



Fascículo 2

Diseño web

Cuaderno 2: Cómo planificar y diseñar un sitio web

Planificación de un sitio web

A la hora de desarrollar un proyecto, escribir una monografía o presentar una propuesta ¿quién no se enfrentó a la crisis de la hoja en blanco? Con la planificación de un sitio web puede ocurrir lo mismo: la incertidumbre frente a una labor desconocida podría resultar una experiencia paralizante. Sin embargo, existen algunas **estrategias** para organizar la tarea de diseño, desarrollo e implementación de proyectos web.

Pueden comenzar por escribir las ideas que se les vayan ocurriendo en un borrador: escriban, tachen y vuelvan a escribir. Así, sin ansiedades, irán delineando el proyecto.

Les proponemos pautar un **plan de acción** que ordene las actividades, priorice los objetivos y despeje el horizonte de su tarea como planificadores o planificadoras. Quien diseña un proyecto web no podrá escapar a las preguntas iniciales:

- **¿De qué trata mi sitio web?**
- **¿Cuáles son mis motivaciones?**
- **¿A quiénes va dirigido?**
- **¿Cuál es diseño más apropiado para mi proyecto**
- **¿Cómo se selecciona y organiza la información del sitio?**

El primer interrogante nos sitúa frente a la necesidad de **definir nuestro producto**, objeto, campo de trabajo, misión institucional o consigna.

El segundo interrogante implica identificar los **intereses** que nos motivan a desarrollar un sitio web para compartirlo luego.

El tercer interrogante exige identificar con claridad el **público destinatario**.

El cuarto interrogante requiere investigar cuáles son las **estrategias de diseño y difusión** más apropiadas para desarrollar el sitio y captar usuarios.





El quinto interrogante se refiere a las **características y calidad de los contenidos** que vamos a incluir en el sitio web.

Para comprender con mayor profundidad la implicancia de cada una de estas **fases**, las veremos con detenimiento a continuación.

¿De qué trata mi sitio?

La delimitación de la **temática** o temáticas que abordará el sitio permite al usuario identificar con facilidad no solo los contenidos a los que tendrá acceso sino también qué temas que no estarán incluidos en la página web.

Sabemos que no se puede mostrar todo en un mismo sitio. Hay que aprender a recortar los intereses y reforzar los contenidos en función de nuestros objetivos.

Un sitio web que presenta y desarrolla demasiadas temáticas, algunas incluso sin conexión explícita entre ellas, deja entrever que no hay un trabajo sistemático de organización por parte de quienes desarrollan el contenido; por el contrario, a veces la ambición de agotar todas las posibles categorías y subcategorías de un tema terminan volviendo tedioso el trabajo de lectura y exploración a los usuarios.

Responder esta pregunta inicial no es nada fácil, porque siempre aparece la tentación de llevar nuestras creaciones *un poco más allá*.

Imaginemos que nuestro proyecto es la creación de un **blog informativo** sobre *Técnica y tecnología de la apicultura en la Argentina: ¿sería pertinente hablar de la historia de la especie *Apis mellifera scutellata*, originaria de Tanzania?*

Los objetivos: una guía de trabajo

Reconocer los **motivos** y las **necesidades** que están por detrás de la creación de un sitio web nos facilitará muchas cosas. Principalmente, nos permitirá tener en claro el horizonte de trabajo. Revisemos un poco esta idea:

Ya vimos que lo primero que debemos identificar es nuestro producto, objeto, elemento o temática protagonista del sitio web que vamos a desarrollar. Sabemos que los intereses y causas que nos motivan a crear un sitio pueden ser de lo más diversos, pero siempre van a estar vinculados con el producto o elemento que desarrollamos.

Siguiendo con el ejemplo anterior del blog informativo sobre *Técnica y tecnología de la apicultura en la Argentina*, imaginemos que nuestro objetivo es contactar cooperativas de trabajo y microemprendedores que deseen capacitarse en las técnicas de apicultura. Podríamos preguntarnos:

- ¿Qué canales de comunicación tendrán los interesados para contactarnos?
- ¿Con qué frecuencia se podrán generar entradas significativas en el blog y quién será responsable de hacerlas?



- ¿Qué propuestas concretas –de formación, capacitación virtual, educación a distancia, adquisición de productos, etc.– podemos ofrecer al usuario? ¿Bajo qué costo y modalidad de pago?

La pertinencia del sitio siempre estará tensionada por lo que cada planificador o planificadora persiga con sus acciones en la Web.

Destinatarios

Adolescentes internautas, profesionales emprendedores, trabajadores desempleados, amas de casa innovadoras, aficionados al golf, niñas y niños curiosos, amantes del deporte y el tiempo libre... Los públicos posibles para un sitio en internet son casi infinitos, pero no todos se verán convocados con el mismo interés por la propuesta.

El creador o creadora del sitio debe tener bien identificada la población con la que desea establecer un contacto, sea este de carácter económico, educativo, recreativo, etc.

Al **reconocer las particularidades del usuario destinatario**, el sitio web ajusta su discurso y los recursos aplicados, elaborando y reelaborando las estrategias comunicacionales.

Este permanente reajuste es lo que le permitirá pulir los procesos de contacto, encuentro e interacción.

Imaginemos que el sitio web sobre apicultura se interesa en captar público adulto para vender un curso de capacitación en línea: ¿qué palabras no podrían faltar en un anuncio publicitario? ¿Qué palabras estarían completamente de más?

El diseño: una “decisión decisiva”

Poner en funcionamiento un sitio web requiere la puesta en relación de varios elementos. Ya mencionamos que el punto de partida es la **selección de un tema acotado y bien definido** –sea este comercial, educativo, informativo, etc.–, la **identificación de los intereses** ligados al tema y el **reconocimiento de los usuarios** con quienes deseamos establecer contacto.

Una vez que estos tres componentes están decididos, ya estaremos en condiciones de desarrollar el **diseño del sitio web**.

- **¿Qué información incorporamos?**

Todo tema tiene una historia propia, un recorrido a lo largo del tiempo que lo fue convirtiendo en un asunto de interés. Es importante relevar la información disponible, clasificarla, estudiarla y decidir un criterio de recorte de los datos.

En este punto resulta provechoso contactar a especialistas y a proveedores de contenido, que pueden aportar miradas especializadas y actuales sobre el estado de situación del tema.



Una vez que se tiene un acopio significativo de materiales, se procede a la selección y organización más específica: la **jerarquización de la información**.

■ **¿Cómo priorizamos y agregamos información?**

Para clasificar y agregar información al sitio es importante elegir **criterios** razonables. Es esperable de un sitio web que tenga distintas secciones y subsecciones, donde el usuario acceda a cuerpos de información agrupados por afinidad, especificidad y pertinencia. No existe una forma única de **clasificar** los documentos, pero sí es importante que el usuario pueda decodificar rápidamente el criterio que se aplica al sitio.

■ **¿Cómo estructuramos el sitio?**

La estructura del sitio web es lo que facilita al usuario visualizar la jerarquización de contenidos, recorrer los enlaces sugeridos y transitar por las páginas y secciones, de acuerdo con los sentidos que desea imprimir a su navegación.

■ **¿Qué diseño y estilo gráfico serán más apropiados al tema y los usuarios?**

Sobre gustos, no hay nada escrito, dice el refrán. A la hora de diseñar una página, blog, plataforma u otro servicio en línea, el creador se enfrenta a dilemas complejos:

- ¿Cómo acercar o reconciliar la diversidad de gustos estéticos de miles de potenciales visitantes en un solo sitio web?

Simultáneamente, la preocupación por las características de los contenidos introduce un elemento que complejiza la pregunta anterior:

- ¿Cómo garantizar que los contenidos agregados al sitio web cumplan con las expectativas de los usuarios? ¿Qué ocurre con todo aquello que queda afuera del sitio?

Este delicado equilibrio entre belleza y calidad es lo que preocupa y quita el sueño a más de uno.

Quien planifica un sitio web debe asumir que la belleza del sitio no le garantizará la calidad de contenidos; y por el contrario, un sitio con excelentes materiales sin un formato y diseño adecuados difícilmente resultará atractivo para los usuarios.

Les proponemos que lean a continuación una serie de consejos para no perder de vista, y animarse a planificar su propio sitio en la Web.

Algunos consejos para tener en cuenta en la construcción de un sitio web:

- La pregunta sobre **qué queremos comunicar** debe responderse con claridad, pues la respuesta habla de la identidad del sitio.
- La identificación de los **propósitos** y **objetivos** del sitio permitirá a su creador/a realizar una evaluación sistemática del crecimiento, desarrollo y éxito del sitio.



- Un diseño puede ser fantástico, pero si el contenido es obsoleto el usuario rápidamente abandonará la visita. Si hay que priorizar: **se debe jerarquizar el contenido por sobre el diseño.**
- Todo sitio debe ser **actualizado** con frecuencia, agregando entradas y contenidos de forma sistemática. Esto es algo que los usuarios detectan rápidamente: una página abandonada es como un diario viejo.
- La página web debe ser de **rápida navegación**, fácil de cargar, y mostrar información pertinente al tema.
- Una vez que esté habilitado el sitio, es recomendable comprobar que sea **compatible con varios navegadores**. Este pequeño detalle podría significar miles de usuarios que no pueden acceder a una propuesta web por incapacidad de acceso.
- Para dinamizar la página, reforzar el vínculo con los usuarios y ganar nuevos visitantes, es recomendable crear un **boletín** que informe a los usuarios frecuentes sobre las novedades del sitio: nuevas entradas, secciones, promociones, vínculos con otras instituciones o enlaces de interés, etcétera.

Ejercitando gustos y criterios

Antes de lanzar el formato definitivo de la página, se puede solicitar a alguna persona de confianza o a un colega vinculado al tema de interés, que acceda a la página de prueba y la navegue. Con este ejercicio de testeo se pueden obtener opiniones fidedignas de un posible usuario, que le anticipará las cosas positivas de su propuesta tanto como las que podrían ser ajustadas y revisadas.

Fuentes

- <http://arigara.wikispaces.com/>
- <http://www.desarrolloweb.com/>
- <http://www.gnu.org/>
- <http://www.lawebera.es/>
- <http://www.maestrosdelweb.com/temas/>
- <http://www.manualdedreamweaver.com>
- <http://www.tejedoresdelweb.com/w/Portada>
- www.wikipedia.org



Autora: Julieta Elizabeth Santos
Coordinación editorial: Mara Mobilia