

CAPÍTULO 3

Una vez aclarada la importancia de Internet como nueva herramienta de información y de haber definido las páginas Web comerciales como parte central de esta tesis, es necesario definir las características y funciones de los diseñadores de información, así como señalar la diferencia entre éstos y los diseñadores gráficos y los problemas a los que se enfrentan por ser una “nueva profesión”.

Ya que se haya definido el papel del diseñador de información y sus aptitudes, se pretende recalcar la importancia que tiene la participación de éste en el desarrollo de cualquier proyecto web, en particular de los sitios comerciales, para que este logre los objetivos y beneficios deseados.

¿QUÉ ES EL DISEÑO DE INFORMACIÓN?

¿Qué es el diseño?

Para entender el surgimiento, la función y los porqués de esta nueva profesión, es necesario empezar por sus bases, es decir, por definir qué es el diseño y a partir de qué necesidades nació.

Diseño, como Jorge Frascara (1998) explica, es el proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos con miras a la realización de objetos destinados a producir comunicaciones visuales (p. 19).

El diseño surgió, va dirigido y tiene su razón de ser, en el ser humano, el cual forma parte central y principal del trabajo del diseñador, quien necesita percatarse de cómo puede ayudar a solucionar problemas de la vida cotidiana.

Desde sus inicios, esta profesión ha sido objeto de muchas confusiones y de la falta de valorización en general, muchas veces por culpa de los propios diseñadores, quienes no han sabido demostrar la verdadera importancia que puede tener su labor para la sociedad. Comenzando, porque muchos se olvidan precisamente de que el diseño está hecho para el ser humano y, en lugar de realizar diseños funcionales y que resuelvan sus necesidades, se preocupan más por la estética, por lo “bello”. Esto no quiere decir que la estética esté peleada con la función, pero no debe de ponerse por encima de ésta. La estética debe de ser un elemento más del diseño, no su principal objetivo.

Por esta razón, en ocasiones incluso al

CAPÍTULO 3

diseñador se le ha comparado con un artista, pero esto es un error, ya que existen grandes diferencias, o deberían de existir entre estas dos profesiones. El trabajo de un artista se basa en su experiencia propia y en lo que él quiere transmitirle a los demás, muchas veces es una combinación de sus vivencias, sentimientos e ideas. La obra de un artista es un reflejo de sí mismo, de cómo vive y percibe su entorno.

En cambio, un diseñador es más un traductor un intermediario; es el profesional que se encarga de buscar soluciones a problemas de comunicación. El diseñador está al servicio de la sociedad y, por lo tanto, no debe de dejar huella propia en sus trabajos. Lo importante no es que el trabajo de un diseñador sea reconocido por su estilo, sino porque logra resolver algún problema.

Como explica Yves Zimmermann (1998):

“Nada se interpone entre la información y el usuario de la misma; ningún capricho artístico del diseñador distorsiona su inteligibilidad y usabilidad” (p. 119)

Otra dificultad por la cual ha pasado esta profesión es que el término diseño se ha “vulgarizado” gracias a su uso indiscriminado, ya que, como nos explica Zimmermann, gracias a la influencia de la mass-media durante los 80’s “la

palabra diseño se leía y se oía referida a contextos tan dispares, y a veces tan descabellados, que los propios diseñadores llegaron a preguntarse, quiénes eran y cuál era su identidad” (p. 103).

Se ha llegado a utilizar la palabra para actividades que nada tienen que ver con esta profesión y, por lo tanto, el diseñador a perdido su identidad y la mayoría de las personas no le dan la importancia que tiene.

Es común que escuchemos del diseño de planes de negocios, del diseño de nuevos fármacos, de las personas que diseñan muestras estadísticas o incluso de los maravillosos diseños que se ven en la naturaleza.

Además de todo lo anterior, las personas sólo perciben el trabajo final, es por eso que el nombre de diseño se le da generalmente al producto terminado, a lo que llega a las manos del usuario, olvidándose de todo el proceso que fue necesario para llegar a esa solución.

Es verdad que las nuevas tecnologías han sido y han servido como importantes herramientas para el trabajo de los diseñadores; sin embargo, esto también ha resultado contraproducente, ya que, por ejemplo, con los grandes avances logrados y con todo lo que una computadora le permite hacer a sus usuarios, se ha llegado a la

creencia de que cualquier persona puede diseñar con tan sólo tener una de estas máquinas y el software necesario.

El problema es que, como plantea Yves Zimmermann (1998):

“No hay criterios claros sobre cómo evaluar un diseño o un diseñador mismo, probablemente porque no se acaba de entender lo que realmente es el diseño” (p. 101).

Los objetos de diseño nos rodean por todos lados (carteles, señalamientos, revistas, folletos, páginas web, espectaculares, logotipos, etc.), esto nos hace ver lo amplio que es el campo de trabajo para esta profesión. El problema es que muchas veces estos trabajos no están desarrollados por diseñadores, sino por otras personas, todo por el poco valor que se le da al diseño como profesión.

“Tradicionalmente había dos actividades profesionales relacionadas con el diseño: el diseño gráfico y el diseño industrial” (Zimmermann, 1998, p. 05). La primera profesión relacionada con los objetos bidimensionales y la segunda con los tridimensionales.

Sin embargo, con el tiempo ha cambiado la

forma en que las personas se relacionan con los objetos de diseño y, por lo tanto, han surgido nuevos retos para los diseñadores. Antes eran carteles, folletos, objetos sin movimiento y en los cuales la comunicación iba en un solo sentido. Ahora, mediante las nuevas tecnologías se debe de pensar en la interacción y en la nueva relación que los usuarios tienen con los diseños. La comunicación ya no se da en un sólo sentido, ya no se trata de simplemente dar un mensaje, sino de realizar conversaciones.

Los usuarios son cada vez más participativos y críticos gracias al surgimiento de nuevos medios como la Web, la cual le da la posibilidad de interactuar y no de ser un usuario pasivo, sino participativo. Esto es muy enriquecedor y debe de aprovecharse, ya que, mediante esta retroalimentación, el diseñador tiene más contacto con los usuarios y la posibilidad de servirles de una mejor manera, de verdaderamente satisfacer sus necesidades, de resolver sus problemas.

Con estas nuevas tecnologías han surgido nuevos requerimientos y, por lo mismo, nuevas ramas del diseño, entre las que se encuentra una nueva profesión llamada diseño de información.

¿Qué es el diseño de información?

La habilidad más importante requerida en la siguiente década y en un futuro, será la de crear información y experiencias para otros, y que éstas sean valiosas, significativas y atractivas. Para lograr esto, es necesario establecer y desarrollar formas de organizar y presentar datos e información. (Shedroff, 1999)

A partir de la necesidad de desarrollar estas habilidades surge el diseño de información, que como David Sless (1995) define, se relaciona con hacer todo tipo de información accesible y usable para la gente.

También nos habla de que, como profesión, es relativamente joven, ubicándolo su origen en los años 60, pero como actividad es tan antigua

como la humanidad (Sless, 1995). El ser humano como ser social, desde sus orígenes ha tenido la necesidad de comunicarse con sus semejantes, tanto para convivir como para sobrevivir.

Sin embargo, es en la actualidad, debido al gran auge de medios de comunicación como el Internet, que la cantidad de información que tenemos a la mano nos sobrepasa. Hay tal exceso de información que no sabemos por dónde empezar.

Aquí es donde entra en juego el diseñador de información, quien es el encargado de convertir simples datos en información útil y accesible para las personas que lo necesitan. Es el indicado para organizar, jerarquizar, analizar y proponer las soluciones adecuadas para hacer llegar a la persona indicada la información que necesita, en el lugar y tiempo oportuno, de una manera clara y sencilla.

Nathan Shedroff (1999) señala la importancia de la transformación de los datos en información y, además, nos hace ver que este es sólo el principio, ya que cuando se llega a este punto, todavía falta que dicha información se convierta en conocimiento, y este en sabiduría.

A continuación se explica más a detalle este proceso de entendimiento:

> **Datos**

Los datos como tal, son simples cifras, palabras, nombres, fechas, etc. Por sí mismos no tienen ningún valor o utilidad, ya que no se encuentran organizados, jerarquizados, relacionados o presentados, de tal manera que tengan significado para las personas. Los datos no son valiosos para la comunicación, ya que no son un mensaje completo, sino simples partículas sin sentido.

> **Información**

Es el primer nivel adecuado para comunicarse con los usuarios, ya que los simples datos comienzan a cobrar sentido y valor. Para que esto suceda es necesario un proceso de organización, así como de una forma adecuada de presentación para que la información sea comunicada y pase al siguiente nivel.

> **Conocimiento**

Este se gana a través del entendimiento y de la experiencia al relacionarse e interactuar, ya sea con otras personas o con un sistema u objeto. En esta etapa del entendimiento se interpreta y asimila la información presentada, por lo cual, es muy importante que ésta esté adecuadamente organizada y presentada.

Aquí el usuario es totalmente participativo; además, es el último nivel en el cual la labor

del diseñador tiene intervención, ya que en el siguiente nivel todo depende del usuario.

> **Sabiduría**

Como Shedroff (1999) explica, la sabiduría es la forma más vaga e íntima de entendimiento. Es mucho más abstracta y filosófica que el resto de los niveles y se sabe mucho menos acerca de cómo crearla o afectarla. No se puede compartir, ya que, a diferencia de los niveles anteriores, es completamente personal y solamente se puede llegar a ella de manera individual.

Mediante la explicación de este proceso y de los diferentes niveles de entendimiento, es posible comprender mejor la importancia que tiene el diseñador de información, ya que va a ser el encargado de organizar y presentar los datos de manera adecuada para convertirlos en información valiosa que los usuarios van a interpretar y asimilar.

Algunas definiciones dadas por expertos en el área son las siguientes:

Para la IIID (Asociación de Diseño de Información) (1999):

“El diseño de información puede ser difícil de definir, porque es un acercamiento

CAPÍTULO 3

interdisciplinario que combina habilidades en diseño, escritura y edición, ilustración, y factores humanos. Los diseñadores de información intentan combinar habilidades en estos campos para hacer la información compleja más fácil de entender”.

“El diseño de información es la definición, la planeación y la visualización de los contenidos de un mensaje y del ambiente en el que se presenta, con la intención de alcanzar objetivos particulares en relación a las necesidades de un grupo de usuarios.” (ID News, 1999).

“El diseño de información ayuda a la explicación de eventos usando el lenguaje, la tipografía, el diseño gráfico y el mejoramiento de procesos de sistematización y negociación como sus herramientas clave. El diseño de información se enfoca en los usuarios y está comprometido con las pruebas de investigación y usabilidad para conocer si sus productos alcanzan sus objetivos“ (Text Matters, 1996).

Roberto Horn (1995) señala que:

“El diseño de información es el arte y la ciencia de preparar información de manera

tal que pueda ser usada por el ser humano con eficiencia y efectividad”.

“El diseño de información es la disciplina encargada de presentar información que sea comprensible y fácilmente usable: efectiva, eficiente y atractiva“(Information Design Journal, 2000).

Por su parte, Bruce Meader, explica que el diseño de información es:

“El área del diseño, comprometida con entender las respuestas de los lectores y usuarios ante la información presentada de manera visual/escrita. El tipo de problemas abordados por el diseño de información incluye: documentos legales, formas de negocios, diagramas, guías, mapas de transporte, cuadros, tablas, material didáctico, sistemas de orientación y sistemas de información digital“.

Diferencias entre diseño gráfico y diseño de información

El diseño de información tiene las mismas bases que el diseño gráfico, pero se encuentra más comprometido con el usuario y con la calidad de la información que éste recibe.

No se trata simplemente de crear objetos visivamente bellos, va mucho más allá de la estética y se preocupa porque el objeto de diseño (sea cual sea, un cartel, una página web, un folleto, una animación) sea útil, usable, entendible y funcional para el usuario.

Se trata de que llegue la información precisa, por el medio indicado, a la persona correcta, en el tiempo oportuno.

El diseñador de información se compromete

a realizar toda una investigación previa, un análisis y una reflexión tanto del usuario, como de su contexto, para que la información que llegue a sus manos sea la adecuada.

Nada se debe de tomar a la ligera, cada elemento que forme parte del objeto de diseño debe de estar fundamentado y tener una razón de ser.

Sin embargo, como Gerry McGovern comenta en su columna “New Think” publicada en el periódico “El País”:

“La belleza todavía añade chispa a nuestras vidas, y cuando estilo y funcionalidad se juntan, la combinación es irresistible”.

Es verdad que lo principal es que el objeto de diseño sea útil para el usuario, pero si añadimos la estética y la belleza a éste, entonces tendremos un objeto realizado por un diseñador de información, ya que estos conceptos no están peleados con la sencillez, claridad, funcionalidad y usabilidad de un objeto.

El diseñador de información hace que simples datos sueltos, desorganizados, no entendibles y sin sentido se conviertan en información atractiva y entendible; además de encontrar el medio y la forma adecuada de hacerla llegar

CAPÍTULO 3

a las personas que la necesitan o a quienes les puede ser de utilidad.

La mayor preocupación del diseñador de información es que las personas hagan un correcto uso de la información que llega a sus manos.

Para que esto ocurra, ésta debe de ser clara, precisa, concisa, estar bien organizada y jerarquizada, así como estar correctamente estructurada. Todo lo anterior sin olvidar que se tiene que tomar en cuenta al usuario y la manera en que éste se relaciona con dicha información, el lenguaje que maneja, etc.

¿Qué cualidades requiere tener un diseñador de información?

La IIID (International Institute for Information Design) considera una lista de características que un diseñador de información debe tener para diseñar profesionalmente. Dichas características son las siguientes:

- “Ser capaz de pensar tanto innovadoramente como sistemáticamente”.
- “Estar tan informado como sea necesario sobre el tema o área en la que está trabajando”.
- “Estar consciente de las cualidades comunicativas de los componentes de los mensajes visuales y de sus interrelaciones”.
- “Conocer tanto las costumbres relevantes, así como las convenciones, estándares, regulaciones y sus teorías implícitas”.
- “Estar familiarizado con los requerimientos técnicos de los medios de comunicación, especialmente de los visuales”.
- “Estar familiarizado con las capacidades de la comunicación humana en relación a la percepción, procesos cognitivos y las respuestas a la información utilizando todos los sentidos”.
- “Ser capaz de considerar los posibles beneficios de la información comunicada a los usuarios”.
- “Saber sobre la creación de imágenes y textos, estáticos y animados, así como de la información (no solamente visual) para facilitar las actividades relacionadas con tareas y el cómo pueden ser balanceadas para alcanzar efectos óptimos”.
- “Ser capaz de diseñar información de una manera interesante y atractiva para adquirir atención altamente adecuada al propósito comunicativo del mensaje”.
- “Comprender cómo hacer información

CAPÍTULO 3

y sistemas de información interactivos, de tal modo que los ajustes, debido a los requerimientos cambiantes, puedan ser realizados, de ser así requerido, con el fin de salvaguardar el continuo uso de la información”.

- “Comprender las capacidades de las ciencias de soporte –tales como la psicología cognitiva, lingüística, ciencias políticas y sociales, computación, estadística – y ser capaz de cooperar con especialistas para evaluar y mejorar el diseño de mensajes, teniendo en cuenta las diferentes particularidades culturales del usuario”.
- “Tener un conocimiento detallado de los costos relacionados a las distintas etapas de diseño y su implementación”.
- “Realizar sus servicios en un formato que corresponda tanto con el valor que representan como con el de los clientes y las convenciones que ellos requieran”.
- “Comportarse de manera responsable con respecto a las necesidades de su usuario meta y de la sociedad como un conjunto”.

También es interesante revisar el perfil del egresado de la Licenciatura en diseño de información de la Universidad de las Américas:

- “El profesional egresado de la carrera se encarga de configurar las interfaces adecuadas para que las personas puedan realizar de la mejor manera sus actividades cotidianas relacionadas con el uso de la información”.
- “El diseñador de información es un profesional que entiende los procesos de significación y apropiación de los signos gráficos y de los textos que conforman. Domina las técnicas y las tecnologías para su edición y reproducción”.
- “El diseñador de información apoya y promueve los procesos sociales de información, identificación, educación-interacción y generación de la cultura”.
- “El diseñador de información de la UDLA concibe a su disciplina como parte de la cultura. Es un promotor del entendimiento entre las personas. Concibe su trabajo como parte de un proceso y entiende la importancia de otras disciplinas. Entiende los sistemas y promueve soluciones de comunicación integral y holística. Es un consultor que entiende e incide en los

procesos de la comunicación humana y de las organizaciones”.

- “El diseñador de información de la UDLA desarrolla proyectos que promueven el conocimiento, la toma de decisiones, el aprendizaje o la interacción entre las personas y/o las organizaciones”.
- “El diseñador de información es un experto en los procesos de visualización, representación, reproducción y distribución de la imagen gráfica”.
- “Es un profesional ético, con una base cultural amplia, capaz de identificar e incidir positivamente en la resolución de problemas de comunicación”.

En estas características y cualidades que la IIID y la UDLA señalan, es posible observar que un diseñador de información debe de tener conocimientos en muchas áreas.

Esto no quiere decir que sea un “todólogo”, ya que no está capacitado para sustituir el papel de otros profesionales, pero sí debe de estar informado, debe de tener ciertas nociones, ya que es el encargado de reunir todo y proponer las soluciones.

Como Frascara (1997) señala, el diseñador necesita tener “buen conocimiento de la percepción visual y de la psicología del conocimiento y la conducta, y considerando las preferencias personales, las habilidades intelectuales y el sistema de valores culturales del público al que se dirigen” (p. 20).

Debe de ser un profesional creativo, pero también analítico y guiado en la razón. El diseñador de información debe de seguir una metodología y un proceso en el cual analice el problema a resolver, obtenga toda la información necesaria y proponga la solución adecuada.

Este profesional tiene que tomar parte tanto del conocimiento subjetivo (el que se basa en la sensibilidad, en la interioridad y en las artes), como en el conocimiento objetivo (aquel que se basa en la racionalidad).

Antes de proponer una solución, es necesario que el diseñador conozca en el mayor grado posible el área, el contexto y al usuario, ya que teniendo este conocimiento, va a poder generar un diseño adecuado.

Como ya se ha mencionado, todo elemento en un diseño tiene su razón de ser y el usuario lo va a interpretar de alguna manera, por lo tanto, el diseñador debe de tener claro que es lo que

CAPÍTULO 3

quiere transmitir, qué mensaje quiere dar con cada uno de los elementos que utiliza.

Es necesario estar concientes de cómo los usuarios van a percibir y responder a la información que llegué a sus manos. No todas las personas tienen la misma cultura y, por lo tanto, no todos van a decodificar y reaccionar de la misma manera ante un determinado mensaje.

Así mismo, como Frascara (1998) explica:

“El diseñador debe ser un profesional visualmente sofisticado, además de tener habilidad para obtener, organizar, procesar y presentar información” (p. 78). El diseñador de información debe desarrollar habilidades visuales y estéticas, así como analíticas e intelectuales.

El diseñador y otras profesiones

El diseño de información está, o debería de estar, ampliamente ligado a otras profesiones. Publicidad, mercadotecnia, ingeniería en sistemas, psicología, comunicaciones, etc.

Como ya se vio en los puntos que la IID y la UDLA consideran, es necesario que un diseñador de información tenga conocimientos en muchas áreas, para poder así entender a los diferentes usuarios y proponer soluciones que en verdad funcionen y logren satisfacer las necesidades de dichos usuarios.

Sin embargo, esto no quiere decir que estén capacitados para sustituir la labor de cualquiera de estos profesionistas, más bien debe de tener conocimientos para poder entenderse,

comunicarse con ellos y trabajar juntos, ya que muchas veces va a necesitar de su ayuda, de trabajar en equipo.

Jorge Frascara (1998) opina que:

“El diseñador, tanto en la concepción de la estrategia comunicacional, como en la realización gráfica, más que un solista, es como un director de orquesta, que debe conocer las posibilidades de todos los instrumentos, sin necesariamente saber tocarlos, siendo su labor, fundamentalmente, la de un coordinador” (p. 20).

El diseñador de información y su compromiso con la sociedad

Como ya se ha dicho, el diseño es una profesión que surgió y tiene su razón de ser en el ser humano, en resolver sus problemas y necesidades que le aquejan en su vida diaria.

Por esta razón el diseñador de información debe de estar completamente comprometido con la sociedad, ya que es a ella a quien se debe. Tiene que ser responsable de crear mensajes e información clara, actualizada y confiable.

Un ejemplo de cómo el mal diseño puede afectar a la sociedad lo podemos encontrar en las elecciones presidenciales del año 2000 en los Estados Unidos. En dichas elecciones los ciudadanos norteamericanos podrían emitir su voto de diferentes maneras: por correo

electrónico, en pantallas electrónicas, en las tradicionales hojas con el nombre de cada candidato, etc. Sin embargo, las que causaron problemas, fueron unas boletas que tenían junto al nombre de cada candidato unos círculos, que debían ser perforados indicando así, al candidato elegido. Estas boletas se pasarían después a través de una máquina que detectaría la perforación e iría contando los votos.

Como comenta Antonio Pérez Iragorri (2001), editor de la revista “a!”, “el diseño falló en dos formas. La primera: los nombres de los candidatos no tenían una secuencia lógica al ser alineados (más tarde cerca de dos mil personas simpatizantes de Al Gore manifestaron que se habían equivocado al votar por otro candidato, votos que probablemente hubieran definido las elecciones). La segunda: las boletas no estuvieron bien suajadas y muchas personas no alcanzaron a desprender bien el círculo...” (p. 21).

El diseñador de información puede ayudar a hacer comprensible lo no entendible, y con esto, a proporcionar gran ayuda. Sin embargo, un mal diseño en lugar de ayudar y contribuir a hacer la información, comunicación, actividades y conversaciones más fáciles y entendibles, puede hacer que todo sea más confuso. En lugar de agilizar, puede entorpecer y dificultar.

Problemas que enfrenta el diseñador de información

Como ya se ha mencionado, el diseño en general, es una carrera que ha presentado muchas dificultades desde su surgimiento hasta la actualidad, ya que no es suficientemente valorado por la sociedad.

Desde sus inicios han habido grandes conflictos con el concepto “diseño”. Como Jorge Frascara (1998) explica:

“Diseño se entiende en general como el producto físico de la actividad de diseñar, mientras que la actividad cae en el olvido. Una profesión cuyo nombre incluye una palabra que describe a la vez una actividad, un fenómeno natural o un

objeto, de acuerdo con las intenciones de quien la usa, no puede esperar ser claramente entendida sobre la sola base de su nombre“ (p. 19).

La carrera de diseño gráfico ha venido arrastrando desde sus inicios la confusión que lleva consigo este concepto, convirtiéndose en un problema para la labor de esta profesión, ya que dificulta la comprensión de su quehacer.

En medio de esta dificultad surge la carrera de diseño de información, la cual es extraña y desconocida para la mayoría de las personas. Si la carrera de diseño gráfico no era del todo comprendida, mucho menos lo es esta nueva profesión, la cual, en México, apenas es ofrecida por una sola universidad, la Universidad de las Américas, desde hace apenas 5 años.

El campo de trabajo de un diseñador de información es muy amplio, ya que cualquier proyecto que requiera de la organización y jerarquización de datos y de su presentación para un mayor entendimiento, necesita de un experto como lo es este profesionista. Sin embargo, enfrenta el problema de que, como no hay el suficiente conocimiento acerca de la profesión y, su surgimiento es muy reciente, otras personas acaban tomando su lugar y realizando sus actividades sin el conocimiento necesario.

El papel del diseñador de información en la creación de páginas web comerciales

Como ya se ha mencionado, la función más importante que juegan este tipo de páginas en la actualidad, es la de ser una fuente importante de información para los clientes, para que estén más informados antes de realizar una compra, ya sea que la hagan on-line o personalmente.

Un diseñador de información, como su nombre lo indica y como ya se ha dicho, es un experto en el manejo de información y, por lo tanto, es el indicado para estructurar la página web y evaluar qué tipo de información es la que la empresa necesita dar a conocer y cual es la que el usuario quiere y necesita obtener.

Como ya se ha dicho también, el mundo de la Web es inmenso, hay una cantidad

impresionante de información en ella. La información disponible on-line es infinita y su organización es caótica, ya que nadie la controla y no existen normas ni reglas acerca de cómo ordenar o mostrar lo que en ella se encuentra.

Y es precisamente en este inmenso mar de información, en donde las páginas web comerciales se encuentran, haciendo necesaria la participación de un experto que ayude a que éstas sobresalgan de las demás y lleguen a las personas indicadas.

El diseñador de información se convierte en un intermediario entre la empresa y sus clientes, se convierte en un filtro de información, haciendo llegar a los clientes lo que necesitan y quieren. Es una especie de traductor que va a descifrar lo que la empresa quiere dar a conocer y comunicárselo de una manera sencilla y entendible a sus clientes.

Además también va a ser el encargado de guiar a la empresa en las estrategias sobre cómo dar a conocer su página web, ya sea por medio on-line (como en los buscadores de Web) o off-line (en tarjetas de presentación o en la publicidad de la empresa).

El diseñador de información es un profesionalista que cuenta con los conocimientos,

disciplinas y herramientas necesarias para ayudar a alcanzar el beneficio, tanto de la empresa como de sus clientes, haciendo que la empresa llegue a sus clientes y les ofrezca un mejor servicio, y que los clientes obtengan la información que necesitan y puedan agilizar y determinar su toma de decisiones.

Algunas de estas disciplinas, herramientas y conocimientos con los que cuenta este profesional son las siguientes: usabilidad, accesibilidad, funcionalidad, actualización, importancia del contenido, arquitectura de información, y diseño centrado en el usuario. De cada uno de estos puntos se hablará más a detalle en el próximo capítulo.

El proceso de diseño

El diseño de información es una profesión que debe de ser analítica y seguir ciertos pasos que lo lleven a la solución más adecuada.

“Es difícil establecer una secuencia de pasos a todo proyecto de comunicación visual, ya que las características de diferentes áreas de trabajo requieren un tratamiento diferente.” (Frascara, 1998, p. 78)

Como Frascara nos dice, no se puede definir un solo proceso que funciones para todos los proyectos de diseño, además de que depende mucho de la manera de trabajar de cada diseñador.

Sin embargo, hay ciertos pasos que no debe de olvidar y que es preferible que formen parte

de cada uno de sus proyectos a desarrollar para que estos logren alcanzar la satisfacción de los usuarios.

Así mismo, Frascara (1998) menciona que:

“Los métodos, más que una técnica mecánica, son ayudas para el desarrollo de diversas estrategias dirigidas a resolver una gama variada de problemas; están dirigidos a abreviar y mejorar la eficacia de los diversos pasos en el proceso de diseño, no a proporcionar soluciones prefabricadas”. (p. 77)

Existen diferentes autores que contribuyen con su proceso para el desarrollo de un proyecto de diseño e incluso ya existen propuestas de metodologías para el desarrollo de proyectos Web en particular.

Como ejemplo de una de estas metodologías tenemos la propuesta por David K. Farkas y Jean B. Farkas (2002), la cual se basa en tres etapas principales:

> **Planeación:** Esta fase incluye diferentes puntos y acciones a realizar que van a ayudar a establecer los objetivos, razones y limitaciones de la página Web.

- > **Diseño:** Una vez que en la fase inicial de planeación fueron sentadas todas las bases del proyecto, es necesario empezar a trabajar en términos cada vez más concretos para el desarrollo de la página. Es en esta fase en la que se va a desarrollar la propuesta de diseño a partir de la información recolectada durante la planeación.
- > **Construcción:** A lo largo de esta fase final se crean y se completan todos los aspectos del sitio Web, todo aquello que no se incluyó en el prototipo. En esta etapa se realizan las correcciones, se complementa la información, se realizan más pruebas (las que sean necesarias) y se crea el sitio en su totalidad.

Este es un ejemplo de un proceso de diseño para páginas Web, y se utilizará y explicará a detalle más adelante, en la fase de desarrollo del proyecto que sustentará esta tesis. En el próximo capítulo se abordarán las características y disciplinas que los diseñadores de información utilizan y que se deben de tomar en cuenta en los diferentes niveles del proceso de diseño para lograr que una página Web comercial beneficie tanto a la empresa como a sus clientes, que serán los usuarios de dicha página.