

Jesús Tramullas

[jesus@tramullas.com](mailto:jesus@tramullas.com)

*Preprint del texto publicado en Web Business, Junio de 2000*

La creciente complejidad de los contenidos informativos y de los servicios que se ofrecen a los usuarios hacen que, en los últimos años, las herramientas de navegación y orientación, dentro de las sedes o portales, cobren cada vez mayor importancia. De esta forma, se están recuperando e incorporando al web prestaciones de los sistemas hipertextuales clásicos. Entre las características de los mismos se encontraban funciones que pretendían evitar el desbordamiento cognitivo de los usuarios, y orientar sus procesos de exploración y recuperación de la información deseada. En esta ocasión, nos vemos a centrar en el análisis de los omnipresentes "mapa de navegación/ mapa del web".

### 1. Mapas hipertextuales

Las herramientas que permiten crear mapas de la estructuras hipertextuales presentes en el web son muy comunes. Frontpage, por ejemplo, incorpora esta prestación, adquirida por Microsoft cuando compró el ya fenecido Cyberpilot. Sin embargo, estas herramientas dibujan una representación gráfica de los documentos y de los enlaces existentes entre los mismos, creando la cartografía hipertextual completa de un sistema. Estas representaciones ofrecen un alto valor añadido para el diseñador de información, pero no son nada adecuadas para un usuario final. Consecuentemente, la creación de un mapa de navegación y de contenidos debe realizarse teniendo en primer lugar en cuenta las necesidades del usuario y su nivel de conocimientos, y no los objetivos y/o finalidades de la empresa o servicio. En segundo lugar, el propio término "mapa" está haciendo referencia a una representación gráfica

de tipo cartográfico, que muestra inequívocamente la situación, en un espacio, de determinados elementos. Por lo tanto, este componente es ineludible. Sorprende, por ello, la facilidad con la cual en numerosos portales o sedes las etiquetas o iconos correspondientes a los mapas de navegación remiten a índices temáticos de contenidos, más o menos estructurados según los intereses del servicios o propietario en cuestión, antes que atender a las verdaderas necesidades de los potenciales usuarios. Si el éxito de un web se basa en la satisfacción del usuario, el enfoque correcto sería situarse en el pensamiento de lo que éste quiere encontrar, y un mapa, guste o no, es un mapa, no un índice temático.

### 2. Mapas de navegación en el web

En consonancia con lo anterior, el usuario espera encontrar un representación gráfica que le permita comprender la estructura cognitiva e informativa del servicio de información. Teniendo esto como punto de partida, las posibilidades son enormes. Los diseñadores gráficos pueden encontrar aquí uno de sus campos más provechosos, aunque se enfrentan a la tesitura de tener que incluir más texto del que desearían. Por otra parte, un mapa de navegación de un web no puede ser exhaustivo hasta la saciedad: no debería incluir la representación gráfica de todos y cada uno de los nodos informativos existentes en el sistema. Se impone, por tanto, la definición de criterios de ponderación que establezcan unos límites. Otra cuestión a tener en cuenta es que un mapa de contenido y navegación no es tampoco un calco de la estructura física de los directorios reales existentes, sino la

representación mental que se hace de la organización de la información, desde el punto de vista del usuario, al que orienta.

La cuestión clave a tener en cuenta en la creación y desarrollo de un mapa de navegación es que el usuario acude al mismo porque no ha encontrado, en la página principal, o tras una breve navegación, lo que está buscando. Por lo tanto, debe ser lo suficientemente explicativo como para resolver este problema, o para ofrecer un trayecto hasta la solución del mismo, de manera explícita. A su vez, debe ser accesible desde cualquiera de los nodos o páginas web presentes en el sistema. Un mapa de navegación sólo accesible desde la página principal pierde el 90% de su potencial, ya que obliga al usuario a efectuar nuevos enlaces, le cansa, y le hace perder el interés.

Uno de las aplicaciones básicas de los mapas de navegación son las páginas principales basadas en un metáfora de diseño gráfico. Algo tan sencillo como la imagen tridimensional de una isla, en la que determinadas zonas representan las áreas de organización de la información, es un agradable ejemplo. Por desgracia, en numerosas ocasiones no se continúa la metáfora a lo largo del sistema, lo que le hace perder interés y profundidad. En cualquier caso, también debe tenerse en consideración que no siempre es necesario un mapa de navegación, debido a los objetivos y tamaño del sistema, o bien a que el contenido del mismo resulta tan variado que es casi imposible desarrollar una representación gráfica adecuada a la estructura interna. Por ejemplo, las comunidades virtuales más genéricas son tan variadas que no es de utilidad un instrumento de este tipo, como por ejemplo en la archipresente Terra ([www.terra.es](http://www.terra.es))

### 3. Software para crear mapas.

No es abundante el software disponible que ofrezca la posibilidad de crear

mapas del web. En primer lugar, Microsoft Frontpage ofrece la posibilidad de ver y almacenar una representación gráfica de nodos y enlaces entre los nodos, pero se basa en los enlaces físicos, no en la representación de la estructura de la información. Aparte, pueden encontrarse algunos webbots, como BlackWidow, que son capaces de crear una estructura de carpetas y directorios que refleja la estructura física de la sede web, pero no son verdaderas herramientas de creación de mapas del web propio. Sin embargo, puede probar con más éxito PowerMapper 2.0, de Electrum Multimedia, que crea un mapa interactivo de su web; o Net Mapper 1.0, de John O'Rourke, capaz de crear mapas interactivos en HTML. Si prefiere usar applets, también puede experimentar con MerzScope 1.0, de MerzCom, que combina un esquema de navegación arborescente con Java. Para los aficionados al ActiveX, SiteMapper Tree Control, de Quikxsoft, es una opción. Si aparte de un mapa del web está interesado en gestionar los enlaces, tanto externos como internos, y combinarlos con representaciones gráficas, y gestionar, en un sentido amplio, su sede, entonces no pierde nada probando con SiteHog 1.0.7., de RedHog Software.

### 4. Mapas de navegación en acción

Podemos ilustrar con numerosos ejemplos los párrafos anteriores. Por el contrario a Terra, Telefónica ([www.telefonica.es](http://www.telefonica.es)) ofrece un mapa de navegación basado en un esquema jerárquico, que permite localizar el área de interés del usuario en una breve exploración, y saltar directamente al objetivo de su interés. El mapa desarrolla en profundidad las categorías principales recogidas en el menú de navegación presente en cada página, lo que refuerza la sensación de coherencia. Además, la estructura no sobrepasa los tres niveles de profundidad, y resulta sencilla de comprender y utilizar. Como valor añadido, el enlace al mapa está

siempre presente durante la navegación de la estructura hipertextual.

De interés también es el enfoque adoptado en el servidor de la Universidad de Salamanca ([www.usal.es](http://www.usal.es)). Se utiliza código Javascript para generar un menú activo, que utiliza los iconos de carpetas y documentos estándares, y que puede plegarse y desplegarse con la misma acción que en un entorno gráfico de tipo Windows o X-Window, e incluso puede independizarse en una ventana propia, para su uso a lo largo del proceso de exploración. De esta forma puede aprehender la organización de la información en el web corporativo, aunque debe tener en cuenta que la propia estructura jerárquica del organismo no plantea grandes problemas para la aplicación de este esquema.

Diferente aproximación es la ofrecida en el web de Diálogo ([www.dialogo.es](http://www.dialogo.es)), una asociación de cooperación hispano francesa. Aunque el diseño gráfico es un poco "llamativo", su mapa de navegación adopta la forma de un organigrama, en el que presentan las diferentes unidades de organización de la información bajo diferentes colores, indicando las relaciones de dependencia y relación entre ellas. Quizá cabría plantear como limitación que no todas las áreas son directamente accesibles, sino sólo las raíces de las diferentes secciones. Si fuese posible el acceso directo a todas ellas, haciendo activo todo el gráfico, el mapa de navegación sería útil casi al 100%.

Mayor importancia cobran los elementos de diseño gráfico en el web de Planet Hollywood ([www.planethollywood.es](http://www.planethollywood.es)). Sobre el fondo negro corporativo, el texto plano, sencillo, ofreciendo diferentes colores según el tipo de información, enlazado por líneas rojas, y ofreciendo dos niveles de profundidad. Sin embargo, y aunque el web dice lo contrario, no es

posible encontrar enlaces al mapa en todas las páginas, lo que le hace perder gran parte de su valor. Este sencillo detalle es imprescindible en un buen diseño de navegación e interacción para un portal o sede web.

## 5. Y en el futuro cercano...

Y en un futuro cercano deberían aumentar el número y prestaciones de los mapas de navegación que utilicen mayor interactividad. No hay nada que impida usar Shockwave o Java para crear un mapa de web interactivo y tridimensional. El aumento de contenidos y prestaciones de las sedes, y la reticencia de los usuarios a usar directamente motores de búsqueda deberían potenciar la mejora de estas herramientas de apoyo a la navegación. En cualquier caso, Amazon anuncia para mediados de mayo un libro específico sobre el tema de Paul Kahn, titulado *Mapping Websites: Digital Media Design*. Y es que la navegación exitosa en hipertextos es la base de la satisfacción del usuario.