

# Arquitectura de la información.

Al desarrollar un tema es importante contar con toda la información posible, pero, también debe tenerse en cuenta que esta información por sí sola no puede causar un impacto. Es necesario definir un proceso de comunicación óptimo que permita a los receptores interpretarla apropiadamente y es aquí donde la arquitectura de la información cobra relevancia.



Fuente: disenowebakus.net

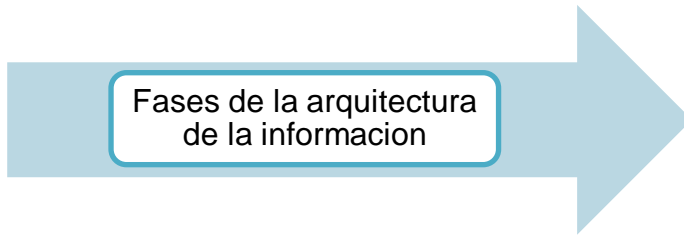
La arquitectura de la información se refiere al proceso mediante el cual se organiza, de una manera eficaz, el contenido del sitio web para las personas que visitan e interactúan con los contenidos en el sitio web de la marca, bien o servicio. Este aspecto es de vital importancia pues los usuarios pueden toparse con enormes cantidades de información difícil de procesar debido a una mala distribución en los menús o puntos destacados de la página.

Cuando un sitio web no cuenta con una buena arquitectura de la información, la navegación se vuelve difícil para los usuarios y estos pueden encontrarse con problemas como: **(Facchin, 2016)**

- ✚ No encontrar el bien o servicio que se está buscando.
- ✚ Perderse en el proceso de compra.

✚ No poder encontrar información que anteriormente se observó en la página.

Estos problemas deben evitarse para asegurar el éxito del sitio web, logrando así que la plataforma sea una herramienta eficaz para contactar con la empresa.



Desarrollar una adecuada arquitectura de la información requiere de un proceso definido, este incluye diferentes actividades que en realidad se inician antes de haber concebido el sitio web como tal. A continuación, se presentan las cinco fases principales que cualquier desarrollador web debe tener en cuenta:

## Keywords y análisis de notoriedad

Está claro que para ofrecerle cualquier producto al público primero se deben analizar las necesidades de estos y así saber que buscan. Con los usuarios de la interfaz no es un caso diferente. Existen bases de datos que recopilan información acerca de los patrones de búsqueda. Las palabras clave son una gran herramienta dentro de estas bases de datos. Estas ayudan a identificar lo que buscan los usuarios y en qué términos, por lo que es muy importante conocer las de mayor impacto y usarlas para incentivar a los usuarios a visitar el sitio.

Utilizar las palabras adecuadas puede posicionar la página en los primeros puestos del menú de opciones de los buscadores, lo cual representará una ventaja sobre la competencia. Debe tenerse en cuenta que estas palabras también están ligadas al tipo de público al que la página desea dirigirse.

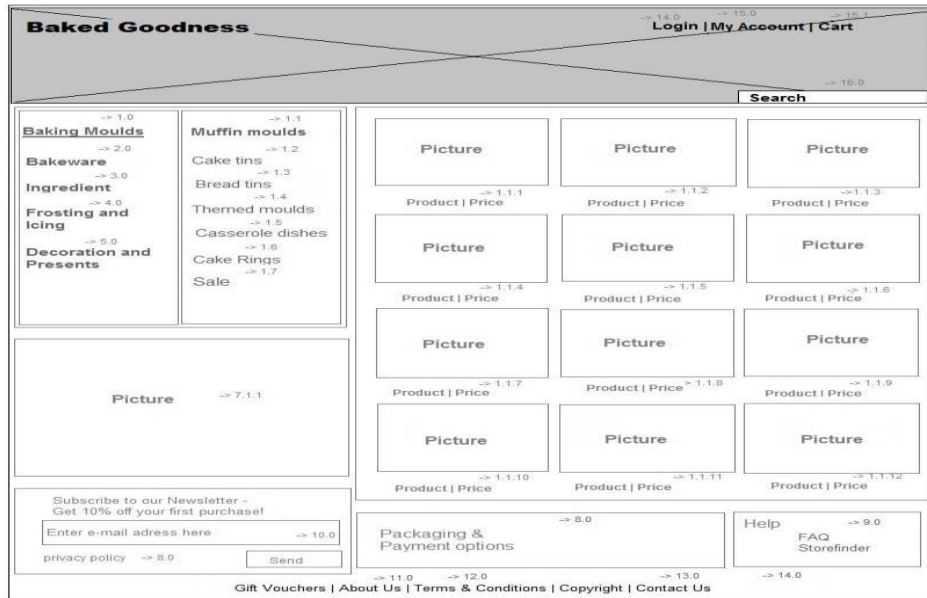
## Definición del sistema de navegación

A partir del estudio de las palabras clave, el desarrollador web debe crear y esbozar la estructura jerarquizada del sitio, partiendo de la página de inicio, definiendo cómo ésta dirigirá a los usuarios a las categorías y subcategorías situadas en los vínculos secundarios. Dentro de esta jerarquía, la información puede organizarse partiendo de dos principios:

- 1. De arriba hacia abajo:** este principio consiste en ubicar las palabras clave para los usuarios en la página de inicio, lo que significa que la información se ramifica para acceder al resto de contenidos.
- 2. De abajo hacia arriba:** este principio supone que el usuario acceda a las diferentes partes de la web por cualquier sección, a través de un término determinado. Esto permite que la navegación sea muy sencilla y permite que el usuario pueda acceder a todas las subpáginas de manera fácil.

## Wireframing

El wireframe es una herramienta de gran ayuda para dar inicio a la materialización de la página. Se trata de un esquema que permite visualizar cómo lucirá el sitio web y la arquitectura de la información teniendo en cuenta lo que se ha decidido en las fases anteriores. El wireframe puede ser estático, es decir, que muestra una sola página, o dinámico, mostrando varias páginas.



Fuente: ionos.es

La imagen anterior es un ejemplo de un wireframe estático, este provee las diferentes opciones en la página de inicio y ubica las categorías principales en la barra de navegación que está vinculada a las subcategorías.

## Sistema de etiquetado

El sistema de etiquetado de los enlaces permite ordenar más eficientemente las subpáginas. La URL de las páginas debe ser muy clara y fácil de comprender. Esto se puede lograr al añadir a esta la palabra clave del sitio web. Cuando se actualizan los contenidos de la página, las URLs estáticas no presentan ningún cambio, a diferencia de los dinámicos que son modificables desde el backend.

## Categorización

Cuando se aglomeran las páginas en categorías y subcategorías se crean canales a través del sitio, estos canales deben permitir dos formas de navegación, por una

parte se encuentra la consulta directa. Este tipo de búsqueda hace referencia a usuarios que tienen pleno conocimiento de lo que buscan y les interesa. Por otro lado, están las distintas categorías creadas para los usuarios que prefieren explorar paso a paso las subpáginas hasta llegar a la información que desean. **(Guide, 2018)**

Para saber si la página web cuenta con una adecuada arquitectura de la información, se deben analizar los siguientes aspectos y así hacer las debidas correcciones en caso de hallar fallas en esta.

**Porcentaje de rebote:** cuando una página presenta un porcentaje de rebote alto indica que los usuarios llegan al sitio web, tal vez lo observan, pero abandonan sin realizar ninguna interacción. Esto puede deberse a que el usuario no ha podido encontrar lo que busca, no se siente a gusto con la página o no ha sabido como navegar en la misma. Este problema puede estar ocasionado por la carencia de usabilidad web.

**Cantidad de páginas vistas:** este aspecto se refiere al número de páginas con las que los usuarios interactúan dentro del sitio web, es decir, cuantos menús u opciones visitan.

**Tiempo de permanencia:** indica cuanto tiempo se toman los usuarios para explorar el sitio web, es decir, cuanto tiempo permanecen dentro de la web hasta que finalmente deciden abandonarla. También puede analizarse el comportamiento de los usuarios y conocer el camino que recorren hasta dejar del sitio.

En ocasiones, el dueño de la marca, bien o servicio tiene una idea clara de lo que se pretende al crear un sitio web, pero posee cierta dificultad para comunicar dicha idea, decírsela a quienes van a desarrollar la página web, o incluso entre los propios miembros del proyecto, ya sea un proyecto desde cero o de un proyecto que haga uso de plataformas online de plantillas.

Es aquí donde la arquitectura de la información es de vital importancia, por lo que deben seguirse pautas y recomendaciones para darle una correcta estructura a dicha información.

**Referencias:**

- Facchin, J. (22 de abril de 2016). Recuperado el 15 de enero de 2019, de <https://josefacchin.com/arquitectura-de-la-informacion-web/>
- Guide, D. (04 de junio de 2018). Digital guide. Recuperado el 16 de enero de 2019, de <https://www.ionos.es/digitalguide/paginas-web/creacion-de-paginas-web/arquitectura-de-la-informacion-las-bases-de-la-ux/>