha mantenido el sector editorial con respecto a la producción en la red por su imposibilidad de rentabilizar, a corto plazo, los productos.

³ W3C <<http://www.w3.org/consortium>>. A partir de esta dirección principal se puede acceder a la mayoría de recomendaciones, informes previos de los diferentes equipos de trabajo e información sobre las organizaciones, principios y estructuras de trabajo del consorcio. «La W3C fue creada [...] desarrollando protocolos comunes que fomentan su evolución (de Internet) y aseguran su interoperabilidad». A pesar de su voluntad internacionalista y de ser referencia, igual que la ONU, el W3C tiene un espacio de actuación a menudo más testimonial que efectivo ante los grandes monstruos corporativos de las empresas del sector.

En el campo específico del diseño, estas recomendaciones marcan los parámetros susceptibles de ser modificados por el usuario con respecto al establecimiento de un formato y la estructuración de los contenidos propios. El conjunto de principios definidos, en el ámbito de la programación informática en el lenguaje HTML y sus variantes posteriores, que afectan al diseño de aspectos visuales, la organización, la estructuración y la realización de los contenidos, se agrupan creando lo que se denominan guías de estilo de diseño en Internet.

Estas guías de estilo definen, en cierto modo, las construcciones sintácticas que se podrán producir en cada lenguaje de programación. El anunciante que solicita un conocimiento perfecto de HTML o XML está pidiendo que el diseñador conozca la lengua que servirá para construir sus proyectos.

Bert Bos, responsable del equipo de diseño del W3C, define como pautas de diseño del consorcio, por encima de otras consideraciones, la facilidad de uso, la eficiencia, la facilidad de mantenimiento, la conectabilidad, la accesibilidad, la simplicidad y la economía de recursos.⁴ Esto se ha traducido, por ejemplo, regresando al mundo real, en el hecho de no considerar el valor tipográfico un factor fundamental de la comunicación de un texto. Si en una pauta de diseño se marca, por ejemplo, que el texto es una Garamond itálica, cuerpo 14 con un interlineado normal y justificación a la izquierda, cuando estas especificaciones se pasen al código HTML, el programa las traducirá a su lenguaje propio: asegurará que el contenido del texto sea legible por cualquier ordenador que disponga de un navegador; la características asociada al texto Garamond itálica 14 solamente será reconocible para aquel que disponga de la misma fuente en su ordenador. Quien no disponga de la fuente instalada, leerá el texto con una fuente parecida con un cuerpo similar, seguramente una Times New Roman o una serifa propia del sistema operativo. El cuerpo de letra se habrá traducido a un cuerpo 1, 2, 3 o 4, en una escala propia de HTML. La justificación a la izquierda se mantendrá, pero si no se marcan pautas más específicas, el ancho del párrafo, así como la longitud y la compaginación con el resto de elementos de la pantalla se podrán modificar.

En cambio, el texto se habrá podido visualizar desde cualquier ordenador del mundo que esté conectado a la red, y el tiempo y el volumen de información transferidos a través de los teléfonos habrán sido mínimos.

Las versiones actuales de los lenguajes HTML, la programación en lenguaje JAVA, DHTML, XML,

VRML, etc. posibilitan la ampliación de los parámetros susceptibles de ser diseñados y más control de estructuración y la forma del contenido, pero aumentan también la pérdida de segmentos de usuarios –todos aquellos que no han actualizado sus programas de navegación o que disponen de equipos que, con respecto a la maquinaria, no responden a las necesidades de estos avances–, suponen un aumento importante de la cantidad de información que se transmite por la red, que se almacena y se procesa y, finalmente, disparan el coste de producción.

El anunciante del diario *El País* del otro domingo buscaba, seguramente, una persona que desde el diseño, fuese capaz de discernir, entre el enredo de posibilidades que ofrece actualmente la red, la combinación que aporte un mejor equilibrio entre todas las fichas en juego, creativamente, pero con criterio.

Las guías de estilo: *Carmencita o la buena cocinera*

Durante muchos años, las familias de este país se podían dividir en dos grandes grupos: los que habían recibido de sus padres el recetario *Sabores* y los discípulos de *Carmencita o la buena cocinera*. De hecho, los dos libros no diferían demasiado: los dos incorporaron sin ruido los cubos Maggi, la margarina y los congelados. Los dos son buenos compendios de la cocina tradicional y tienen un porcentaje alto de sentido común y de economía doméstica. Del pan seco se hacen sopas; del pollo sobrante, croquetas y los días de fiesta, canelones o carne de olla. Internet tiene alguna cosa que recuerda ligeramente el olor del *Sabores* y el *Carmencita...* y seguramente es este aspecto de andar por casa, de contenido sin acabar del todo, que se adapta al ordenador de cada uno, pero que nunca acabas de estar seguro de estar percibiéndolo como tocaría.

La misma página varía de un día a otro, se modifica, se actualiza sin que conste en ninguna parte cuánto tiempo permanecerá así, quién la ha modificado o si puede desaparecer al cabo de pocas horas. Escon-

⁴ Bos, Bert (2000). «What is a good standard? An essay on W3C's design principles», septiembre 2000. En: <<http://www.w3.org/consortium>>. Estos principios, por otra parte, son herederos de los que, unos años atrás, Xerox, Macintosh y compañía marcaron en el diseño de cualquier entorno interactivo.

dido bajo la única información de una dirección, podemos estar accediendo a la Biblioteca Nacional del Congreso de los Estados Unidos o a la página personal de un empleado de la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos que nos explica su pasión por los gatos urbanos o la música de salsa.

A diferencia de cualquier otro medio de comunicación, incluyendo los mismos interactivos *off-line*, la comunicación a través de la red permite el acceso a la publicación con costes muy reducidos, de una gran parte de la población como no había ocurrido hasta el momento. Y todo este material publicado, todos estos textos, fotografías, dietarios o dibujos pueden ser compaginados, tratados visualmente, diseñados gráficamente por parte de sus creadores. A partir de las guías técnicas publicadas por los especialistas de la programación o del diseño, con las descripciones de las capacidades de cada lenguaje han aparecido un conjunto de guías de estilo para el diseño de webs completas o de documentos web que tienen el regusto de *Carmencita*.

El origen lo podemos encontrar en publicaciones con voluntad de ser serias, en versiones electrónicas de libros de estilo en grandes corporaciones o empresas que, por su calidad o importancia, han marcado una cierta pausa o referencia. Es el caso, por ejemplo, de la clásica guía de estilo de Macintosh,⁵ o de la Universidad de Yale o incluso de la NASA.

Yale C/AIM Web Style Guide⁶

El Center for Advanced Instructional Media de la Universidad de Yale publica en su sitio en Internet, desde 1996, el libro de estilo que han desarrollado en forma de recomendaciones para el diseño de sitios en Internet. Es interesante constatar la confluencia de diferentes fuentes o tradiciones: la edición de texto y el campo de la publicación tradicional, las herencias del HCI, definitivas de los principios de interacción y diálogo con el usuario y la adaptación a las capacidades técnicas del lenguaje HTML y variantes. Propuesta una cierta metodología en la planificación de un proyecto de sitio en la red definida en los puntos siguientes:

Tabla 1

-
- Previos
 - Propósitos del sitio
 - Estrategias de diseño interactivo
-

-
- Diseño de interfaz
 - Diseño de interfaz básico para la web
 - Criterios de acceso a la información
 - Navegación y criterios de anclajes o *links*
 - Diseño del sitio
 - Estructura del sitio
 - Elementos propios del sitio
 - Diseño de páginas
 - Diseño gráfico
 - Composición de páginas y menús
 - Diseño de matrices
 - Cabeceras y pies de página
 - Tipografía
 - Caracterización de tablas, medida de páginas
 - Características para la optimización de los diferentes sistemas operativos
 - Estilo editorial
 - Frames (ventanas)
 - Hojas de estilo
 - Caracterización de los gráficos en la web
 - Colores básicos
 - Formatos gráficos, GIF, JPEG, compresión, entrelazados
 - Optimización de gráficos
 - Sumarios, formatos de los ficheros
 - Uso de fuentes
 - Caracterización multimedia en la web
 - Diseño de elementos audiovisuales
 - Vídeo y audio digital
 - Animaciones e interactividades
-

Los aspectos previos, el diseño de interfaz y el diseño del sitio, plantean la necesidad de adecuación de nuestro proyecto en el entorno interactivo, entendiéndose en un sentido amplio: desde la estructuración de contenidos a la valoración de los públicos multiculturales propios de la red o a la necesidad de determinar la caracterización técnica del proyecto. El diseño de páginas, caracterización de gráficos y caracterización de multimedia, enlazan con los conceptos tradicionales de compaginación y edición de texto, adaptándose a las limitaciones del medio.

⁵ Versión electrónica actualizada en la web de su ya clásica *Macintosh Human Interface Guidelines*, Apple Computer Inc., Addison-Wesley Publishing, Reading, MA. 1992. En: <<http://developer.apple.com/rechpubs/mac/HIGuidelines/HIGuidelines2.html>>.

⁶ *Yale Web Style Manual*. En: <<http://info.med.yale.edu/caim/manual/contents.html>>. Creado por P. J. Link y S. Horton. La versión en libro: *Web Style Guide, Basic Design Principles for Creating Web Sites*, Yale University Press, 1999.

Más allá de la posible utilidad práctica de este manual de estilo, más allá de la posible utilidad de cualquier manual de estilo fuera del contexto para el cual ha sido creado, es interesante constatar la aceptación de los principios definitorios del HTML como válidos bastantes años más tarde: cualquier proyecto de sitio en la red se estructura a partir de documentos finales textuales; los medios audiovisuales son anexos gráficos y sonoros que complementan las informaciones textuales y que se definen por su peso (medida en función de los bites de información que ocupa el fichero) y por las condiciones específicas técnicas que requieren: una imagen JPG la verá cualquier ordenador, aunque uno de baja cualidad no podrá modificar sus colores. Un GIF tiene una cantidad limitada de colores, pero se pueden precisar con alto grado de exactitud. Un vídeo requerirá que el usuario incorpore un programa complementario en su ordenador, igual que un fichero de sonido, una animación hecha con Flash o Shockwave. En cambio, si la animación no tiene sonido y está creada como GIF animado, no se requerirá del usuario ningún *software* adicional.

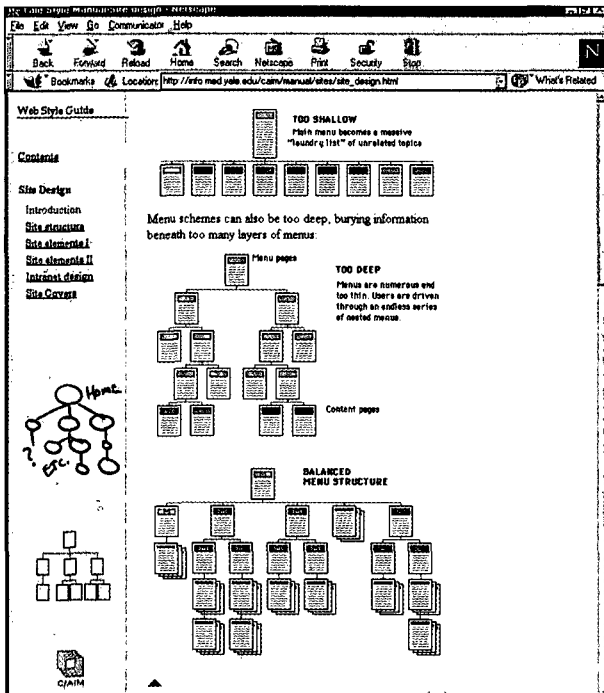


Figura 2. Captura de pantalla del manual de estilo elaborado por los expertos de Yale. Se plantea la estructuración en diagrama de un sitio o interactivo complejo a la manera de los manuales de diseño de interactivos del HCI.

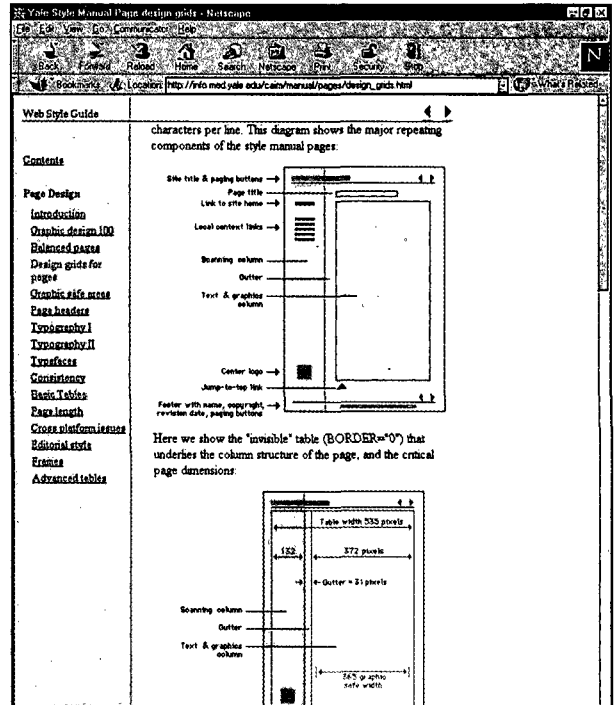


Figura 3. Captura de pantalla del manual de estilo elaborado por los expertos de Yale. Se marcan las pautas de compaginación de cada una de las páginas del sitio web.

Uno de los problemas adicionales que presenta este entorno –o probablemente incluso una de las grandes virtudes– es la escasa durabilidad de cualquier principio o receta que se desee marcar. Así pues, cada tres o cuatro meses se presentan aspectos tecnológicos que deben ser revisados, nuevas pautas o variaciones de los códigos de programación, variaciones en los formatos y protocolos de transferencia que hacen que sea posible reconsiderar el proyecto y, si se juzga necesario, comenzar de nuevo.

Con una voluntad menos estructurada y académica, y aceptando la condición de recetario de cocina, existe una gran cantidad de guías de estilo publicadas –que pueden ser encontradas tanto en papel como directamente en sitios web– que pretenden aportar fórmulas magistrales para cualquier tipo de situación que se nos pueda presentar. Esto se puede comprobar haciendo una búsqueda desde Yahoo o Altavista como ésta: *web, style, guide, design*.

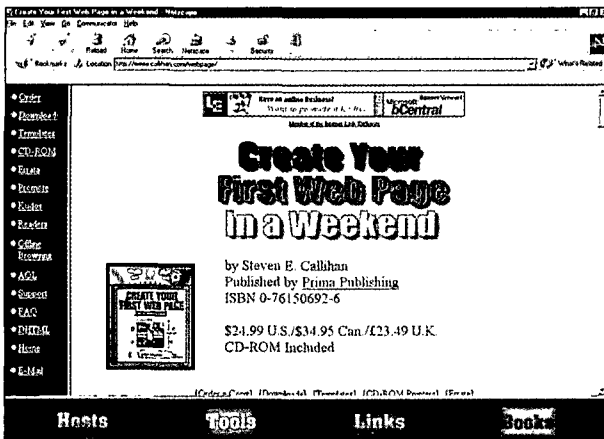


Figura 4. Página principal de un web que nos invita a crear documentos para la red en un fin de semana. Su contenido se ha publicado también en papel. <<http://www.callihan.com/webpage>>.

Herramientas o *software* para diseñar contenidos para Internet

Si el contenido de Internet es sobre todo textual, los programas propios de Internet deberían ser procesadores de textos. Programas que incorporen los enlaces visibles del HTML al texto que se verá en la pantalla. De hecho, una buena parte de los programadores informáticos continúan trabajando así, asignando propiedades al texto y dando las órdenes de programación, ya sean de HTML, JAVA o XML.

Para la mayoría de los mortales no programadores, el trabajo directo sobre el programa es bastante pesado y críptico, requiere un alto aprendizaje de los lenguajes de programación y de su uso. Las empresas de *software* han desarrollado herramientas que permiten construir documentos en HTML escondiendo el código, presentando en la pantalla solamente aquello que el usuario visualizará. Un buen ejemplo de estos programas es Macromedia DreamWeaver,⁷ donde el control de la calidad final de las pantallas se puede realizar sin saber prácticamente nada sobre lenguajes de programación.

El programa que genera el código de programación, en este caso el Dream Weaver, se convierte en la herramienta básica de trabajo para crear sitios y contenidos para la red. En su uso más directo –organizar pantallas, establecer códigos de color, distribuir espacialmente los contenidos, etc.–, se convierte en una buena herramienta de maquetación y de creación de prototipos. Sin embargo, hay que sumarle un paquete

de importantes de otras herramientas en función de la complejidad del proyecto que se quiera realizar: un programa de tratamiento de imagen fotográfica, otro de imagen gráfica, herramientas para tratar, crear y guardar sonidos o programas y utilidades para realizar animaciones y vídeos.

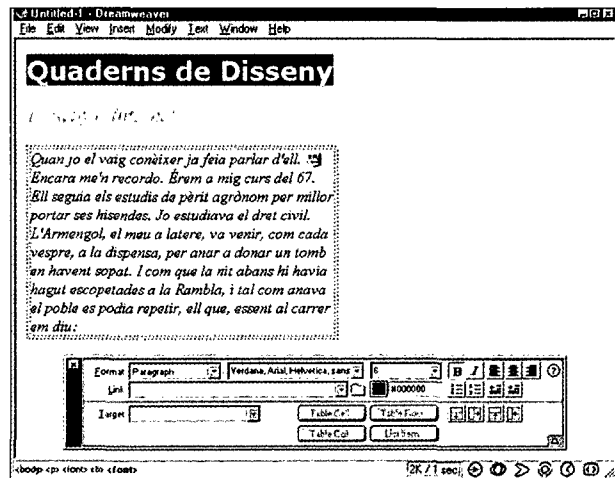


Figura 5. Creación de un documento con DreamWeaver. Las características de texto del título, las cursivas, el color de fondo y el ancho del margen se marcan desde el menú visual que aparece en la pantalla. Las opciones que permite el menú corresponden a las pautas que marca el lenguaje HTML: un texto puede tener una jerarquía de fuentes asignadas (Verdana, Arial, Helvética, Sans-serif), un valor de cuerpo (1, 2, 3, 4, 5, 6), un color (#000000, que quiere decir negro), ser normal, negrita o cursiva.

La tentación de confundir el diseño con el conocimiento y el uso de estas herramientas se convierte en un hábito enraizado en muchas empresas y profesionales del sector. El aprendizaje de lo que se puede hacer con DreamWeaver más la lectura rápida de algún recetario de diseño aplicado están definiendo la apariencia visual de la mayoría de páginas que se pueden encontrar en la red. Y de hecho, la mayoría de anuncios que aparecen en los diarios ofreciendo trabajo de diseñador de web responden bastante a este modelo. Nos aparece así el listado completo de programas de modo dentro del sector: DreamWeaver, Flash, Shockware, Photoshop, Illustrator, Premiere, etc.

⁷ ¿Se puede llamar un programa «tejedor de sueños»? Así es. Dirección electrónica de Macromedia <<http://www.macromedia.com>>. En estos momentos es seguramente la herramienta de creación de documentos HTML mejor considerada por el sector.

```

<html>
<head>
<title>Untitled Document</title>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=iso-8859-1">
</head>
<body bgcolor="#FFCC99">
<p><font face="Verdana, Arial, Helvetica, sans-serif" size="6"><b><font color="#000000">Quaterns
de Disseny</font></b></font></p>
<p><font face="Times New Roman, Times, serif"><i><font size="5" color="#FF9900">Disseny
a Internet</font></i></font></p>
<table width="323">
<tr>
<td><i><font size="4">Quan jo el vaig conèixer ja feia parlar d'ell.
<br>
Encara me'n recordo. <font color="#FF9900">Ella venia a mig curs del 67. Ell seguia els estudis
de <font color="#FF9900">arquitectura per millor portar ses hisendes. Jo estudiava
el dret civil. L'Armenol, el meu a l'entorn, ve venir, com cada vespre, a
la dispensa, per anar a donar un tomb en l'horari <font color="#FF9900">esportiu. I com que ja m'ho
abans hi havia hagut <font color="#FF9900">accidents a la Rambla, i tal com amava el poble es
podia repetir, ell que, essent al carrer en dia:</font></i></td>
</tr>
</table>
</body>
</html>

```

Figura 6. En funció de lo que se modificaba en la pantalla el programa ha generado todo el código HTML de forma automatizada. El texto en negro es el contenido del documento, el texto en azul es el código HTML, los anclajes o atributos del documento. Para el título *Quaterns de Disseny*, el programa ha añadido las pautas `<p>` y detrás del texto `</p>`.

La empresa que buscaba un diseñador con conocimiento perfecto de HTML y XML plantea una situación mucho más atractiva del sector: es necesario que el diseñador conozca el lenguaje de sus productos, como un diseñador industrial debe conocer los materiales con los cuales trabaja, pero también es necesario que continúe siendo diseñador y que pueda trabajar formando un equipo con informáticos y especialistas de contenido. En los seis o siete años de WWW, se han desarrollado centenares de herramientas, docenas de variantes de lenguajes y miles de utilidades específicas. Controlar este material, conocer sus especificaciones y escoger el mejor seguramente está bien que continúe siendo parte de la labor de los informáticos, y que la elección final se haga con un diseñador al lado.

Languages, style guides, tools and design on the Internet

Pere Freixa i Font

Graduate in Fine Arts and associate professor of Audiovisual Communication at the Universitat Pompeu Fabra. Co-director of the Postgraduate Course Tools and ideas for interactivity on the Internet at IDEC.

Abstract

Design on the Internet, not only when it comes to websites but also final documents, is opening up a new creative space for many professionals. The design of products on the net, however, requires methods and knowledge that, in some cases, do not coincide with habitual ways of working. The need –or not– of being familiar with programming languages, the specificity of style guides or technical guides and the role that tools play have become a battle field for professionals, work groups and the industrial sector.

Key words

Interactive design, website design, design on the Internet, methodology of interactive design, HCI, website languages, HTML languages.

Introduction

A few days ago, an advertisement for a job vacancy appeared in the Business section of *El País* newspaper, which was a good example of the bulk of this type of advertisements that appear in all of the Sunday newspapers. This is a summary of its contents, after having taken out the name of the company that placed the advertisement, and translated it:

As a result of our great expansion as contents manufacturers, we are looking for a head of design and interfacing projects in our Madrid office. This person will work in a team in the department of contents and programming, and will be responsible for designing interfaces for users, integrating contents and developing the browser network of web sites. This position requires a creative person, with a minimum of two years experience and a perfect knowledge of HTML and XML.

This sector requires head designers who, as the advertisement specifies, will be responsible for defining how and the way in which users will be able to