

J.11. Arquitectura de la dispersión: gestionar los riesgos cíclicos de fragmentación de las webs corporativas

Tomás Saorín

11 julio 2011

Saorín, Tomás. "Arquitectura de la dispersión: gestionar los riesgos cíclicos de fragmentación de las webs corporativas". *Anuario ThinkEPI*, 2012, v. 6, pp. 281-287.



Resumen: Se señalan las tensiones entre centralización y descentralización en los sitios web de organizaciones complejas, desde la perspectiva de la arquitectura de la información, partiendo de la metáfora de "archipiélagos de información" de Rosenfeld y Morville. Se plantea la necesidad de identificar la integración de espacios de información variables, la capacidad de gestionar con coherencia varios sitios web autónomos y un mayor conocimiento de las metodologías procedentes del área de la arquitectura de la información corporativa.

Palabras clave: Arquitectura de la información, Descentralización, Portales corporativos, Integración de información, Arquitectura de información corporativa.

Title: Scattered information architecture: dealing with cyclical risks of split in corporate websites

Abstract: The tensions between centralization and decentralization in complex enterprise web sites are addressed from the perspective of conventional information architecture, based on the "islands of information" metaphor used by Rosenfeld and Morville. The needs include the identification and shaping of information spaces, the ability to manage multiple autonomous websites consistently, and a deeper knowledge of enterprise information architecture methodologies.

Keywords: Information architecture, Decentralization, Enterprise portals, Information integration, Enterprise information architecture.

Para referirnos a la presencia en internet de una organización adoptamos los términos "portal" o "sitio web", que si bien pueden diferenciarse en algunos matices, responden en lo esencial a un proyecto de información corporativo con tecnologías de gestión de contenidos, a través del cual la organización actúa en el espacio digital.

En estas reflexiones vamos a abordar qué sucede cuando la identificación entre organización y portal se vuelve compleja al multiplicarse los portales corporativos y cuando los contenidos circulan a través de múltiples canales, de forma que se enfatizan las posibilidades en red de las organizaciones, en lo que se denominan a menudo "organizaciones virtuales" (Aguer-Hortal, 2005).

"Una organización, un portal" es una simplificación tranquilizadora, en la que existe un objeto claro sobre el que trabajar. Sin embargo esta situación dista bastante de reflejar la realidad y, por lo tanto, si nuestro enfoque de arquitectura de la información se basa en diseñar y controlar nuestro sitio web, partirá de un error de apreciación peligroso. Sobre él se lanzan aquí algunas observaciones.

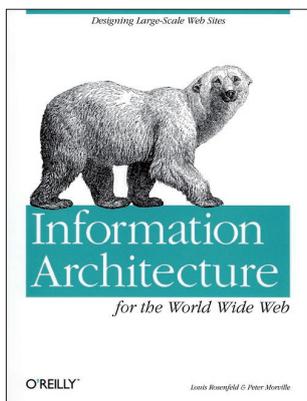
La etiqueta "portal" no funciona sin fricciones en el panorama actual. Freire y Gutiérrez-Rubí (2010) hablan de "desmembración de las webs corporativas", motivada por diversas fuerzas que actúan sobre las pautas de uso y difusión de información. Esta situación es señalada como una tendencia relevante en la transformación de las organizaciones, que deben estar preparadas para "desmembrar su web corporativa y distribuir el contenido a través de las redes sociales, dejando que la información más importante se extienda por las diferentes comunidades virtuales".

Los aspectos menos explorados del oso polar

1) Tamaño: *large-scale web sites*

Rosenfeld y Morville (1998, 1ª ed.) juegan con dos variables desde el título: por un lado "para la web", lo que orienta las técnicas propuestas a la presentación al usuario final y no hacia los procesos de información de producción de información y, por otro "sitios web de gran tamaño", es decir, proyectos multidimensionales

donde interactúan muchos grupos de editores, fuentes de información que originan contenidos y políticas de información departamentales en constante tensión con los usuarios.



<http://covers.oreilly.com/imagenes/9781565922822/lrg.jpg>

La bibliografía del área suele tomar de este manual sus principios metodológico-funcionales, conforme al esquema de la segunda edición de 2002 (sistemas de organización de la información, navegación, etiquetado y búsqueda). Sin embargo, suelen dejarse a un lado las llamadas hacia los elementos de complejidad ineludibles de los sitios web de gran escala, así como la conexión con los sistemas de información corporativos y los elementos no tecnológicos de gestión de información. Y estos elementos son centrales en el contexto real de la información.

2) Forma: archipiélagos de información

En la primera edición, **Rosenfeld** y **Morville** dedicaban un capítulo final a los “archipiélagos de información”, reflejando la situación paradigmática de organizaciones que han de aglutinar en su presencia web a diferentes departamentos con portales propios, sistemas de bases de datos heterogéneos, diferentes niveles de acceso y una trayectoria de gran autonomía en la gestión de información. Se planteaba un acercamiento al sitio web corporativo como un paraguas que agrupe y aumente la coherencia en los proyectos de información de naturaleza heterogénea que componen los sistemas de información de toda organización de gran tamaño, sin unificarlos bajo una tecnología única y una dirección altamente centralizada.

Las metáforas con la información son abundantes y atrayentes (**Gómez-Hernández, 2008**), pero débiles para definir prácticas profesionales, y corremos el riesgo evidente de que la poesía, la retórica o el deseo se antepongan a la ingeniería, las soluciones y los resultados.

3) Sistemas corporativos: *Information architecture for the enterprise*

El capítulo más olvidado de las ediciones segunda y tercera es el 19 que, dentro del bloque de “Arquitectura de la información en la organización”, se orienta hacia su práctica en el contexto real de organizaciones que parten de sofisticados sistemas de información.

Este es un elemento central, ya que mientras que sí que podemos encajar con facilidad

navegación, rotulado, etiquetado, organización, vocabularios y búsqueda, sobre un sistema de gestión de contenidos convencional para un sitio de propósito unitario, la cuestión se complica cuando nos enfrentamos a webs complejas. En el caso de una web con múltiples dependencias de información almacenada y gestionada en aplicaciones corporativas, los elementos a contemplar se hacen tan abundantes que los instrumentos de representación terminan ofreciendo una visión ineficaz por simplista, o bien produciendo un galimatías ininteligible.

Otro aspecto relevante es el de los modelos de contenidos, determinante en la construcción de una arquitectura de información concreta sobre un sistema de gestión de contenidos avanzado, y pieza relevante de la *Enterprise Information Architecture Roadmap*, esquematizada por **Rosenfeld** (2005).

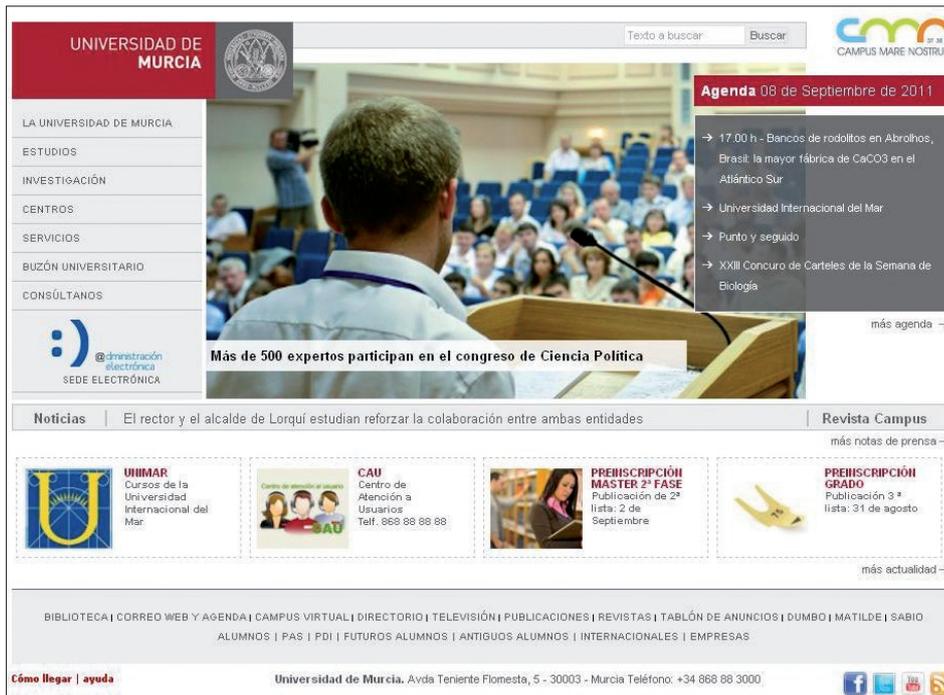
Se detecta también como persistente “the silo’s problem”, o “problema de los silos” (**Rosenfeld, 2011**). Los silos son “áreas de contenido (sitios, subsitios, portales) que crecen orgánicamente alrededor de un departamento de negocio de la empresa”. La gestión de datos siempre los ha considerado como uno de los elementos a transformar mediante el diseño de sistemas de información de alcance corporativo, frente a la gestión a nivel departamental.

Hay que contemplar la arquitectura de la información más allá de “para la web” y adentrarse en el terreno del diseño de sistemas para “arquitectura de la información corporativa”, alineando la estrategia de negocio con la estrategia de información, incorporando elementos evolutivo/adaptativos como “information agenda”, “roadmap” o “procesos de negocio” (**Godínez, 2010**).

Tecnologías siempre en plural: producción de múltiples sitios web

La arquitectura de la información no puede existir sin plataformas de gestión de contenidos digitales (CMS) que propongan un modelo de contenidos, categorización, navegación, búsqueda, integración de información y diseño de la presentación. Desde el punto de vista de las tecnologías suele hablarse de un rango de plataformas que van desde la gestión de contenidos web (WCMS o CMS), pasando por la gestión de contenidos corporativos (EMCS) a portales de información corporativa (EIP) (**Pastor-Sánchez et al., 2010**).

Debemos evaluar explícitamente, y en un contexto organizativo determinado, cómo los sistemas de gestión de contenidos nos permitirán producir varios portales autónomos y cómo al mismo



<http://www.um.es>

“La etiqueta ‘portal’ no funciona sin fricciones en el panorama actual”

tiempo permitirán integrar la información que manejan. Será esencial valorar las prestaciones para construir diferentes portales con diferentes niveles de detalle en la reutilización de información, integración de sistemas de búsqueda, repositorio o identificación de usuarios, así como diferentes formas de organizar la información, estilos visuales y niveles de participación.

Si las tecnologías usadas permiten producir múltiples sitios, tendremos una herramienta maleable para adaptarse a las tensiones opuestas de centralización/dispersión presentes cíclicamente en cualquier organización de cierto tamaño.

Si los osos polares trabajaran en organizaciones

La deseable jerarquía y racionalidad de las organizaciones nos haría pensar en el “portal corporativo”, pero bajo esta apariencia se manifiestan luchas de poder, reestructuraciones departamentales, estrategias cambiantes y ciclos de expansión y decrecimiento de servicios. Atendiendo al ciclo de vida de la información corporativa, las organizaciones se despliegan, estructural e informativamente, en varias unidades semiindependientes, bajo marcas o formas de colaboración o competencia diversas.

Puede suceder que esas organizaciones compartan espacios en internet, o que cada una de ellas gestione proyectos propios. En el centro del problema que planteamos está el que las políticas de información corporativas se canalizan a través de “n organizaciones y n portales”, con niveles variables de integración de contenidos, imagen y funciones. Esta complejidad de la organización-red no sólo no es sencilla de gestionar para los responsables técnicos de los sistemas de información, sino que al mismo tiempo es complicada de representar y comu-

nicar hacia el exterior o hacia los directivos de las empresas. Es difícil hacerla tangible, que es también uno de los retos del campo de la auditoría de la información.

Esto es especialmente visible en el discurso generado desde las redes sociales sobre los productos y servicios ofrecidos por empresas e instituciones. La gestión de información encuentra un elemento vital en esa difusa red de aliados que se genera en el entorno y que, desde el punto de vista del perfil profesional, llamamos *community manager*, pero que desde el punto de vista de la gestión de contenidos denominaríamos “arquitectura de la participación” (O’Reilly, 2005).

Cualquier planificación de información corporativa ha de acotar los elementos de participación directa y de reutilización de información, así como las pautas para el *cross-posting* y el uso de servicios de terceros (por ejemplos los canales de vídeo de *Youtube*, *Facebook*, etc.). Los *mashups* se dirigen al exterior y al interior de una organización, de forma que diferentes unidades puedan *hackearse* unas a otras desde sus webs propias. Se habla también de posicionamiento o sindicación en el contexto de intranets y portales compuestos. Esta tendencia observada adquirirá toda su potencialidad cuando se trabaje con modelos de esquemas de representación abiertos, y veamos eclosionar la orientación hacia RDF y *linked data* en los sistemas corporativos.

Por ejemplo, tras la aparente unidad del portal del *Ministerio de Justicia* nos encontramos, en primera instancia, con la sede electrónica, el portal de la *Memoria histórica*, el *Observatorio del pluralismo religioso*, el *Portal europeo de e-*



<http://www.mjusticia.gob.es>

justicia, o el de la *Oficina judicial*. Navegamos por entornos que vemos relacionados y en los que, como usuarios, no terminamos de distinguir los límites organizativos: *Consejo General del Poder Judicial*, Canal Youtube del *Ministerio de Justicia*, *Centro de Estudios Jurídicos*, el *Portal 060* de la Administración.

Hemos puesto un ejemplo de la Administración central de rígida estructuración, pero si ponemos el de una gran empresa encontramos la misma multiplicidad de espacios: servicios online al cliente, portal para accionistas, portal de investigación económica, campañas, marcas internacionales, fundaciones y proyectos de responsabilidad social, organizaciones derivadas o el portal de prensa.

“La dinámica interna de las organizaciones presiona para desarrollar espacios diferenciados, muy diferentes entre sí en la gestión de contenidos y de modelo de comunicación”

Un ejemplo con más elementos de desarticulación de la información digital podría ser una universidad. En la *Universidad de Murcia*, ¿cómo englobamos bajo el mismo paraguas un portal corporativo en transición hacia *Liferay* para las facultades, OJS para las revistas científicas,

un buscador *Google*, un portal autónomo para el servicio de informática (*Atica*), *TV.um*, el portal de divulgación científica *Prinum*, la biblioteca universitaria y sus agregadores, las aplicaciones específicas para la oferta de la *Universidad Internacional del Mar*, aula virtual, repositorio institucional, un subweb de la *Unidad de Innovación* montado sobre *WordPress*, la web específica del *Campus de Excelencia MareNostrum* junto a la *Universidad Politécnica de Cartagena*, y un largo etc.?

En todos estos ejemplos podemos encontrar indicios fuertes tanto de variación en imagen corporativa, políticas de

gestión de información diferentes, naturaleza del producto ofrecido y plataformas de gestión de contenidos. En algunos casos percibimos cierta integración, mientras que en otros se aprecia la independencia casi absoluta entre los portales.

Ampliando el vademécum de arquitectura de información

Este panorama confuso corresponde con la realidad, y por lo tanto hay que aproximar los conceptos que manejamos en arquitectura de la información a los objetos que queremos representar.

Existen excelentes propuestas de “patrones de diseño” que se aplican al diseño de la experiencia de usuario en funcionalidades tipo en la Web como formularios, registro de usuarios, listados, búsqueda (**Vora**, 2009; **Wodtke**; **Govella**, 2009). También existen exhaustivas propuestas para funciones especializadas, como puede ser la búsqueda (**Morville** y **Callender**, 2010) o de arquitecturas web 2.0 (**Governor**; **Nickull**; **Hinchcliffe**, 2009).

Sin embargo están orientadas a la usabilidad o diseño de interacción. Cuando queremos trazar una representación, un mapa, desde un punto de vista global de la web o webs de una organización, reflejando una red de interrelaciones entre ellos, no encontramos una metodología adecuada y de consenso. ¿Cómo representamos de forma eficaz la existencia de las diferentes webs

que componen, en sentido extenso, el sitio web del ejemplo de la *Universidad de Murcia*?, ¿cómo reflejamos la plataforma usada, su conexión con el *backoffice*, su integración en el buscador, los equipos de gestión responsables, su ciclo de vida, o la replicación y complementariedad con otros contenidos institucionales?

Los *wireframes* o *blueprints* al uso no responden, en este caso. Parece oportuno un intento de ampliación de los conceptos habitualmente manejados. En las fases para definir una arquitectura de información hemos de incluir la determinación de espacios y productos de información digital. Por muy complicada que sea la estructura final de un sistema de información, existen diferentes espacios percibidos y gestionados como unidades, cuya identificación facilita el análisis y la organización. En el esquema clásico de arquitectura de la información (usuarios-contenidos-contexto) son los usuarios los que identifican las entidades reales existentes a través de las cuales obtienen contenido en un contexto. El concepto "usuario" podría entenderse de forma más completa si lo cambiamos por "agentes", incluyendo también a las personas que alimentan día a día el sistema de información (Lara-Navarra, 2007).

Estos agentes se desenvuelven en sitios o portales web, donde identifican algunas secciones según su función o tipo de información. Identifican además páginas web singulares, de donde extraen información y descargan documentos. Las estructuras de información, los sistemas de codificación o los metadatos no son percibidos por los actores del ecosistema digital de información como entidades tangibles, pero sí los productos diferenciados (en la mente del usuario se articularía como "estoy tiene que estar en..."). La creación de un sitio web comienza en la organización, coordinación e integración de contenidos establecidos en la arquitectura de la información.

La primera etapa para conectar estos dos flujos es delimitar adecuadamente los espacios de información como contexto inmediato para la información que la organización hace disponible y que el usuario percibe como lugar donde encontrar o manejar esa información. Estos espacios de información existen además en un macrocontexto más amplio, la Web, de la que se ocupan con más profundidad otras disciplinas como la de la optimización para buscadores.

La arquitectura de la información es diferente y más amplia que la gestión de contenidos. Combina aspectos que tienen que ver con la definición de estrategias corporativas de gestión de información para el ámbito de la Web, con elementos de macroorganización, gestión de identidad digital común y funcionalidad global.

La arquitectura de la información, adoptando el rol de la gestión de información, debe incluir

la realización de tareas de auditoría de información para delimitar las fuentes de contenido disponibles, así como las prácticas informativas más comunes. De esta forma se obtiene un esquema detallado de las unidades que producen, administran y usan los recursos de información propios de una organización, delimitando qué procesos de convergencia y dispersión están presentes, y en qué líneas de información se encuadran.

¿Cuáles son por tanto los niveles de concreción estructural que podemos encontrar al concebir sitios web en sentido amplio?, ¿son los contenidos, los servicios o los departamentos los que marcan estos espacios de información que queremos delimitar o nombrar, para poder gestionarlos?

Conviene diferenciar cinco niveles de contenidos, que ejemplificamos con la *Universidad de Murcia*:

– Espacios de información: sitios web, portales, webs corporativas, páginas web. Se caracterizan por una coherencia flexible entre la diversidad de informaciones que contienen. Asociados a una organización. (En el ejemplo, el dominio principal, <http://www.um.es>).

– Productos de información: agrupaciones coherentes de informaciones del mismo tipo, o bajo la misma responsabilidad, con características diferenciadas de navegación y organización. Asociados a una cultura interna y externa (catálogo de la biblioteca, guía *Infosecundaria*, web de una revista electrónica...)

– Servicios: aplicaciones de soporte de la función, como la administración electrónica, o aplicaciones altamente interactivas, como el *webmail*. Asociados a un estándar de interoperabilidad. (Aplicación para reservar aulas de informática, campus virtual...).

– Contenidos: unidades de información publicadas que aportan contexto, en las que se combinan información específica con la reutilización de piezas de contenido externas y datos procedentes de los sistemas de información corporativos. Asociados a una URI.

– Objetos digitales: unidad de información básica, almacenada y descrita, de la que el sistema puede generar automáticamente varias versiones y establecer diferentes niveles de acceso. Asociados a un formato y fichero.

Estos niveles pueden aplicarse para cualquier tipo de proyecto web, permitiendo establecer diferentes requisitos de análisis y concreción para cada uno de ellos. Conforme nos alejamos del primer nivel, aumenta la dependencia de la tecnología y los estándares, disminuyendo la discrecionalidad, experimentación y variabilidad, haciéndose las soluciones adoptadas más previsibles y evaluables. Los cinco elementos mencionados pueden servir como entidades a utilizar en los procesos de diagramación, esquematización

y mapeo de la presencia web de una organización de gran tamaño, permitiendo identificar las políticas individuales, interdependencias, responsabilidades, tecnologías o la interconexión entre recursos de información.

Convivir con la dispersión en la Web

Muchos portales responden a una voluntad de centralización, tanto de contenidos como de tecnologías y estrategias. Sin embargo hay dos fuerzas, de distinto origen, que actúan de contrapeso:

- La dinámica interna de las organizaciones presiona para crear espacios diferenciados en cuanto a la gestión de contenidos y modelo de comunicación.

- El contexto digital de la Web plantea nuevos usos y prácticas que obligan a adaptar las webs institucionales.

Las políticas corporativas no provienen únicamente de la racionalidad, sino de percepciones de estrategia y oportunidad, sin olvidar las relaciones de poder divergentes. Integración-desintegración es un fenómeno global en todos los ámbitos de la documentación (Tramullas, 2008).

Conviene potenciar los componentes de gestión estratégica de información y tecnologías en la disciplina de la arquitectura de la información, de naturaleza conflictiva y colectiva, diferenciando sus prácticas de las del diseño de interacción y experiencia de usuario, más operativos y técnicos, y teniendo como punto de conexión los modelos de contenidos estructurados, los metadatos y los estándares abiertos de integración.

Hemos partido de los términos “desmembración” y “desarticulación”, que tienen como sinónimos “separación, división, desunión, desacoplamiento, desajuste”, que identificamos como elementos a evitar.

Para evitarlos hay que incluirlos formalmente en las prácticas de gestión de información, para no terminar atrapados en otros sinónimos aún más alarmantes como “descoyuntamiento” o “dislocación”, que requerirán tratamientos más invasivos, dolorosos y lentos.

Las buenas prácticas en arquitectura de la información nos permitirán adaptarnos al elemento crítico que encabeza esta reflexión: la tendencia a la dispersión de las webs corporativas.

Referencias bibliográficas

Aguer-Hortal, Mario. *La era de las organizaciones virtuales.* Pirámide, 2005. ISBN: 978 84 36819441

Freire, Juan; Gutiérrez-Rubí, Antoni. *2010-2020: 32 Tendencias de cambio.* Laboratorio de Tendencias, 2010.

<http://laboratoriode Tendencias.com/libro>

Godinez, Mario. *The art of enterprise information architecture: a systems-based approach for unlocking business insight.* Upper Saddle River, NJ: IBM Press, Pearson, 2010. ISBN: 978 0 137035717

Gómez-Hernández, José-Antonio. “Las metáforas sobre el mundo de la información y los bibliotecarios”. *El profesional de la información*, 2008, mayo-junio, v. 17, n. 3, pp. 340-343.

<http://eprints.rclis.org/handle/10760/11637#.T5GiRzK2-Qp>

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2008.may.11>

Niveles de integración

Se prevé la existencia de distintos niveles de integración en el entorno del *Portal del empleado*. En ocasiones el nivel de integración viene dado por el tipo de iniciativa. En otros casos dependerá de hasta qué punto se aplique la normativa dada por los bloques teóricos.

- **Nivel de integración A. Integración completa en el Espacio Virtual Común** de las denominadas iniciativas-tipo Marco General; esto es, de contenidos y servicios, de interés para todos los usuarios. Aplica al cien por cien la normativa específica definida para el Marco General.

- **Nivel de integración B. Integración completa mediante el desarrollo de un sitio intranet en el denominado Espacio Descentralizado de Información y Servicios (EDIS).** Aplican cien por cien la normativa específica definida en el modelo correspondiente a la iniciativa-tipo a la que pertenecen en función de sus objetivos, audiencia y contenidos.

- **Nivel de integración C. Integración parcial.** Se trata de sitios intranet existentes actualmente para los que la Guía tiene carácter de recomendación. Identificada la tipología de cada iniciativa, aplicarán el modelo específico de integración en mayor o menor medida. Se recomienda mínimamente aplicar los elementos de identidad del *Portal del Empleado*.

- **Nivel de integración D. Integración mínima** para aquellas iniciativas que no opten por ninguno de los posibles tipos de integración. Serán accesibles desde *Funciona.es* como enlaces, pero no aplicarán la normativa de la Guía. La experiencia de usuario se pierde totalmente, hay ruptura.

Tabla 1: Ejemplo de cómo contemplar el problema de la integración en la planificación de un proyecto de intranet. Fuente: *Funciona*, portal del empleado. Vol I. *Guía metodológica para la incorporación de nuevas iniciativas a Funciona.* Ministerio de Administraciones Públicas, 2004, p. 32.

Governor, James; Nickull, Duane; Hinchcliffe, Dion. *Web 2.0 architectures*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc, 2009. ISBN: 978 0 596 51443 3

Lara-Navarra, Pablo. "Metamorfosis de los portales: del hiper-texto a la hiper-red". *El profesional de la información*, 2007, v. 16, n. 3, pp. 206-212.
<http://eprints.rclis.org/handle/10760/9995#.T5Gi3zK2-Qo>
<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2007.may.04>

Morville, Peter; Callender, Jeffery. *Search patterns*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, 2010. ISBN: 978 0 596 80227 1

Morville, Peter; Rosenfeld, Louis. *Information architecture for the world wide web* (3ª ed.) O'Reilly, 2006. ISBN: 978 1565922822

Morville, Peter; Rosenfeld, Louis. *Information Architecture for the world wide web: designing large-scale web Sites* (1ª ed.) O'Reilly, 1998. ISBN: 978 0 596 00035 6

Pastor-Sánchez, Juan-Antonio; Martínez-Méndez, Francisco-Javier; Díaz-Ortuño, Pedro; Saorín-Pérez, Tomás. *Construcción de servicios de información digital*. Murcia: Diego Marín, ICE Universidad de Murcia, 2010 [cap. 6, pp. 137-165].

Rosenfeld, Louis. *Enterprise information architecture roadmap* (v. 2.0).

http://www.louisrosenfeld.com/home/bloug_archive/images/ElAroadmap2.pdf

Rosenfeld, Louis. "The metrics of in-betweenness". *Bloug*, 2011, Jun. 24.
http://louisrosenfeld.com/home/bloug_archive/2011/06/the_metrics_of_in-betweenness.html

Tramullas, Jesús. "Tendencias en documentación digital". *Boletín de la Anabad*, 2008, v. LVIII, n. 4, pp. 39-48.
<http://hdl.handle.net/10760/13051>

Vora, Pawan. *Web application design patterns*. Amsterdam: Morgan Kaufmann Publishers/Elsevier, 2009. ISBN: 978 0123742650

Wodtke, Christina; Govella, Austin. *Information architecture: blueprints for the Web* (second edition). New Riders, 2009. ISBN: 978 0735712508

* * *

Patrones para construir espacios de información unitarios

Francisco Tosete

En grandes webs corporativas se pueden aplicar con cierta coherencia patrones que ayuden a construir espacios de información unitarios en cuanto a su interfaz o, al menos, que permitan



lograr una cierta identidad corporativa unificada que garantice al usuario una experiencia más o menos homogénea cuando navega por un gran portal.

Un libro cuya lectura recomiendo a quienes trabajan en equipos de UX de organizaciones o sean responsables de su gestión, ya que aporta un marco práctico de gran valor para definir y construir interfaces modulares, es:

Curtis, Nathan. *Modular web design: creating reusable components for user experience design and documentation*.

<http://www.amazon.com/Modular-Web-Design-Components-Documentation/dp/0321601351>

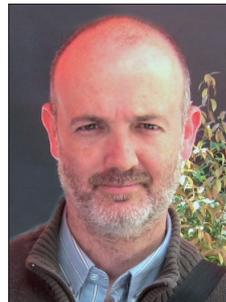
Básicamente se trata de deconstruir una interfaz como si de un mecano se tratara, de definir una retícula base para el diseño de las páginas webs que van a servir como plantillas genéricas y de identificar y definir los componentes que van a encajar en ellas. Para hacerse una idea:

<http://www.flickr.com/photos/ftosete/5929088875/in/photostream>

ftosete@imagineas.net

Modularidad y reutilización

Tomás Saorín



La observación de **Francisco Tosete** no debe olvidarse. Si en la base de casi todo proceso de construcción está la modularidad y la reutilización, también puede ser incorporado este enfoque al diseño de la experiencia de usuario, que luego tiene que desplegarse

en una web compuesta de varios sitios web.

A menudo se habla de normalizar la identidad visual, cuando los efectos de patrones de diseño similares (reconocibles sin esfuerzo, confortables) tienen mayor valor en el uso de la web.

Es frecuente mezclar arquitectura-usabilidad-accesibilidad, o que los detalles de una interfaz interfieran en los trabajos de otra. Pero es tema para otra nota.

tsp@um.es