



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

“REDISEÑO Y DESARROLLO DEL SITIO *WEB* DE
NATURALIA, COMITÉ PARA LA CONSERVACIÓN
DE ESPECIES SILVESTRES, A.C.”

TESIS QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO Y
COMUNICACIÓN VISUAL

PRESENTA
ANDREA PACHECO LECHUGA

DIRECTORA DE TESIS
DOCTORA EN ARTES VISUALES
MARÍA ELENA MARTÍNEZ DURÁN

MÉXICO, D.F., 2012



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

Planteamiento del problema.....	19
Justificación.....	21
Objetivo general.....	25
Objetivos particulares.....	25

1. ECOLOGÍA Y AMBIENTALISMO

1.1 Ecología.....	29
1.1.1 Historia.....	29
1.1.2 Definición.....	32
1.2 Ambientalismo.....	37
1.2.1 Concepto.....	37
1.2.2 Tipos de ambientalismo.....	39
1.3 La crisis ambiental en México.....	44
1.3.1 El contexto y la biodiversidad.....	44
1.3.2 El uso y la sobreexplotación de los recursos.....	46
1.3.3 La crisis de la biodiversidad.....	49
1.4 Enfoques ambientalistas ante crisis ambiental.....	50
1.4.1 Organizaciones no gubernamentales.....	50
1.4.2 Instancias gubernamentales y estrategias de conservación.....	57
1.4.3 Sector privado.....	64
1.5 Reacción y actitud social ante la problemática ambiental.....	68

1.6 2010: Año internacional de la diversidad biológica.....	70
---	----

2. NATURALIA, COMITÉ PARA LA CONSERVACIÓN DE ESPECIES SILVESTRES, A. C.

2.1 Semblanza.....	75
2.1.1 Historia.....	75
2.1.2 Misión.....	79
2.1.3 Organización.....	79
2.2 Proyectos.....	81
2.2.1 Rescate del lobo mexicano.....	81
2.2.2 Recuperación y protección del jaguar del norte.....	86
2.2.3 Especies, revista sobre conservación y biodiversidad.....	91
2.2.4 Educación ambiental.....	92
2.2.5 Reforestación y desarrollo sustentable.....	95
2.2.6 Programa de voluntariado.....	100
2.2.7 Reserva “Los Fresnos”.....	101
2.2.8 Campaña contra el comercio ilegal.....	102

3. DESARROLLO DE SITIO WEB

3.1 Metodología para el diseño de sitios web.....	105
3.2 Planificación.....	107
3.2.1 Los objetivos.....	108
3.2.2 Los actores.....	111

3.2.3 Estudio de mercado.....	112
3.2.4 Los usuarios.....	112
3.2.5 El contenido.....	113
3.2.6 La producción.....	114
3.2.7 El presupuesto.....	117
3.3 Arquitectura de la información.....	118
3.4 Interactividad universal.....	125
3.5 Diseño de interfaz.....	128
3.5.1 Estructura.....	132
3.5.2 Accesos de navegación.....	133
3.6 Diseño del sitio.....	140
3.6.1 Jerarquización visual.....	142
3.6.2 Estilo visual.....	145
3.6.3 Diseño de la navegación.....	146
3.6.4 Estilo editorial.....	149
3.6.5 Lenguajes de programación <i>web</i>	156
3.7 Evaluación y mantenimiento.....	160
3.7.1 Herramientas de medición.....	161
3.7.2 Mantenimiento del sitio.....	163
4. REDISEÑO DEL SITIO <i>WEB</i> DE NATURALIA, A.C.	
4.1 Panorama.....	167

4.2 Planificación.....	170
4.2.1 Objetivos del sitio.....	171
4.2.2 Estudio de mercado.....	185
4.2.3 Los usuarios.....	206
4.2.4 El contenido.....	207
4.2.5 La producción: plan de trabajo.....	208
4.2.6 El presupuesto.....	213
4.2.7 Equipo de trabajo.....	214
4.2.8 Documento descriptivo.....	216
4.3 Arquitectura de la información.....	219
4.3.1 Contenidos.....	219
4.3.2 Evolución de los mapas de navegación.....	244
4.3.3 Versión en inglés.....	246
4.4 Propuesta de diseño y programación.....	246
4.4.1 Diseño de la interfaz y contenidos gráficos.....	247
4.4.2 Programación <i>web</i>	258
4.5 Evaluación y mantenimiento.....	266
4.5.1 Herramientas de medición.....	266
4.5.2 Mantenimiento del sitio.....	284
II. CONCLUSIÓN.....	305
III. BIBLIOGRAFÍA.....	315
IV. ANEXOS.....	323

Agradecimientos

Siempre he pensado que el diseño es el eslabón creativo a través del cual puedo expresar mi humanidad y llevarla a la práctica mediante una diversidad de proyectos que a su vez expanden el universo de mis conocimientos. Es a través de estas páginas que busco expresar algunas de mis experiencias, forjadoras de la madurez profesional que anhelo alcanzar. Este trabajo también es reflejo de mi pasión por la naturaleza y los seres que la conforman, especialmente aquellas especies que día a día luchan contra las adversidades para mantener su lugar en nuestro planeta.

Agradezco a mi madre, quien me inculcó el cariño, la disciplina y el valor necesarios para poder salir adelante por mi misma. Te quiero.

A mi padre, quien me enseñó a disfrutar el arte, la cultura y la gente que me rodean. Gracias por ser mi amigo. Te quiero.

A todo el equipo de Naturalia, A.C. por su apoyo durante el desarrollo de este proyecto y esas memorables “junta-pastel” que tanto me hicieron reír. Los respeto y admiro por su dedicación en esta humilde labor que día a día emprenden para salvaguardar nuestro patrimonio natural.

Gracias a la Dra. María Elena Martínez y a Karla López que me alentaron a terminar esta etapa crucial de mi vida profesional.



INTRODUCCIÓN

En el año de 2009 se comenzó la planeación de lo que se llamaría el rediseño del sitio *web* para la organización no gubernamental de Naturalia, Comité para la Conservación de Especies Silvestres, A.C. (Naturalia, A.C.). La tesis que aquí se presenta trata fundamentalmente cuatro puntos: la ecología y ambientalismo como corrientes teóricas y activas para el cuidado y conservación del medio ambiente, la trayectoria de Naturalia, A.C. (su visión, objetivos y proyectos, la metodología empleada y sobre la cual se fundamenta una serie de decisiones de diseño (estratégicas y prácticas) y finalmente, el desarrollo del proyecto mismo.

La renovación por definición viene del acto de renovar que significa “volver algo a su estado primario” (Diccionario de la Real Academia Española, o RAE). En otras palabras, no es más que restablecer la novedad en lo pasado y antiguo, es el retorno a lo imprescindible y lo básico, es la oportunidad de poner en práctica el conocimiento adquirido y volverlo a intentar. La condición humana podría o no, verse seducida por este concepto, pero resulta tan necesario que temerle podría implicar la pérdida de algo más grave...la pérdida de la trascendencia. Cuando en la vida se presentan oportunidades de mejora que implican la transformación y poner a prueba nuestras capacidades, conocimientos y audacia, ese intento (por inocente o mundano que parezca) no pierde su relevancia e importancia en un “mundo que todo lo sabe” y sin embargo no deja de evolucionar. Esto puede referirse a nuestro día a día, nuestro círculo de familiares y seres queridos, a nuestra localidad, nues-

tro ambiente de trabajo, el mundo natural, en fin, hasta nosotros mismos somos agentes en potencia de las innovaciones más geniales. Por decirlo de otra manera, la renovación nace de la intención por cambiar algo aparentemente conocido que, de resultar exitoso el intento resulta en una gran satisfacción.

Este proyecto en particular retoma el concepto de la renovación sobre una aplicación primeramente gráfica y sustentada a nivel comunicacional, mercadológico y administrativo, e insertada en un medio digital como parte de Internet, en forma de un portal o sitio *web*. Sin pretensiones, este proyecto anhela esa transformación, tanto estética y práctica, como profesional y personal en la exploración del desarrollo holístico de la realización de un sitio *web*. El deseo por mejorar (a través de una aportación gráfica) la percepción humana con respecto a la crisis ambiental, de alguna manera también se manifiesta. En cambio, involucrarse en proyectos cuya intención es preservar y mejorar la condición de vida de las especies (animales, vegetales y más), es una decisión personal que tiene la capacidad de cambiar la percepción del mundo. A primera vista, este proyecto no es más que el proceso del rediseño de un sitio *web* de una organización no gubernamental (ONG) mexicana dedicada a conservar nuestro patrimonio natural, mediante la creación de proyectos de investigación e implementación de acciones estratégicas. Desde otro punto de vista, es la manifestación humana que busca y anhela esa renovación del pensamiento gris al que cómodamente nos aferramos por miedo a alterar nuestro mundo.

Aquel individuo que emprende un proceso de renovación inherentemente lo mueve el deseo por mejorar su estatus actual y colocarse en una mejor posición personal, profesional, económica o de cualquier otra índole. En cambio, para las instituciones no lucrativas, su intención probablemente sea ganar el apoyo de la sociedad para emprender nuevos proyectos y/o mantener los actuales. En fin, para propósitos de este proyecto, el tema focal es para qué, por qué y cómo; la institución expone los objetivos (para qué), y a partir de ellos se identifican los beneficios (por qué), y la manera de lograr los resultados deseados (cómo). Para esto, se utilizaron fuentes de conocimientos comunicacionales, mercadológicas, administrativas, tecnológicas y evidentemente de diseño que se aplicarían para renovar el sitio.

Este proyecto de diseño conlleva una reestructura editorial y gráfica, a través de una aplicación digital, con una proyección mundial (a través de la *web*, Red o Internet), y tecnológicamente cimentado en una programación óptima que buscará satisfacer las necesidades específicas de una asociación civil sin fines de lucro dedicada a la conservación de especies y ecosistemas mexicanos. Parte del perfil de esta institución es que cuenta ya con un posicionamiento en el medio conservacionista y ambientalista (nacional e internacional), y que ahora busca consolidarse a través de una mejora en su imagen institucional; reconociendo así, el valor agregado que el diseño de una comunicación visual bien estructurada, fundamentada y validada es capaz de lograr.

Para este caso, no se trataba sólo de hacer cambios superficiales como diseñar una nueva plantilla, más bien había que actualizar la información y reestructurar la disposición de la misma, otorgándole una visualización ordenada y atractiva para la audiencia. En esencia, la institución se mantiene organizacional y administrativamente igual desde hace más de 10 años, ya que muchos de sus proyectos continúan y han evolucionado. Muchas de sus necesidades comunicativas y mercadológicas también han cambiado y, sin embargo, el primer sitio se había conservado prácticamente intacto. Un sitio muy primario para el que realmente no se había planeado un propósito, ni se había actualizado, ni actualizado oportunamente. Esto señaló la evidente necesidad por renovar. La raíz del problema no estaría en si el color de fondo era el correcto o no, sino en si la herramienta comunicativa ayudaba a difundir suficientemente bien sus proyectos al grado de poder incentivar el apoyo público. El usuario debía de ser capaz de entender la disposición de la información, o de lo contrario se perdería su interés. El diseño debía estar íntimamente ligado al contenido, lo que se quería comunicar (qué), y percibiendo las necesidades del usuario (para quién), ayudaría a la elaboración de un mejor diseño.

Este proyecto se enfocó en investigar desde las necesidades de la institución, hasta las del mercado para sustentar la toma de decisiones, tanto prácticas como estéticas. Desde el punto de vista gráfico, se detectaron las deficiencias del sitio anterior para entonces lograr una armonía visual amable, más moderna y homogénea bajo normas establecidas. ¿Por qué? El contexto ha cambiado y

los usuarios también. Ahora ellos conocen más el medio, sus posibilidades y sus expectativas han aumentado. La misma institución tenía más demandas y la presente tecnología proporciona medios de solución más eficientes y completos. Existía una real y latente exigencia por una actualización de contenidos, diseño y tecnología, que en 10 años no se había procurado mantener, deteniendo el progreso y la explotación de novedosos recursos y herramientas del medio¹, lo cual resultaba más perjudicial que benéfico para la institución. Se pagaba por un sitio que en nada convenía, ni financiera, ni administrativa, ni comunicativa, ni comercialmente hablando. Renovarse era una necesidad, no un lujo.

¿Rediseñar o Reestructurar?

En un artículo titulado “*Good Designers Redesign, Great Designers Realign*”, Cameron Moll expone cómo el proyecto que Apple, Co. lanzó en 2005 llamado *iLife '05* que ofrecía un software con aplicaciones digitales mejoradas y adecuadas, empezaría a marcar un estilo de vida único y distinto de sus usuarios, ende el nombre que se le dió al producto. Así fue que Apple introdujo una nueva y fresca identidad, empezando por su empaque. A lo que Moll nombró *redesign*, o rediseño y, que a simple vista, se trataba de un empaque rediseñado, pero en realidad era un cambio conceptual a fondo sobre la visión que se tenía hasta entonces sobre el uso de la computadora personal y lo que pudieses lograr. La distinción de este rediseño, es que conllevaba una intención mayor, y a esto lo nombra Moll *realign*, o realinearse y

¹ En este caso, la referencia es a los medios audiovisual y multimedia.

que puede entenderse como “volver a dar línea o estructura”. Para fines prácticos, se le denominará a esta idea: reestructurar.

Moll divide a los creativos en dos: los que rediseñan y los que reestructuran. Los primeros, se basan en una respuesta casi inmediata, subjetiva y emocional respecto a la estética actual y bajo la cual justifican su rediseño. Es una solución gráfica temporal y superficial. Los segundos, en cambio, se enfocan en objetivos estratégicos, las cambiantes necesidades de los usuarios, las tendencias de mercado, las novedades gráficas para la presentación del contenido, las potencialidades tecnológicas, etc. Para algunos casos, se puede rediseñar, pero para este caso forzosamente había que reestructurar.

Durante todo el proyecto se pretendió dar una renovación visual fundamentada en una planeación bien organizada, primero de la información y luego de los procesos de trabajo. Para esto, se estudió el caso, se generaron lluvias de ideas, se tomaron en cuenta necesidades y sugerencias de cada área, se buscó una programación completa, se proyectaron escenarios de necesidades comunicativas, (específicamente externas, con una intención subyacente de mejorar la interna), se organizó y sistematizó la forma de trabajo para generar los contenidos, y se contemplaron métodos de evaluación para hacer las correcciones pertinentes. Todo para poder ofrecer un sitio capaz de servir como plataforma a los proyectos, actuales y futuros de Naturalia, Comité para la Conservación de Especies Silvestre, A.C.

Planteamiento del problema

Desde hace veinte años, Naturalia, A.C. se ha preocupado por desarrollar diversos proyectos destinados a la conservación de especies y sus ecosistemas, así como de promover la divulgación de los mismos, estimulando la conciencia y la educación ambiental de la sociedad.

Una parte esencial para llevar a cabo dicha labor está en comunicar los proyectos que emprende. Su comunicación no solo debe estar dirigida a las distintas audiencias que busca interesar en sus proyectos, sino que debe empezar en casa, con los miembros que la conforman. Sin embargo, ambos públicos han sido descuidados. No existe una comunicación constante que unifique la imagen de la institución. Partiendo de esta primer necesidad es que surge el presente proyecto de diseño y se propone un sitio diseñado con base en una metodología, buscando la mejora en la imagen comunicativa de Naturalia, A.C.

Internamente (y en teoría), esta institución debería ser capaz de transmitirle a todo su equipo de trabajo sus objetivos, su visión, sus metas a corto y largo plazo, y sus diversas estrategias de trabajo con el fin de generar un espíritu unificado que los motive a trabajar con una dirección definida y en una línea de pensamiento acordada. No obstante, tras haber trabajado ahí durante dos años, esa teoría brilló por su ausencia. El aislamiento entre las distintas áreas y proyectos que se llevan a cabo, llegó a generar desinformación y desinterés por parte del equipo en

numerosas ocasiones. Por consecuencia, sus capacidades productivas para generar recursos y participación social disminuían.

Por otra parte, a nivel externo, Naturalia, A.C. tiene la necesidad de difundir la prevención y el cuidado del medio ambiente; de concientizar sobre las especies mexicanas en peligro de extinción; y de promover la educación ambiental. En menor o mayor grado, directa o indirectamente, todos sus proyectos involucran a instituciones, comunidades, empresas y gobiernos (tanto nacionales como internacionales), con las cuales debe hacer alianza para llevarlos a cabo. Es por esto que su comunicación debe ser capaz de generar adeptos y aliados con enfoques y trasfondos culturales muy distintos bajo un paraguas incluyente, constante, actualizado e identificable para todos sus públicos.

Hoy en día, el tema de la conservación ambiental y sus ecosistemas se ha popularizado gracias a los distintos medios de comunicación masivos que han permitido la difusión de acciones de diferentes instituciones, organizaciones, gobiernos, empresas e individuos, con el fin de reducir el impacto o huella ecológica humana, la sobreexplotación y el deterioro de los recursos naturales de nuestro planeta y la extinción de miles de especies; creando así, una conciencia mundial sobre estos problemas. Queda entonces en manos de estas agrupaciones la dedicación y el compromiso para fomentar los cambios necesarios dentro de la sociedad con la esperanza de que haya una mejora ecológicamente viable.

Con esto en mente, es importante destacar el gran potencial que tiene Internet al ser un medio usado por millones de personas alrededor del mundo, convirtiéndose en el punto de encuentro de información, ideas, propuestas, acciones y alianzas; favoreciendo así la masificación del tema conservacionista. Actualmente, un sitio *web* es capaz de presentar a una institución y promover su causa gracias a todas las herramientas dinámicas que ofrece. Permite la exposición de la información, no sólo a manera de texto, sino que recurre a la fotografía, a la animación, al video, a la ilustración y a códigos visuales en general, volviéndose un medio muy completo en el que cualquiera puede visitar o ser visitado por infinidad de usuarios alrededor del mundo.

Justificación

Naturalia, A.C. cuenta con dos canales de comunicación muy importantes: la revista *Especies, revista sobre conservación y biodiversidad*, y su sitio *web*. El primero cuenta con una trayectoria de 15 años que se tratará más adelante². El segundo fue primeramente proyectado y desarrollado hace diez años, contando con un mínimo de mejoras tecnológicas y de contenido. El desarrollo de tecnologías ha ido escalando en los últimos dos o tres años, pero en ese entonces eran escasos los *software* disponibles para diseñar y desarrollar un sitio *web* fuera del código HTML. Mucho menos pensar en una metodología especializada sobre

² Capítulo 2 de la presente tesis.

la cual se crearan fundamentos (no solo el diseño, sino la información contenida en el sitio *web*), capaces de cumplir con las emergentes necesidades de incontables instituciones, empresas e individuos. El primer sitio *web* de Naturalia, A.C. era obsoleto y estaba desatendido. Contenía información e imágenes desactualizadas. Tenía una navegación confusa y sus objetivos eran imprecisos e insuficientes para las necesidades actuales de la institución. Era preciso detectar las deficiencias y proponer soluciones capaces de unificar la misión y metas globales de Naturalia, AC. de tal modo que se pudiese captar una mayor audiencia interesada en unirse a los proyectos ambientalistas, obteniendo una mayor conciencia y participación social. Más importante aún, ha sido el aumento de su responsabilidad social, en gran parte propiciada por esta la creciente atención social y mediática enfocada en la problemática ambiental; generando así la necesidad de mejorar este importante canal de comunicación digital.

En 2009, tras un impulso constructivo, Naturalia, A.C. comienza un periodo de transformación en la búsqueda de una mejora en su imagen institucional, dentro de los cuales la renovación del sitio cobraría una seria importancia. Su búsqueda por consolidarse a nivel nacional e internacional y comunicar el desarrollo de sus proyectos para captar el interés social mediante afiliaciones, donaciones y participación activa, le exigieron enfrentar la renovación.

El diseño de la página de Internet se presentó como un reto significativo de diseño holístico, en el que se tengan que aplicar los conocimientos del diseño de la comunicación visual, con un potencial creativo y en respuesta a necesidades presentadas por Naturalia, A.C. No se trata solamente de reunir información, imágenes y hacerlas atractivas. Debe haber un principio funcional bien estructurado con base en el manejo y administración del contenido, con metas de comunicación y de diseño claras y específicas que se pretenden lograr por este medio.

Adicionalmente a esta necesidad institucional, la motivación personal por apoyar la causa sobre conservación ambiental en México dibujaron este camino que ha permitido una contribución profesional adicional a aquella realizada durante el tiempo vivido como parte del equipo de diseño de Naturalia, A.C. La ventaja de conocer los proyectos, entender la forma de trabajo, la visión de esta institución, además de contar con apoyo y colaboración de todo el equipo, permitieron emprender este proyecto para cubrir las necesidades comunicativas y promover los proyectos de Naturalia, A.C., logrando así el acercamiento con la sociedad y apoyando esta encomiable labor de conservar la especies silvestres en México y sus ecosistemas.

Por estas razones, este proyecto integrará diseño y contenido que ayuden a Naturalia, A.C. a posicionarse en el ámbito nacional y mundial, con una propuesta sólida y funcional que muestre el compromiso, la capacidad, la dedicación y el desempeño de la institución, haciéndola atractiva para la inversión y participación

de la sociedad. Este sitio no solo será un espacio donde los usuarios se enteren de los proyectos de Naturalia, A.C., también será la sede del conocimiento sobre temas de conservación, educación y divulgación del medio ambiente en nuestro país. Fungirá como un lugar de informativo y de encuentro para todo aquel interesado en colaborar, discutir, hablar y participar sobre el tema. De esta manera, se promoverá la participación de la sociedad, directa o indirectamente, ya sea informándola y educándola, como voluntarios o servidores sociales, y mediante donativos o membresías. Esto a su vez reforzará su estructura administrativa y económica, ya que el sitio se convertirá en un punto de venta de todos los productos y material de divulgación que elabora la institución. Dentro de las primeras necesidades que se detectaron fueron:

- La actualización de los contenidos textuales y gráficos.
- La generación de contenidos en inglés.
- La posibilidad de realizar actualizaciones constantes e inmediatas de los contenidos de acuerdo a las necesidades emergentes, a corto, mediano y largo plazo.
- La inclusión de noticias, proyectos, y eventos de y relacionados a Naturalia, A.C.
- La reestructuración del mapa de navegación.
- Lograr una mayor interacción con los usuarios del sitio.
- Diseñar una interfaz funcional para los usuarios y la institución.
- Desarrollar un diseño que mostrase el carácter humano, serio y comprometido de la institución para con el medio ambiente y la sociedad.

Objetivo general

“Lograr una mejora de la comunicación visual de la institución a través de la reestructuración y rediseño del sitio *web* de Naturalia, A.C. tomando en cuenta la semejanza y carácter de la institución y conceptos de diseño gráfico aptos para el medio; utilizando herramientas tecnológicas y económicamente viables para la institución”.

Objetivos particulares

Los objetivos particulares son una serie de acciones que había que tratar a lo largo del proyecto. Estas acciones incluyeron:

- Detectar las necesidades comunicativas y de diseño que tiene la institución para diseñar un sitio *web* que las satisfaga.
- Considerar las características de los usuarios del sitio actual para hacer una mejora en cuanto al despliegue de la información y su diseño.
- Hacer una recopilación y análisis de la información proporcionada por la institución para elaborar la arquitectura de la información, base estructural del contenido y el diseño del portal.
- Actualizar y mejorar los contenidos para que sean legibles, atractivos, y memorables con el fin de que los usuarios tengan una comprensión completa sobre las acciones que emprende la organización.
- Lograr una congruencia entre contenido y diseño, con la finalidad de que representen y acentúen el carácter de la institución.
- Lograr mayor captación de recursos por medio de donativos, afiliaciones,

y venta de productos a través del sitio *web*.

- Captar una mayor audiencia.
- Lograr una interacción con los visitantes.
- Lograr un diseño en función al tipo de contenidos (textos y/o imágenes).
- Tener una mayor comprensión de los códigos visuales que se utilizan para un sitio *web* y canalizarlos debidamente al proyecto.
- Conocer cuáles son las opciones de programación que mejor se adapten a las necesidades de actualización y presentación del contenido del sitio *web*.
- Diseñar y desarrollar una interfaz homogénea, amable, ordenada y única del portal de Naturalia, A.C.
- Buscar la integración de la institución a través de este proyecto.

En un camino de retrospectión se aborda el ecologismo y el ambientalismo, la semblanza de Naturalia, A.C., la metodología para el desarrollo de un sitio *web* y finalmente, la propuesta aplicada del sitio.



ECOLOGÍA Y AMBIENTALISMO

Existe la costumbre de usar indiscriminadamente y confundir los términos referentes a la ecología, como ecologista y ecológico, con aquellos del ambientalismo como, ambientalista o ambientalmente sustentable. Por esto es necesario empezar por definir cada uno de estos conceptos, que están íntimamente ligados, pero son distintos entre sí. De esta manera, se podrá detectar cuál es la postura de la institución en cuestión, su labor en materia de conservación ambiental, su enfoque comunicacional y la proyección de diseño que el sitio deberá adoptar para cumplir sus propósitos.

1.1 Ecología

1.1.1 Historia

La ecología es una rama de la biología que nació bajo la influencia de tres vertientes ideológicas, entre los siglos XIX y XX: la teología natural, el ficisismo y el evolucionismo.

Teología natural

La teología natural es un ideología occidental proveniente del Cristianismo que se enfoca en el estudio metafísico de Dios como Ser Absoluto y Causa Primera de los entes, desde el punto de vista de la razón y la lógica. A diferencia de la teología sobrenatural, no busca la comprobación de su existencia por medio de eventos sobrenaturales y no comprobables científicamente hablando, sino que le atribuye al Creador la “programación”

de un sistema de balances que resultan en un equilibrio natural que rige las leyes de la naturaleza. Es como decir: “Él decide si vives o mueres” o “Él escoge quien prospera y quien no”.

Ficisismo

Más tarde, nació junto con el cientificismo¹ el ficisismo que trataba de explicar el mundo por medio de sus factores físicos, y coincidiría con la teología natural en la existencia de un sistema al que se le denominaría ecosistema, término acuñado por Arthur G. Tansley en 1935, quien lo define como la unidad fundamental ecológica, constituida por la interrelación de un biotopo (hábitat o ambiente) y una biocenosis (su población), creando así el equilibrio dinámico. Es decir, los elementos físicos y los seres vivos, actúan recíprocamente, formando una compleja red dentro de un espacio, que se le llama biosfera:

“unidades fundamentales que, como un bosque, un estanque o un río, son comunidades cuyos elementos físicos y biológicos tienen entre sí una interacción constante, ocupan un área determinada y, considerados en conjunto, guardan una independencia relativa y una afinidad considerable”. (Arana, 2007:22)

Para la segunda mitad del siglo XX, Eugene Odum² concibió un sistema de circulación, acumulación y transformación de materia y energía que se han aplicado a temas de gestión y política ambiental, como el del Programa de las

¹ Cientificismo se refiere a la corriente ideológica que afirma que la única fuente de verdad es la ciencia.

Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Sus aportaciones, a pesar de estar centradas en la ecología, son elementales para comprender el ambientalismo.

Evolucionismo

La tercera y última corriente, el evolucionismo, trataría de explicar los fenómenos naturales con conceptos como el azar, la competencia, la historia de las especies y la genética. En resumen, la teoría de la evolución indica que todas las especies se han adaptado y transformado genéticamente para sobrevivir y reproducirse en un medio ambiente constantemente cambiante y por consiguiente, los organismos y sus relaciones también son cambiantes. Esta ideología se sustenta en la observación, el análisis de fósiles, el ADN y los cambios químicos y físicos de los organismos a largo plazo (a diferencia del ficismo que sólo se enfocaba en los cambios a corto plazo). En pocas palabras, los evolucionistas ayudarían a validar el estudio de las relaciones de las especies respecto a su entorno y otras especies.

En esencia, estas tres teorías no son tan distintas como aparentan. Todas utilizan los conceptos orden, equilibrio, interdependencia, armonía, función, programa, relación y regulación (Arana, 2007:17). Entre las tres sientan las bases de la ecología.

² Biólogo americano pionero en la ecología contemporánea.

1.1.2 Definición

Con base en este primer acercamiento, se puede inferir que la ecología estudia las relaciones entre organismos y aquellas que tienen con su entorno.

La primera definición de Ecología hecha por el evolucionista alemán Ernesto Haeckel en 1870, le apropió el significado de:

“ ‘la economía doméstica de la naturaleza’ que se dedica a investigar las relaciones del animal entre ellos, su medio y otros seres vivos, como las plantas, con las cuales interactúan directa o indirectamente, de forma benéfica o perjudicial”. (Arana, 2007:14)

De acuerdo con Ernst Mayr, otro evolucionista americano:

“Por Ecología entendemos el cuerpo de conocimiento referente a la economía de la naturaleza: la investigación de todas las relaciones de los animales con su ambiente orgánico y su ambiente inorgánico, incluyendo sobre todo las relaciones amistosas y de enemistas con los animales y plantas con los que tales ambientes entran en contacto directo o indirecto”. (Mayr, 2005)

Partiendo de esta idea, para la Ecología existen tres tipos de relaciones entre organismos (Arana, 2007):

- De ayuda o protección entre miembros de una misma o distintas poblaciones;

- Aquellas entre depredador y presa, o parásito y huésped.
- De competencia.

Sin embargo, a lo largo de más de 150 años que comenzó este proceso de conceptualización, las definiciones han evolucionado constantemente por la misma transformación del contexto social, económico y natural. Una definición más actual es la de G. Tyler Miller, Jr., autor del libro *Ciencia ambiental. Desarrollo sostenible. Un enfoque integral*, quien dice que la Ecología es la:

“Ciencia biológica que estudia las relaciones entre los organismos vivos y su ambiente; estudio de la estructura y de las funciones de la naturaleza”. (Miller, 2007:14)

¿Qué le concierne a la Ecología?

Aunque ya se expusieron tres tipos de relaciones que hay entre organismos, la complejidad del asunto es mayor puesto que cada ecosistema es una red conformada por organismos y microorganismos que actúan tanto de manera grupal como independiente. Así encontramos términos como la sucesión ecológica que se enfoca en estudiar los cambios progresivos de la población vegetal y animal a lo largo de periodos relativamente prolongados, desde la colonización de los organismos más pequeños (p.e. bacterias), hasta culminar en una comunidad, que puede o no, alcanzar el equilibrio ecológico; detectando así los organismos que conforman un determinado ecosistema. Otro ejemplo, es que la Ecología ayuda a entender cómo funciona el ambiente, proveedor de alimento,

agua, aire, y tierra, involucra todos los recursos necesarios para la supervivencia de los organismos. También incluye aspectos como el clima, la geología y topografía, variables que inciden muy particularmente en cada del lugar del planeta, pero a su vez son capaces de reproducirse casi homogéneamente creando ecosistemas parecidos con especies similares.

Cuando se empieza a cobrar conciencia del papel que juega el ser humano (como individuo y como especie) dentro de este sistema, es posible detectar numerosas causas, efectos, acciones, problemas y soluciones. Entonces se puede entender la complicada red que afecta toda la vida de nuestro planeta. Tal es el caso de la sobreexplotación de los recursos, la sobrepoblación, la migración, la contaminación del agua, aire y tierra, el cambio climático, etc. De acuerdo con L.F. Gómez Lomelí³:

“la Ecología, a diferencia de las demás ciencias, trata de la supervivencia de la humanidad. O, si se prefiere, la Ecología versa sobre la catástrofe. Varios ecólogos estarían en desacuerdo con estas afirmaciones, dirían que la Ecología trata de la relación de los seres vivos con su entorno [...] Sin embargo, cuando la especie a estudiar es la especie humana, difícilmente se escapa la preocupación de los cambios que ha realizado la especie sobre el

³ Ingeniero físico, biotecnólogo, ecólogo y doctor en Ciencia y Cultura por la Universidad Autónoma de Madrid.

planeta y, de forma casi invisible, aparece la pregunta acerca de si es posible o no, manteniendo la relación que tiene la especie con su entorno, la supervivencia de la misma” (Gómez Lomelí, 2009:)

Por consiguiente, en los últimos cincuenta años son innumerables las instancias académicas, gubernamentales y no gubernamentales, así como las empresas, públicas y privadas, que enfocan parte de sus recursos para tratar estos temas. Esto marca una nueva tendencia de pensamiento haciendo de la Ecología el epicentro de acciones ambientalistas que buscan solucionar de muchas maneras, los problemas que amenazan nuestro actual estilo de vida y del planeta. La cuestión es que no sólo se trata de salvar la vida, se trata de crear una conciencia de cómo, por qué y para qué sirve estudiar estos problemas, tomando en cuenta que las personas actuamos con base en nuestros intereses, tan egoístas o tan desinteresados como estos puedan ser. Lomelí propone que,

“La Ecología y el ecologismo, vale recalcarlo, indican y proponen una salvación colectiva, y la supervivencia de la especie humana es la que “está en juego” y, para cuestiones como el cambio climático u otras que afecten a toda la biosfera, poco importa que una persona sea “ecologista” si existen grupos que no lo sean y la sigan destruyendo” (Gómez Lomelí, 2009: 31)

Ahora bien, algo muy interesante que proponen Jean Paul Deléage y Christian Souchon (UNESCO-PNUMA, 1996) es que la Ecología es “el humanismo de nuestro tiempo”, porque trata temas de salud, sobrepoblación, sobreexplotación de los recursos naturales, economía, urbanismo, producción y consumo de bienes y servicios, migración, etc. La Ecología involucra todo esto y más, por eso, es la ciencia capaz de mover la invención y creatividad del hombre del siglo XXI y enfocarla hacia un bien común para todos los seres vivos de este planeta a partir de una educación ambiental para todos. Con esto en mente, fue que ellos idearon un trabajo específicamente sobre la energía como tema de educación ambiental, desarrollando métodos de enseñanza y de aplicación para lograr un mejor consumo, producción, economía, y ahorro de la energía, y demostrando que la educación ambiental es vital para cumplir el potencial que las acciones ecológicamente viables pretenden alcanzar.

“The scope and diversity of modern environmental problems are such that many spheres of life lend themselves to environmental education; these include the utilization and management of natural resources, nutrition and health, the environmental problems of urban areas, the control and alleviations of various forms of pollution, etc.

“‘Energy: an interdisciplinary topic for environmental education’ is not an exhaustive discussion of all environmental questions: rather does it try to give an original presentation of certain select topics connected

with energy, while stressing the complex and comprehensive nature of the problems involved. Moreover, it uses an educational approach based on an active and interdisciplinary treatment of environmental education within the frame of general school education". (UNESCO-PNUMA, 1996)

En otras palabras, la diversidad de los actuales problemas ambientales exigen de la educación para saber aprovechar los recursos y controlar la contaminación y escasez de los mismos. El tema de la energía es un punto clave para que creativamente se pueda solucionar la creciente demanda contra la deficiente oferta y para esto también hay que implementar programas de educación en todos los sectores de la sociedad mundial.

Es así como el concepto de Ecología, se ha ido transformando. Gracias a los diferentes estudios y teorías que surgen, se expande la terminología y la aplicación al punto de que los conceptos comienzan a confundirse y es necesario hacer la distinción .y/o unión entre sí.

1.2 Ambientalismo

1.2.1 Concepto

El ambientalismo también ha pasado por una transformación que, más que redefinirla, la ha forzado a adaptarse para ser aplicable en distintos ámbitos de nuestra vida. Ya sea porque la sociedad está más involucrada, informada, o educada sobre el tema; o porque los gobiernos son presionados por grupos extremistas

capaces de arriesgarlo todo por una causa; o debido a que las empresas ven un nicho de oportunidades mercadológicas, de ventas e ingresos; o simplemente porque los desastres naturales han cobrado la fuerza suficiente para afectar súbitamente la vida de millones de personas, el ambientalismo involucra una serie de acciones que van desde lo político, lo social, lo económico e incluso, a lo militar. Su “poder” (por llamarlo de alguna manera) ha incrementado y continuará así siempre y cuando haya personas con la habilidad de entender los efectos del medio ambiente para con nuestro estilo de vida.

Ahora bien, primero que nada hay que establecer qué es ambiente. Al respecto, G. Tyler Miller, Jr., dice:

“la suma total de todos los seres vivos y factores abióticos (no vivientes) que afectan a cualquier organismo. Somos parte del ambiente que nos rodea”. (Miller, 2007)

Además aporta su propio concepto llamado ciencia ambiental:

“un estudio interdisciplinario que utiliza la información y las ideas de las ciencias físicas y de las sociales para aprender cómo trabaja la naturaleza, cómo interaccionamos con el ambiente y cómo podemos vivir de una manera sostenible o sustentable sin degradarlo”. (Miller, 2007)

Esto demuestra esa transformación mencionada anteriormente. La complejidad del tema ha propiciado nuevas conceptualizaciones y generado tipos de ambientalismo muy particulares por los métodos, misiones, visiones, enfoques y estrategias que emplean.

1.2.2 Tipos de ambientalismo

De acuerdo con L.F. Gómez Lomelí, existen tres corrientes primordiales de ambientalismo que resumen y engloban todas estas facetas y son:

1. Los Prístinos
2. Los Ecoeficientes
3. La Ecología Social⁴

Sobre las primeras dos comenta:

“Las dos primeras que podrían catalogarse como tales, “prístinos” y “ecoeeficientes”, aparecieron a finales del siglo XIX en Estados Unidos; en resumen, los “prístinos” defienden la preservación de la naturaleza intacta y los “ecoeeficientes” procuran el uso racional o sostenible de los recursos naturales”. (Arana, 2007)

Mientras que la Ecología social,

“incluye todas aquellas manifestaciones ambientalistas donde lo principal no es la “naturaleza prístina” la “o la obtención de recursos” sino las implicaciones sociales que tiene nuestra relación, como

⁴ Aunque utilizar la palabra ecología remite nuevamente a esta confusión terminológica, se respetará el término propuesto por el autor y se puede entender como ambientalismo social.

civilización, con la naturaleza. Para la Ecología social es necesario llevar a cabo una transformación económica radical para que la relación de la especie humana con la naturaleza sea armónica. Y también es necesario que la ciencia esté orientada a valores sociales. Asimismo, su idea del mundo es uno que cambia (más que un mundo donde la naturaleza y la sociedad son estables) y su ética puede ser homocéntrica (el bien social es mayor al bien individual) o ecocéntrica (creencia en que todos los seres vivos e inherentes tienen valor, responsabilidad moral con el entorno)". (Arana, 2007)

Ahora bien, estos tipos de ambientalismo se establecieron como ideologías por distintos grupos dentro de la sociedad que crearon a su vez, instituciones y organismos con un carácter, misión y visión ambientalista, que marcaría su forma de reaccionar ante las problemáticas ambientales.

Prístinos

La corriente prístina comenzó con John Muir y la primera sociedad ambientalista ciudadana, el Sierra Club. Muir era un hombre que gozaba del contacto de la naturaleza en su estado salvaje y gracias a sus escritos elaborados a lo largo de diversos viajes. Se fundó en 1892 y perdura en la actualidad, siempre bajo la premisa de promover el reencuentro de la sociedad con la naturaleza.

Las organizaciones prístinas trabajan para la conservación, preservación

y protección de la naturaleza a través de la creación de reservas naturales y parques nacionales, o similares según cada país. Otras organizaciones prístinas a nivel mundial son el Fondo Mundial para la Naturaleza o *World Wildlife Fund* (WWF), Conservación Internacional y *Defenders of Wildlife*. En nuestro país, están Naturalia, A.C., Pronatura, Unidos para la Conservación y Fondo Mexicano para la Conservación. Esta corriente fue adoptada en nuestro país en 1867 por el Presidente Sebastián Lerdo de Tejada, incluso antes que España, Italia, y Suiza. Ese año, el Presidente expropió el terreno del Desierto de los Leones y lo convirtió en la primer “área natural protegida” del país. Para 1898, durante el mandato de Porfirio Díaz, se decretó El Chico, Hidalgo, como el primer “bosque natural”, y para 1917, Venustiano Carranza decretó este mismo lugar, junto con el Desierto de los Leones, “reservorio de la vida silvestre”.

Ecoeficientes

La corriente de los ecoeficientes, en México comenzó con Miguel Ángel de Quevedo, “El apóstol del árbol”, fundador de la Sociedad Forestal Mexicana en 1992, quien defendía el “manejo racional”⁵ de la naturaleza. A diferencia de los prístinos, los ecoeficientes no buscan preservarla intacta, ni están interesados en su valor intrínseco, pero sí se enfocan (al menos en teoría) en conservarla, a fin de regenerar los recursos necesarios para servirse

⁵ Antecedente del actual término “desarrollo sustentable o sostenible”.

de ellos indefinidamente; por ejemplo, para fines científicos como el control de la contaminación, el tratamiento de desperdicios, el reuso y reciclaje, etc. En este caso, se involucra más la participación científica, empresarial y política por el tipo de proyectos que se promueven a nivel económico e industrial.

A nivel internacional una organización que sigue este cuadro es la organización *Forest Stewardship Council* (FSC) fundada en 1993. FSC nació en respuesta a la deforestación masiva de los bosques a nivel mundial y ofrece un sistema reconocido internacionalmente que acredita a compañías, instituciones y comunidades interesadas en producir y consumir responsablemente productos del bosque. Esto crea una de toma de decisiones entre productores y consumidores que benefician tanto a las personas como al ambiente, además de proveer un valor agregado a los productos. Algunas empresas en México que pudiesen catalogarse como ecoeficientes son Bimbo, HSBC, Procter & Gamble, entre otras.

Ecología social

La tercer corriente, la Ecología o Ambientalismo social, como su nombre lo indica, se limita a tratar temas sociales bajo el paraguas del ambientalismo. Es la corriente más controversial por la búsqueda del beneficio humano a partir de los recursos provistos por la naturaleza. Debido a las implicaciones sociales, políticas y económicas que conlleva es quizá la más compleja, confusa y diversa. Uno de los casos más destacados en Latinoamérica es el de los *seringueiros* de Chico Mendes en Brasil. Chico Mendes luchó contra las grandes compañías

que ejercían la tala irresponsable e irracional de los bosques tropicales para extraer el hule. Logró la unificación de las comunidades de la selva amazónica y que se responsabilizaran de la producción de hule y otros productos del bosque, su principal medio de vida y fuente de sustento para ellos y miles de brasileños. Impartió educación ambiental para que dichas comunidades aprovecharan al máximo y de manera responsable, los recursos naturales teniendo en mente su conservación y permitiendo su aprovechamiento para las futuras generaciones.

Eventualmente, estas tres corrientes generaron la creación de asociaciones civiles e instituciones gubernamentales, evidenciando la preocupación de la sociedad por el porvenir de la raza humana, su salud y su estilo de vida.

Para entender más a fondo la relevancia de las organizaciones ambientalistas es preciso especificar los problemas a enfrentar, y las estrategias que algunas han adoptado basándose en las visiones que los prístinos, los ecoeficientes y la Ecología social fomentaron.

1.3 La crisis ambiental en México

1.3.1 El contexto y la biodiversidad

México cuenta con un territorio actual de 1,953,162 km², tiene 15,518 km de perímetros, de los cuales 11,208 km son litorales y 4,310 km son fronteras. Además, está formado por 371 islas, arrecifes y cayos. Adyacente al continente, cuenta con una superficie del mar territorial de 209 mil km² (Conabio, 1998), colocando a México en el lugar número quince del *ranking* mundial en extensión territorial (*The World Factbook*, 2010) Cuenta con prácticamente todos los grupos y subgrupos climáticos posibles debido a su complejidad topográfica, la anchura variable del continente en su territorio, la localización latitudinal del país con relación a los cinturones de vientos, las temperaturas de las corrientes marinas, la trayectoria de las tormentas de verano y las masas polares invernales. El clima árido y semiárido en el norte, que representa el 56% del territorio, es provocado por el Trópico de Cáncer, que a su vez, propicia un clima húmedo y semihúmedo en el 44% restante del país.

Existen cerca de 42 ríos principales que transcurren en tres vertientes: del Océano Pacífico, del Océano Atlántico (Golfo de México y Mar Caribe), y al interior que desembocan en lagunas y lagos. Debido a su diversidad climática, el volumen de agua de los mismos es muy variable, especialmente en temporadas de sequía y lluvia. Aunado a esto, las actividades del hombre, como la construcción de presas, la deforestación y la erosión de los suelos, no ayudan a la estabilidad fluvial. Así

también, la precipitación se distribuye de manera desigual, ya que en el sureste se cuenta con 50% de disponibilidad de agua, mientras que en el norte, sólo se tiene un 3% de los escurrimientos. La zona centro, con su 47% de disponibilidad de recursos es donde se presenta la mayor densidad poblacional, por lo que ha sido necesario traer agua de otras cuencas para satisfacer las necesidades humanas.

Respecto a los suelos, en los últimos cuarenta años, México ha registrado cambios drásticos. El acelerado crecimiento poblacional, urbano e industrial, así como, la ineficacia para crear medidas políticas y sociales que aminoren y/o estabilicen estos cambios, han provocado alteraciones irreversibles sobre la superficie terrestre y los mantos acuíferos del país. La explotación de los recursos para su utilización ha sobrepasado la capacidad de regeneración de los mismos, creando efectos físicos, químicos y biológicos que propician la pérdida de las sustancias que hacen productivo al suelo, tales como el nitrógeno, el fósforo, el potasio; reduciendo la capacidad regenerativa del agua dentro de su ciclo y provocando estados climáticos extremos.

Aun así, México es todavía uno de los pocos países megadiversos y el que tiene mayor riqueza de ecosistemas, hábitats y ecorregiones en América Latina y el Caribe (Dinerstein, 1995). El mosaico de biodiversidad que existe se debe esta compleja estructura geológica, biológica, topológica y climática, que genera una inmensa variedad de condiciones ambientales y microambientales formando así, distintos hábitats y formas de vida. A su vez, el gran número de diferentes

especies que conviven en una misma zona geográfica hacen que México se encuentre dentro de los primeros lugares en riqueza de especies, ocupando el primer lugar en el mundo de reptiles, el segundo en mamíferos, y el cuarto en anfibios y plantas. En México se encuentra al menos 10% de la diversidad terrestre del planeta (Mittermeier, 1992). Si a esto le sumamos que muchas de ellas se dan únicamente en nuestro país, es decir, que son endémicas, comenzaremos a entender el invaluable patrimonio natural del que hoy disfrutamos y debemos responsabilizarnos. Lo increíble es que los datos cambian día con día, ya que se siguen descubriendo especies, incluso aquéllas que han estado presentes por miles de años. El problema reside en que la sociedad no tiene conocimiento de estas cifras y en consecuencia, se impone la destrucción y el agotamiento de los recursos de los cuales dependemos. Incluso la extinción de la más pequeña de las especies o el más insignificante ecosistema representa un eslabón perdido en de esta cadena ecológica de la cual somos naturalmente parte.

1.3.2 El uso y la sobreexplotación de los recursos naturales

El desarrollo de los países reside enormemente en el uso y aprovechamiento de los recursos naturales. Miles de familias dependen de ellos para su sustento y sobrevivencia, son fuente de energía, alimentos, productos y otros bienes. Hacer caso omiso a los problemas ambientales de hoy sería una falta de visión económica, social y política; por no decir, una verdadera falta de respeto para con la naturaleza. Los recursos naturales proveen la materia prima para muchas actividades

humanas, como la pesca, la agricultura, y la ganadería. Su potencial económico es enorme y saber salvaguardar este patrimonio es esencial. Es como si todos los días se retirara dinero de una sola cuenta, sin hacer depósitos, por la misma cantidad, y con la misma frecuencia. Eventualmente el dinero se acabaría, destruyendo la posibilidad de adquirir bienes y servicios. De igual forma, el saqueo desmesurado de los recursos y la insuficiencia para su regeneración impiden que se restablezca el equilibrio natural. Esto es resultado de la excesiva demanda y falta de políticas que compensen la sobreexplotación.

La pesca

Un claro ejemplo de esta falta de políticas y su efectiva aplicación es el caso de la pesca, actividad humana en la cual se extraen recursos del mar a tasas superiores a las que las poblaciones marinas pueden reproducirse. Al no haber suficiente abasto, los ingresos de los pescadores también se reducen, viéndose forzados a seguir ejerciendo una presión insostenible sobre las poblaciones marinas. Otro problema es la captura de fauna de acompañamiento o captura incidental (Conabio, 1998), donde uno de cada cuatro ejemplares capturados es desperdiciado al no poderse introducir a los mercados, ya sea porque el ejemplar es muy pequeño, joven o está muerto; y son arrojados nuevamente al mar.

Sumado a esto, están los métodos de pesca que, pese a que algunos están prohibidos por las leyes nacionales y/o internacionales, los pescadores hacen caso

omiso de ello. Tal es el caso de las redes de arrastre, prohibidas en lagunas, bahías internas y aguas someras en la plataforma continental, donde especies sedentarias son víctimas de la captura incidental. Este método consiste en arrastrar una especie de bolsa de grandes dimensiones remolcada por un barco pesquero llamado arrastrero. El arrastrero utiliza dispositivos de ultrasonido para localizar a los peces, soltar la red y arrastrarlos. Otro método que, más que eficaz resulta destructivo para el medio marino, es la pesca con cianuro. Éste consiste en triturar tabletas de cianuro de sodio en un contenedor de agua y verterlo en el agua, matando un gran número de especies marinas sin ningún tipo de discriminación. Se calcula que por cada pez que se mata, se destruye un metro cuadrado de arrecife. El uso de explosivos es uno más de los métodos destructivos y menos selectivos que se utilizan. Consiste en hacer un encierro con redes que llegan hasta el fondo marino y se realizan detonaciones que provocan que los peces se enreden. En México, las especies más amenazadas por la pesca son: los tiburones, las rayas, los meros, la vaquita marina (caso incidental) y las tortuga laúd.

Uno de los factores más perjudiciales para la pronta y sana recuperación de los procesos naturales es la falta de garantía por parte de las instancias gubernamentales para protegerlos. ¿De qué sirve decretar en la Normatividad Mexicana las especies restringidas en su captura y matanza en un país corrupto donde nadie ejerce adecuadamente la ley en un país con altos índices

de corrupción? Existen cientos de organizaciones que trabajan por causas ambientalistas, pero que difícilmente logran resultados a largo plazo porque no cuentan con el respaldo del gobierno. El gobierno mexicano que no acaba de ser suficientemente capaz de cumplir con todas sus responsabilidades, ya sea por falta de criterio, fondos, compromiso o conocimiento, por mencionar algunos. Mientras las leyes no se cumplan, o se modifiquen para ser más eficaces, la explotación descontrolada de los recursos naturales continuará, agravando aún más la situación.

1.3.3 La crisis de la biodiversidad

La importancia de la biodiversidad reside en la gran riqueza de genes, ecosistemas y especies que la conforman. En realidad hablar de una “crisis de la biodiversidad”, no es una novedad o algo que jamás haya pasado. Como referencia, desde el periodo Cámbrico temprano, se estima que en los últimos 600 años entre el 96 y el 99% de las especies de plantas y animales que han existido están extintas (Conabio, 1998). Sin embargo, esa tasa ha aumentado significativamente en las últimas décadas por las actividades humanas, no por el ciclo natural.

Entre los múltiples problemas que existen, uno de suma preocupación es la disminución (incluso extinción) de algunas especies contra el incremento desmedido de otras, hasta convertirse en plagas. Esto se debe a la sobreexplotación de los recursos por parte del hombre, como: el comercio ilegal de especies amenazadas; la destrucción de los hábitats para fines ganaderos

o agrícolas resultando en la deforestación de bosques (solamente en nuestro país se han perdido más del 95% de bosques tropicales húmedos y más de la mitad de los bosques templados); los efectos de químicos de fertilizantes y fumigadores; la contaminación del aire y las aguas (posiblemente las más afectadas por la actividad humana); y las catástrofes naturales difíciles de predecir y causantes de desbalances en los ecosistemas. Por todo esto, es imperativo buscar soluciones orientadas a estos problemas.

1.4 Enfoques ambientalistas ante la crisis ambiental

1.4.1 Organizaciones no gubernamentales

Tomemos como ejemplo tres casos de organizaciones no gubernamentales (ONGs) presentes en México, cada una representante de los modelos ambientalistas⁶ antes mencionados para entender cuáles son los acercamientos que a nivel local se llevan a cabo sobre una problemática mundial. La selección no representa preferencia personal alguna, simplemente es para ilustrar el trabajo de algunas ONGs en México respecto al tema de la conservación ambiental.

⁶ Ver “Tipos de ambientalismo” página 41.

Conservación Internacional

ONG prístina, fundada en Suiza en 1961, con la misión de “preservar el patrimonio natural, la biodiversidad y demostrar que las sociedades humanas son capaces de vivir armoniosamente con la naturaleza”. Conservación Internacional (CI) está actualmente presente en más de cien países en los cuales promueve estrategias de conservación que buscan evitar la extinción de especies prioritarias⁷; a través de la protección de áreas de biodiversidad claves y creación de corredores de conservación. Esto lo hacen bajo un estricto régimen metodológico en el que primero determinan: ¿qué acciones y ejecutadas por quiénes, resultan en la mayor afectación de la biodiversidad?, ¿por qué se propician estas afectaciones? y, ¿qué puede hacerse para cambiar el comportamiento de los causantes? Este cambio debe significar a su vez, tres criterios a considerar para decidir el curso de acciones que se tomarán:

- Necesariamente debe de propiciarse un resultado de conservación.
- Debe poderse implementar el mejor rendimiento de los recursos disponibles.
- Poder asegurar una contribución para salvaguardar la diversidad biológica antes de que ésta se pierda.

CI, se enfoca en conservar aquellas áreas terrestres, marinas y de aguas dulces con la mayor biodiversidad, que llaman *biodiversity hotspots*⁸, y aquellas que

⁷ Especies prioritarias refiriéndose al nivel de impacto que tienen dentro de los ecosistemas y que de estar extintas, significaría en un desajuste irreparable y gradual para el mismo.

⁸ Puntos claves de la biodiversidad.

permanezcan en su estado más prístino, a lo que ellos denominan como *high biodiversity wilderness areas*⁹. Dentro de este esquema de áreas prioritarias, se enfocan especialmente en las especies más vulnerables a la extinción inmediata. Sólo abatiendo las amenazas, se podrá evitar la extinción de las especies, así como procurar los recursos y procesos ecológicos de los cuales dependen al largo plazo. Por esto, CI utiliza la información sobre la distribución y necesidades de las especies para definir qué sitios son cruciales para su sobrevivencia. Sin embargo, si estas áreas permanecieran aisladas, seguramente esta misión no funcionaría a la larga, por lo que igualmente buscan establecer una red de áreas para su conservación (también conocidos como corredores), reconociendo que la biodiversidad involucra desde el nivel genético hasta la biosfera entera. Finalmente, visualizarlo como un todo también involucra tomar en cuenta componentes como: costos, amenazas y pérdidas. Para esto implementan procesos científicos y de análisis para determinar las prioridades de inversión y conservación.

Sin embargo, se han puesto en duda la claridad de las alianzas hechas con empresas y con el gobierno mexicano. En 1991, CI creó una estación de investigación en la reserva de los Montes Azules, Chiapas, mientras el gobierno se comprometía a ejercer una campaña represiva contra los zapatistas, quienes fueron desalojadas a la fuerza comunidades enteras por supuestas acusaciones de destrucción de la

⁹ Áreas salvajes de alta biodiversidad.

selva tropical lluviosa. Resulta curioso cuando precisamente este ecosistema rico en maderas, aceites, petróleo y otros recursos, sea también de especial interés para el gobierno y compañías trasnacionales que lo quieren explotar (Choudry, 2003), al mismo tiempo que se acusa a sectores tan pobres de su saqueo. Aunado a esto, CI utiliza sistemas de información geográfica muy avanzados, incluyendo imágenes satelitales, que el Centro para el Análisis Políticos y la Investigación Social (CAPISE) acusan de ser usadas para la identificación y localización de recursos naturales que las trasnacionales y el gobierno podrían utilizar para su comercio. Al parecer no todo es claro y transparente en los medios y fines de esta ONG.

Centro de Transporte Sustentables

Es una organización sin fines de lucro con un consejo directivo conformado por personalidades como Mario Molina¹⁰, José Sarukhán¹¹, Adrián Fernández¹² y Roberto Aguerrebere¹³, que forma parte de la red de Centro de Transporte Sustentable EMBARQ- *World Resources Institute* (WRI). Su misión es ofrecer soluciones de movilidad para mejorar la calidad de vida en las grandes metrópolis mexicanas, impulsando proyectos de integración de desarrollo urbano y

¹⁰ Ganador de premios destacados como: NASA Exceptional Scientific Achievement Medal (1989), Premio Nobel de Química (1995), Programa de la Naciones Unidas para el Medio Ambiente (1999), entre otros.

¹¹ 39º Rector de la UNAM.

¹² Presidente del Instituto Nacional de Ecología.

¹³ Director general del Instituto Mexicano del Transporte.

transporte, salud y seguridad vial, recuperación de espacios públicos, integración de redes de transporte público, restricción al uso del automóvil, y fomentando combustibles y vehículos menos contaminantes. Esta propuesta muestra cómo algunas organizaciones buscan cambiar el estilo de vida mismo al que estamos acostumbrados para mejorar el ambiente en el que directamente estamos insertos. Quizá de inicio parezca ser una propuesta ingenua y poco viable, pero nada más de imaginar una ciudad sin claxonazos, *smog* y tráfico, la idea no suena tan mal.

Eco-bici

Durante el mandato de Marcelo Ebrard, el Gobierno de la Ciudad de México también vió la ventaja de promover el uso de bicicletas o incorporar autobuses no contaminantes, que logren mejorar la calidad de los ciudadanos, con el proyecto Eco-bici y Metrobus. Aunque esto representó hacer obras en toda la ciudad que provocaron aún más tráfico. Será cuestión de evaluarlo a corto y mediano plazo. Finalmente, el problema de la contaminación producido por el uso excesivo del auto, por el proceso para obtener su combustible, por los gases tóxicos que emite y por terminar siendo basura, no es sencillo de resolver; sobre todo, cuando la infraestructura del país no es capaz de sustentar un cambio tan radical, aunque evidentemente necesario. Se tendría que comenzar por la educación de la gente para entonces modificar sus hábitos. Paralelamente, se tienen que mejorar los sistemas de transporte público que son deficientes, obsoletos o costoso; así como fomentar el uso del transporte público, autos híbridos y/o la bicicleta. El uso de energías alternativas a la gasolina (derivada del petróleo) y la producción de los mismos.

La tecnología ya existe, sólo que no es económicamente viable para un país en vías de desarrollo. La cuestión es, ¿seremos capaces de dejar de ser parte del problema? Las soluciones no las va a proveer una sola instancia o empresa. Idealmente debería ser un programa colectivo que integre sociedad, empresas y gobiernos (es decir, a todos), para notar un verdadero cambio. ¿De qué sirve proporcionar bicicletas si en dos segundos te la roban o un coche te atropella? Esto se debe a que no hay una educación, en este caso vial, equitativa para todos los sectores de la sociedad.

Coordinadora de Organizaciones Campesinas e Indígenas de la Huasteca Potosina

Como su nombre lo indica, está formada, por 12 cooperativas municipales de la Huasteca Potosina desde 1994. Entre sus integrantes se encuentran: productores, indígenas náhuatl, teenek, campesinos y mujeres de los sectores cafetaleros, piloncilleros y citrícolas. Es un organismo democrático, plural y autónomo que instituye el trabajo sobre proyectos de beneficio colectivo-comunitario, logrando los apoyos necesarios para la construcción de un desarrollo sustentable en la región. Su primicia es conseguir la sustentabilidad, siempre y cuando se genere una acción colectiva, basada en fines comunes generando confianza, participación, consensos y lazos de reciprocidad entre las comunidades rurales en estado de pobreza:

“La COCIHP es una organización que asume la lucha por el reconocimiento de los derechos de los pueblos indígenas, los cuales sólo pueden desenvolverse a cabalidad sobre la base del conocimiento de su autonomía como pueblos”. (Coordinadora de Organizaciones Campesinas e Indígenas de la Huasteca Potosina, 2010)

Como parte de sus objetivos está consolidarse autónomamente para la planeación, presupuestación, administración, aprovechamiento, mantenimiento y ejecución de los proyectos. También promueven la investigación, experimentación y capacitación para el desarrollo de tecnologías adecuadas y modernas como valor agregado, y el óptimo uso de la materia prima resultando en mejores productos. Incluso emplean proyectos de reforestación, cuidado y protección del medio ambiente, fomentando el adecuado uso de los recursos que ofrece.

Entre algunos proyectos se encuentran: la comercialización del café de forma coordinada con un fondo común (Sociedad Cooperativa La Igualdad de Xilitla); molinos de nixtamal, panadería, nutrición y hortalizas para las mujeres (Organización de Mujeres Citlali); producción de milpa y granjas colectivas (Organización de Mujeres Indígenas Matepoxtli), entre otros.

1.4.2 Instancias gubernamentales y estrategias de conservación

Las instituciones de gobierno relacionadas al tema del medio ambiente han evolucionado de manera significativa en nuestro país y vale la pena empezar por hacer un recuento cronológico de ellas a partir de la década de los 70s, periodo en que se empezó a dar importancias al tema del medio ambiente:

- 1970 a 1980: Comisión Nacional de Desmontes creada por el Presidente Echeverría con el fin de financiar el desmonte o deforestación por parte de los ejidatarios. Aunque se rumora que el mismo gobierno era quien tumbaba árboles y selvas, y subsidiaba la introducción de chivos, cabras y cultivos no aprobados. (Gómez, 2010)
- 1972: Subsecretaría de Mejoramiento del Ambiente y Dirección de Impacto Ambiental (como parte de la Secretaría de Salud).
- 1976: Secretaría de Asentamientos Humanos y Obras Públicas (SAHOP).
- 1982: Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología (SEDUE).
- 1988: Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL).
- 1994: Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca (SEMARNAP) se incorporan el Instituto Nacional de Ecología (INE) y la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA).
- 2000: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT).

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales

La SEMARNAT, fue creada en el año 2000 con las siguientes instituciones desconcentradas: el Instituto Mexicano de Tecnología del Agua (IMTA), PROFEPA, INE, la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP), la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA) y el Centro de Capacitación para el Desarrollo Sustentable (CECADESU). Al cambio del sexenio se agregaron los siguientes órganos: la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO) y la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR).

Área Natural Protegida (ANP)

Es un área que por decreto presidencial está protegida por el gobierno y donde se diseñan actividades y proyectos de manejo para lograr que sus procesos ecológicos se restablezcan. La creación de estos espacios para la conservación es quizá el mayor logro en política ambiental de nuestro país.

“Porciones terrestres o acuáticas del territorio nacional representativas de los diversos ecosistemas, en donde el ambiente original no ha sido esencialmente alterado y que producen beneficios ecológicos cada vez más reconocidos y valorados”. (CONANP, 2010)

La CONANP es el órgano encargado de administrar las ANPs que, en conjunto con los Programas de Desarrollo Regional Sustentable, constituyen las Regiones Prioritarias para la Conservación (RPC). El objetivo de la CONANP es conjugar

estas RPC con metas de orden social con los grupos rurales e indígenas para la operación de las mismas. Esto incluye crear incentivos económicos (directos e indirectos) para los habitantes, gobiernos y empresas que desarrollen programas de protección y manejo en el lugar, *in situ*, con fines de conservación. Así también, promueve la difusión, participación, aprendizaje, consolidación y efectividad de los proyectos. Actualmente, existen 173 ANPs bajo las siguientes categorías: Reserva de la Biósfera¹⁴, Parques Nacionales¹⁵, Monumentos Naturales¹⁶, Áreas de Protección de Recursos Naturales¹⁷, Áreas de Protección de Flora y Fauna¹⁸, y Santuarios¹⁹. En total, abarcan 25,250,963 hectáreas, es decir, el 12.85% de la superficie del territorio nacional. A continuación una lista de algunas ANPs bajo

¹⁴ Son áreas representativas de uno o más ecosistemas no alterados por la acción del ser humano o que requieran ser preservados y restaurados, en las cuales habitan especies representativas de la biodiversidad nacional, incluyendo a las consideradas endémicas, amenazadas o en peligro de extinción. (CONANP, 2010)

¹⁵ Áreas con uno o más ecosistemas que se signifiquen por su belleza escénica, su valor científico, educativo de recreo, su valor histórico, por la existencia de flora y fauna, por su aptitud para el desarrollo del turismo, o por otras razones análogas de interés general. <www.conanp.gob.mx/que_hacemos/parques_nacionales.php>

¹⁶ Áreas que contienen uno o varios elementos naturales, que su por carácter único, valor estético, histórico o científico, se resuelva incorporar a un régimen de protección absoluta. No tienen la variedad de ecosistemas ni la superficie necesaria para ser incluidos en otras categorías de manejo. (CONANP, 2010)

¹⁷ Son áreas destinadas a la preservación y protección del suelo, las cuencas hidrográficas, las aguas y en general los recursos naturales localizados en terrenos forestales de aptitud preferentemente forestal. (CONANP, 2010)

¹⁸ Son áreas establecidas de conformidad con las disposiciones generales de la LGEEPA y otras leyes aplicables en lugares que contiene los hábitats de cuya preservación dependen la existencia, transformación y desarrollo de especies de flora y fauna silvestres. (CONANP, 2010)

¹⁹ Áreas establecidas en zonas caracterizadas por una considerable riqueza de flora o fauna o por la presencia de especies subespecies o hábitat de distribución restringida. Abarcan cañadas, vegas, relictos, grutas, cavernas, cenotes, caletas u otras unidades topográficas o geográficas que requieran ser preservadas o protegidas. (CONANP, 2010)

estas categorías, el año en que fueron decretadas y el Estado de la República donde se ubican:

Reserva de la Biósfera (40)

- Janos (2009, Chih.)
- Tiburón ballena (2009, Q. Roo)
- Isla Guadalupe (2005, B.C.)
- Selva El Ocote (2000, Ch.)
- Barranca de Metztitlán (2000, Hid.)
- Mariposa Monarca (2000, Mich. y Edo. Mex.)
- El Pinacate y Gran Desierto de Altar (1993, Son.)
- Alto Golfo de California y Delta del Río Colorado (1993, B. C. y Son.)
- Chamela-Cuixmala (1993, Jal.)
- Pantanos de Centla (1992, Tab.)
- El Triunfo (1990, Ch.)
- Calakmul (1989, Cam.)
- El Vizcaíno (1988, B.C.S.)
- Sian Ka'an (1986, Q. Roo)
- Montes Azules (1978, Ch.)

Parques Nacionales (67)

- Archipiélago Espíritu Santo (2007, B.C.S.)
- Islas Marietas (2005, Nay.)
- Tulum (1981, Q. Roo)

- Palenque (1981, Ch.)
- Cerro de la Estrella (1938, D.F.)
- Pico de Orizaba (1937, Ver. y Pue.)
- Cofre de Perote (1937, Ver.)
- Cumbres del Ajusco (1936, D.F.)
- Nevado de Toluca (1936, Edo. Méx.)
- Iztaccíhuatl-Popocatepetl (1935, Edo. Méx. Pue. y Mor.)
- Desierto de los Leones (1917, D.F.)

Monumentos Naturales (5)

- Río Bravo del Norte (2009, Chih. y Coah.)
- Yagul (1999, Oax.)
- Bonampak (1992, Ch.)
- Yaxchilán (1992, Ch.)
- Cerro de la Silla (1991, Nvo. León)

Áreas de Protección de Recursos Naturales (8)

- Zona de Protección Forestal “La Fraileskana” (2007, Ch.)
- Valle de Bravo, Malacatepec, Tilostoc y Temascaltepec (2005, Edo. Mex.)

Áreas de Protección de Flora y Fauna (35)

- Pico de Tancítaro (2009, Mich.)
- Cañón de Usumacinta (2008, Tab.)
- Cuatrociénegas (1994, Coah.)
- Maderas Del Carmen (1994, Coah.)

- Corredor Biológico Chichinautzin (1988, Mor., Edo. Mex., D.F.)
- Cascada de Agua Azul (1980, Ch.)
- Islas del Golfo de California (1978, B.C. y B.C.S.)
- Cabo San Lucas (1973, B.C.S.)

Santuarios (18)

- Playa Cuitzmala (1868, Jal.)
- Playa de Maruata y Colola (1986, Mich.)
- Playa de la Bahía de Chacahua (1986, Oax.)
- Playa de la Isla Contoy (1986, Q. Roo)

Proárbol

Programa federal de CONAFOR fue creado con el fin de combatir la pobreza, recuperar la masa forestal de nuestro país e incrementar la productividad de las selvas y bosques mexicanos, otorgando estímulos a:

“poseedores y propietarios de terrenos para realizar acciones encaminadas a proteger, conservar, restaurar y aprovechar de manera sustentable los recursos en bosques, selvas y zonas áridas de México”. (CONAFOR, 2010)

Para esto, cada año realizan una convocatoria que establece procedimientos, plazos y requisitos para quienes estén interesados en obtener estos recursos, provenientes de los impuestos de los contribuyentes. Existen ocho categorías para

las que se puede aplicar: estudios forestales, silvicultura, plantaciones forestales comerciales, reforestación y suelos, servicios ambientales, infraestructura forestal, fortalecimiento empresarial comunitario, y certificación forestal.

En 2008 Greenpeace publicó en Internet un video en el que cuestionaba la validez de este programa. Ese año y el previo, Proárbol destinó la mitad de su presupuesto (aproximadamente dos millones y medio de pesos) a las reforestaciones y las plantaciones comerciales, por lo que era necesario evaluar si valía la pena una inversión de esta magnitud. Explican que estas actividades, por sí solas no ayudan a restablecer un ecosistema tan complejo como lo es un bosque, sobre todo cuando ni siquiera se cuenta con la infraestructura por parte de CONAFOR y la SEMARNAT para realizar las evaluaciones necesarias. Juan Rafael Elvira Quesada, titular de la SEMARNAT, reconoció públicamente que sólo sobreviviría el 10%, lo que equivale a 25 mil árboles plantados, y no los 642 mil que había estimado inicialmente. Entonces, Greenpeace se dio a la tarea de investigar algunos lugares que recibieron recursos y comprobó que sólo el 8% de los árboles plantados se encontraban en condiciones para sobrevivir hacia el año siguiente. En algunos casos, las especies plantadas eran poco adecuadas para el suelo o simplemente no eran nativas del lugar, es decir, exóticas. Otras sufrían de la sequía porque no se habían plantado a principios de la temporada de lluvias (como debe de ser), y otras eran especies demasiado jóvenes para sobrevivir. En realidad, la reforestación

debe implementarse únicamente para equilibrar la pérdida de bosque a causa de plagas o enfermedades, y no como solución absoluta a la pérdida de los bosques. El programa eventualmente perdió credibilidad por no orientar sabiamente los recursos, y por la falta de responsabilidad, conocimiento, seguimiento de los recursos otorgados. Plantar por plantar no produce un manejo sustentable, ni una optimización de los recursos ni logra que las comunidades realmente se beneficien de los recursos otorgados. El adecuado manejo del bosque, como el ecoturismo o la tala selectiva, son proyectos de manejo sustentable a los que sólo se les destina el 14% del presupuesto forestal. Así que por ahora, México seguirá estando en el quinto lugar mundial de deforestación, con las implicaciones económicas que esto conlleva.

1.4.3 Sector privado

Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Hoy en día, las empresas han pasado de ser simples generadores de utilidades a ser agentes activos y consciente respecto a los efectos que sus productos y su inserción en la economía implican. Una empresa, bajo esta visión, no sólo es responsable de producir, sino también de las comunidades a las cuales afectan, del entorno y los recursos de los cuales se vale para la producción, distribución y comercialización de sus productos. Por esto surgió la necesidad de evaluar su compromiso para con la sociedad y el medio ambiente. Según Juan Felipe Cajiga Calderón, director de Responsabilidad

Social Empresarial (RSE) del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI):

“recientemente se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona²⁰ y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras. Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad”.

(Cajiga, Juan Felipe, 2010)

Determinar si una empresa es socialmente responsable en la práctica, implica un esfuerzo adicional al de su función original, sabiendo el impacto que provocará (positiva o negativamente) en el contexto que está inmersa, respondiendo a su vez a los retos de maximizar los efectos positivos y minimizar los negativos, bajo un esquema de sustentabilidad y preservación ambiental, así como económico y social. Para esto, las empresas deben crear estructuras de funcionamiento que promuevan la mejora continua (desde la más alta jerarquía hasta la menor) bajo políticas y programas que respondan a la cultura institucional.

²⁰ Grupos de relación, grupos de interés, público o *stakeholders*.

Una empresa definirá entonces sus acciones con base en las siguientes dimensiones: económica interna, económica externa, social interna, social cultural y política externa, ecológica interna, y ecológica externa. Todo esto va en relación a la interactividad que tengan con las sociedades en las que están inmersas, los valores, las necesidades y expectativas que las conforman. Adicionalmente, CEMEFI ha creado el “Decálogo Empresa Socialmente Responsable” que es una serie de acciones que las empresas pueden adoptar y adaptar como parte de sus prácticas:

1. Promueve e impulsa una cultura de competitividad responsable que busca las metas y el éxito del negocio, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad.
2. Hace públicos sus valores, combate interna y externamente prácticas de corrupción y se desempeña con base en un código de ética.
3. Vive esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y de respeto a los derechos humanos y a la dignidad humana.
4. Promueve condiciones laborales favorables para la calidad de vida, el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad (empleados, familiares, accionistas y proveedores).
5. Respeta el entorno ecológico en todos y cada uno de los procesos de operación y comercialización, además de contribuir a la preservación del medio ambiente.
6. Identifica las necesidades sociales del entorno en que opera y colabora en su solución, impulsando el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida.

7. Identifica y apoya causas sociales como parte de su estrategia de acción empresarial.
8. Invierte tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en las que opera.
9. Participa, mediante alianzas intersectoriales con otras empresas, organizaciones de la sociedad civil, cámaras, agrupaciones y/o gobierno, en la discusión, propuestas y atención de temas sociales de interés público.
10. Toma en cuenta e involucra a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social.

CEMEFI otorga anualmente este título a las empresas que cumplan con estas expectativas (y otras más). Llama la atención que en su mayoría son corporativos trasnacionales, como Walmart y Coca-Cola, que año con año diseñan programas sociales y ambientales para contrarrestar sus efectos. Tomemos el caso de Coca-Cola en México, que por diez años consecutivos ha recibido este reconocimiento y los por qué.

Coca-Cola

Hace 80 años esta compañía de bebidas llegó a nuestro país y a partir de entonces, una nueva cultura de consumo. Es una empresa que teniendo el objetivo de lograr una mejora para las comunidades a las que sirve, implementando programas de desarrollo social y creando un entorno positivo. En 2009, Coca-Cola invirtió más de 700 millones de dólares en el país y a la fecha es uno de los

mayores empleadores. Como parte de sus proyectos ambientalistas, cuenta con 52 plantas de tratamiento de aguas residuales, lo que la hace la única empresa de bebidas en México que lo hace a semejante magnitud. También se ha unido a la labor en boga de reforestar, en conjunto con la SEMARNAT y Pronatura con el objetivo de plantar 30 millones de árboles en 25 mil hectáreas en 2009. Además, desarrollan tecnologías para aligerar, reciclar y reutilizar sus empaques. Tienen equipos de refrigeración que utilizan hidrocarburos no perjudiciales a la capa de ozono y avalados por Greenpeace. Todo esto muestra el gran alcance que puede tener una compañía. Sus proyectos “verdes” han sido muy criticados, y en la calidad nutricional de sus productos ciertamente no son los óptimos, pero hay que reconocer que saben lo que hacen: tienen el producto más consumido en el país, generan ingresos de hasta 22,752 millones de pesos (El Economista, 2010), el diseño de sus pautas publicitarias es innovador y marcador de tendencias, son aliados de organismos de gran renombre, sociales y ambientales (como los ya mencionados), y consiguen uno de los máximos reconocimientos que la avalan como una empresa líder en el manejo sustentable.

1.5 Reacción y actitud social ante la problemática ambiental

Es difícil hablar sobre la reacción social ya que es un punto completamente subjetivo y variable. A pesar de que es un tema más presente en los medios de comunicación, no necesariamente está presente en el pensamiento de la sociedad. Desde una perspectiva mediática, pareciera que algunos lo tratan

como el tema en boga que “si te pones la camiseta verde, verás que bien te va”. Algunas acciones por parte de los medios son amarillistas y hasta incongruentes. El mal manejo de la información suele ser escandalizadora, y pocas veces veraz. Publicar la nota roja de los osos polares que se ahogan en el mar, transmitir el programa de televisión sobre activistas persiguiendo y acosando barcos balleneros japoneses, o promocionar a Brigitte Bardot como vocera contra la matanza de focas, parece más un artificio propagandístico que un verdadero tratamiento del tema. Algunos canales de televisión parecen tener enfoques encontrados; por un lado transmiten un programa sobre la bella vida del planeta y por el otro, películas hollywoodenses causantes de la mala reputación de algunas especies, como “Tiburón”²¹ de Steven Spielberg, tal es el caso del canal de Discovery, Animal Planet.

Por otra parte, las acciones de ciertas organizaciones no gubernamentales, como Greenpeace son muy distintas a las de una institución como Naturalia, A.C. La primera es más activista y busca llamar la atención con acciones un tanto extremistas y muy llamativas, que “venden” muy bien en los medios pero de las cuales no se conocen sus efectos reales y a largo plazo. En contraparte, instituciones como Naturalia, A.C. tienen otros propósitos, mucho menos mediáticos y por consiguiente, menos conocidos, pero igualmente importantes

²¹ *Jaws*. Universal Pictures, 1975.

como los primeros.

No todo está en manos de las instituciones y los medios de comunicación, también los individuos pueden hacer mucho, empezando por un cambio de actitud. Uno mismo propicia los cambios, como bien dice el dicho: “El interés tiene pies”. Dependiendo de las corporaciones o de los gobiernos para hacer todo el trabajo no es una visión realista. La iniciativa personal es producto de valores que difícilmente se adquieren viendo la televisión o leyendo la nota roja. Con educación, respeto, ética, práctica y colaboración, posiblemente se obtendrá el tan anhelado cambio, la revolución intelectual que circunscribe la crisis ambiental.

1.6 2010: Año Internacional de la Diversidad Biológica

En 2010, la Organización de Naciones Unidas (ONU) propuso que durante ese año se generaran foros y eventos enfocados en la investigación y difusión de la cultura ambiental, generando así un interés por salvaguardar la biodiversidad del planeta. Entre sus mensajes más significativos estaban:

“Los seres humanos forman parte de la rica diversidad de la naturaleza y poseen la capacidad de protegerla o de destruirla”.

“La biodiversidad, la variedad de la vida en la Tierra, es esencial para sustentar las redes de vida y los sistemas que nos proporcionan la salud, el bienestar, el

alimento, el combustible y los servicios vitales de los que depende nuestra vida”.

“La actividad humana está causando que la diversidad de la vida en la Tierra se pierda a una gran velocidad. Estas pérdidas son irreversibles, nos empobrecen a todos y dañan los sistemas que permiten la vida y de los que depende nuestro día a día. Pero podemos evitarlas”.

“2010 es el Año Internacional de la Diversidad Biológica. Reflexionemos sobre nuestros logros para salvaguardar la biodiversidad y centrémonos en la urgencia de nuestro reto para el futuro. Ahora es el momento de actuar”.

De igual modo esta campaña se fortaleció divulgando información y datos que, desde el punto de vista científico y ambientalista, incentivarán la conservación de la biosfera. Entonces, se buscaría crear los lazos emotivos y por el otro racionales que motivaran a la sociedad a cambiar favorablemente. Desde el punto de vista comunicacional, esto le permitió a la campaña establecer una conexión entre seres humanos y su entorno natural, creando conciencia de los problemas ambientales que aquejan, los logros alcanzados y los beneficios que se obtendrán al proteger la biodiversidad.

Esta campaña, desde su lanzamiento, prometió ser provechosa ya que mes con mes se realizarían actividades, como foros, conferencias y exposiciones

alrededor del mundo. México fungió como sede de un gran número de éstas, he aquí un listado de ellas (CONABIO, 2010):

- 12va Reunión Anual del Grupo Tortuguero
- XX International seaweed symposium (Simposio internacional de algas marinas)
- XII Congreso de la Asociación de Investigadores del Mar de Cortés
- VI Simposium Internacional sobre el Mar de Cortés,
- III Congreso Mesoamericano de Áreas Protegidas
- Exposición “BioDivesidad Mexicana”
- Segundo Simposium sobre expertos en energía y desarrollo sustentables
- ECOFEST 2010
- Simposium Internacional sobre la flora silvestre en zonas áridas
- 2nd Mexico Young Water Professional Conference 2010
- Primer Congreso Nacional de Estrategias de Biodiversidad
- Exposición itinerante en el Metro de la Cd. de México “Biodiversidad mexicana”
- V Simposio de la sociedad latinoamericana y caribeña de historia ambiental
- Water-Rock Interaction
- Congreso de la Asociación Mexicana de Mastozoología
- XIV Simposio Internacional Selper
- Primer Congreso Mexicano de Ecosistemas de Manglar
- XIV Congreso Nacional de Oceanografía
- Conferencia de Cambio Climático de la Naciones Unidas



NATURALIA, COMITÉ PARA LA CONSERVACIÓN DE ESPECIES SILVESTRES, A.C.

*“Frente a la problemática ambiental nacional, no basta la crítica y la denuncia,
que desde luego también hacemos, sino la acción con contribuciones concretas”.*

Oscar Moctezuma O.

Director General, Naturalia, A.C.

2.1 Semblanza

2.1.1 Historia



Naturalia, A.C. nace en 1990 como una de las pocas organizaciones civiles “orientadas a cumplir con la tarea de conservar la naturaleza” (Moctezuma, *Especies*, 2005). El contexto histórico era muy diferente al actual, proyectos como este eran duramente juzgados y menospreciados. El escaso apoyo era producto de la falta de cultura, educación e información en materia de conservación, ambientalismo y desarrollo sustentable que impedían a la sociedad ver la importancia y relevancia de conservar el patrimonio natural de México y el mundo.

“El momento histórico era muy diferente al actual. Los grupos civiles dedicados a atender otras causas eran comunes, pero casi inexistentes en nuestro campo [...] Muchas personas percibían nuestra labor más como ‘pasatiempo de un grupo de despistados’, que como actividad profesional y labor importante”. (Moctezuma, *Especies*, 2005)

Aquellos que se unieron al movimiento compartían su disgusto por la sobreexplotación de los recursos por parte de ciertos sectores. Esto provocaría acciones enfocadas a la planeación (a corto, mediano y largo plazo) de proyectos

de conservación que si en un principio eran difíciles de realizar, con la experiencia y el apoyo adquirido al pasar los años se podrían ir contrarrestando. En ese entonces, no se prestaba tanta atención mediática al tema, el gobierno no estaba interesado en generar programas de desarrollo sustentable, ni políticas que protegieran y regularan el uso de los recursos naturales, y las empresas no tenían intención alguna en reducir su huella ecológica a pesar de utilizar los recursos para sus fines comerciales. Esta era sólo la punta del *iceberg*, y poco a poco se irían manifestando los efectos negativos de las técnicas de explotación de los recursos, las tecnologías industriales, la falta de regulación por parte de las autoridades, los actos delictivos como el comercio ilegal, la tala de bosques y el tráfico de especies, entre otras. Esto a su vez provocaría innumerables efectos negativos como la contaminación, la escasez de recursos, la extinción de especies y por supuesto, la pérdida del patrimonio natural del que aún dependemos. Aunado a esto, eran evidentes las carencias y deficiencias educativas en el país, muchas reflejadas en las malas decisiones por parte del gobierno, las empresas y la sociedad.

“Precisamente contra esta visión del mundo es que nos pusimos a trabajar en Naturalia, A.C., pues en la búsqueda desenfrenada de ‘satisfactores’ necesarios e innecesarios, nuestra especie ha destruido miles de hectáreas de bosques, selvas y otros ecosistemas (sustento de las necesidades primordiales de cualquier ser humano, ricos y pobres incluidos, y ha exterminado a muchísimas especies

de plantas y animales sin mencionar el abuso y sufrimiento que les hemos impuesto a los animales silvestres en el proceso”.

(Moctezuma, *Especies*, 2005)

Los motivos eran suficientes, lo siguiente sería definir el camino a seguir. Cada paso significaría un triunfo o una derrota para la causa, y los obstáculos no eran ni pocos ni fáciles de resolver. Había entonces que establecer estrategias y métodos de acción que produjeran los mejores y mayores impactos posibles. Así pues, se tendrían que definir varios aspectos, como: ¿Qué problemáticas necesitaban atenderse con más urgencia? ¿Qué proyectos se podían crear para lograr un cambio favorable? ¿Quién iba a apoyar y a financiar estos proyectos? ¿Cómo se comenzaría a transformar esa visión egocéntrica sobre el uso y manejo de los recursos de tantos sectores de la sociedad? ¿Cómo se detendrían los efectos negativos de nuestro estilo de vida?

Varios aspectos se tendrían que fijar, como: la investigación y recolección de estadísticas formales y concretas sobre el estatus ambiental en México, los medios para la difusión y promoción de los proyectos de conservación, impulsar la educación ambiental (nacional y regionalmente) y finalmente, lograr los consensos y la cooperación por parte de los diversos sectores de la sociedad capaces de apoyar tanto económica, jurídica y mediáticamente estos proyectos. Sólo así se podrían impulsar los proyectos de conservación desde todos posibles los frentes y soportando los incontables retos que día a día se fuesen presentando.

El desafío para Naturalia, A.C. era indudablemente gigantesco, pero tras veinte años de trayectoria, sus proyectos han logrado hacer eco. Al día de hoy, ha ganado más de 4,000 voluntarios, colaboradores y adeptos a su causa (en su mayoría jóvenes menores de 30 años y algunos de países extranjeros), muestra suficiente de que los tiempos han cambiado y de que es posible lograr increíbles resultados favorables para numerosas especies y ecosistemas mexicanos que se deben proteger y atesorar.

Logros

A lo largo de su carrera, Naturalia, A.C. ha logrado:

- Establecer dos reservas privadas que suman más de 22,000 hectáreas: 18,000 para la protección de un área silvestre que alberga la población más norteña del jaguar, y 4,000 que protegen un área silvestre de pastizales en donde habitan castores y otras especies amenazadas.
- Desarrollar proyectos para la recuperación de especies nativas de México, como la reintroducción del



lobo mexicano (*Canis lupus baileyi*) a su hábitat natural.¹

- 14 años de publicación ininterrumpida de la revista *Especies*, la primera y única de divulgación sobre biodiversidad y conservación en México.
- Más de 60 zonas reforestadas en el Valle de México, que incluyen aproximadamente 450 hectáreas con más de medio millón de árboles.
- Más de 3,500 voluntarios que participan en diferentes proyectos institucionales de conservación y educación ambiental.

2.1.2 Misión

“Crear, planear y desarrollar todo tipo de proyectos e iniciativas que ayuden a conservar la fauna, flora y ecosistemas mexicanos, principalmente cuando se encuentren en peligro de desaparecer. Contribuir a generar una cultura ambiental en la sociedad mexicana, que la haga consciente de la importancia que tiene nuestro patrimonio natural y la necesidad de involucramos activamente para asegurar su conservación”. (Naturalia, A.C.)

2.1.3 Organización

La organización de los proyectos se divide en dos grandes programas institucionales:

- Educación y concientización para la conservación.
- Conservación de especies y ecosistemas.

¹ En octubre de 2011, Naturalia, A.C. anunció la reintroducción de una manada de seis ejemplares de esta especie en la Sierra Madre de San Luis, su ambiente natural y original.

Educación y concientización para la conservación

En este programa se realizan proyectos y actividades de difusión, concientización y educación ambiental, que permiten a las personas comprender por qué conservar las especies y ecosistemas es importante para nuestra vida y para la supervivencia a futuro de la humanidad. Se difunden la importancia de la riqueza natural de México, los problemas que la amenazan y las oportunidades de participación para ayudar a resolverlos. La idea es contribuir a cambiar los hábitos que dañan la naturaleza.

Comprende tres proyectos:

- Educación para la conservación
- *Especies, revista sobre conservación y biodiversidad*
- Campaña nacional de información para combatir el comercio ilegal de flora y fauna silvestres

Conservación de especies y ecosistemas

En él se realizan proyectos para promover la recuperación, protección y preservación de algunas especies amenazadas y regiones naturales de gran valor en México. Incluye los siguientes proyectos:

- Proyecto de Rescate del Lobo Mexicano
- Identificación de Áreas Prioritarias para la Conservación en el Norte de la Sierra Madre Occidental

- Conservación de las praderas de Janos, Chihuahua
- Conservación del jaguar del norte, Sonora
- Conservación de los pastizales y especies asociadas a la cuenca del Río San Pedro, Sonora
- *Parkswatch* México
- Naturalia Reforesta

2.2 Proyectos

A fin de comprender la extensión del rediseño del sitio *web* de Naturalia, A.C. es importante conocer los proyectos que encausa. A continuación se presentan los más relevantes.

2.2.1 Rescate del lobo mexicano

Uno de los principales proyectos que promueve Naturalia, A.C. desde su comienzo es el del rescate del lobo mexicano (*Canis lupus baileyi*), que desde hace aproximadamente treinta años cesó de existir libremente en su hábitat natural dentro de nuestro país², forzándolo a sobrevivir en cautiverio. Existen cerca de 350 ejemplares en el mundo, por lo que se le considera una de especie “virtualmente extinta”³ y por ende, el surgimiento de un interés por rescatarla. La importancia del lobo mexicano radica en que al ser un depredador, se encuentra hasta arriba de la cadena trófica⁴ y es indicador de

² La Sierra Madre Occidental que va desde los estados de Chihuahua y Coahuila llegando hasta distribuir hasta ciertas partes de Nuevo León.

que la “salud” del ecosistema se encuentra estable. Al estar ausente, muchas especies, como roedores o conejos, empiezan a reproducirse en exceso y así comienza el desbalance ecológico. La clave del problema es que no todos creen que el lobo tenga alguna relevancia económica y por esto pasa a ser un proyecto poco conocido y apoyado, en comparación con otros más sociales.



Asumiendo su compromiso, Naturalia, A.C. se unió como miembro activo del Subcomité Técnico Consultivo Nacional para la Recuperación del Lobo Mexicano (STCNRLM) que trabaja para que la reintroducción de esta especie sea lo más controlada y exitosa posible, definiendo las locaciones y trabajos de difusión y educación para contrarrestar la animadversión expresada

³ Este término es comúnmente utilizado en el medio ambientalista para referirse a las especies que solo existen en cautiverio, en un número reducido y fuera de su hábitat de origen.

⁴ También conocida como cadena alimenticia.

por la población regional, especialmente por parte del sector ganadero (predominante en la zona de la Sierra Madre Occidental). Aunque se han encontrado propietarios de ranchos que quieren aportar el espacio necesario, éstos dudan cuando reciben amenazas que atentan contra su libertad de decisión, su patrimonio y su vida, por lo que las esperanzas de una exitosa reintroducción parecen ser más lejanas.

También se identificaron las limitantes y los potenciales conflictos que pudiesen surgir a corto, mediano o largo plazo, a causa de este esfuerzo, como ellos está la insuficiencia de presas disponibles para sustentar a las familias de lobos que se pretenden liberar. Lo que implica que antes que nada existan los recursos naturales, como agua y presas suficientes que sustente a la especie. Hasta la administración federal del Presidente Felipe Calderón, no había existido interés por parte del gobierno federal en apoyar esta causa con parte del su presupuesto anual. Aún así, (y como era de esperarse), trabajar con el gobierno implicaría algunas restricciones y exigencias no necesariamente favorables para la reintroducción del lobo. En 2009, aún cuando no había siquiera un terreno seguro donde se pudiera llevar a cabo la reintroducción, el gobierno se quiso precipitar esta acción para así presentarla durante Wild9, el foro de vida silvestre más importante del mundo⁵ que tuvo cede en Mérida. No obstante la presión gubernamental no sería suficiente para contener la oposición social y se pospondría la reintroducción hasta nuevo aviso. Posteriormente, el

presupuesto se reduciría a lo que inicialmente se había proyectado y que era necesario para garantizar tanto el éxito del proyecto como la seguridad de quienes estuvieran involucrados en él.

Algo que ha resultado crucial durante el desarrollo de este proyecto, ha sido conocer la idiosincrasia y evaluar el conocimiento de los locales respecto al lobo. En su mayoría no saben que el lobo no come ni gente ni ganado, que prefiere a sus presas naturales (como los venados cola blanca), que no atacan al hombre y que generalmente huyen ante la presencia de él. Esta ignorancia y mala fama del lobo⁶, han causado acciones que violentan la vida de los lobos y ponen en riesgo el escaso, pero potencial, éxito del proyecto. Es alarmante como la falta de información resulta en la extinción de no sólo una, sino varias especies, ya que el lobo no es el único depredador que extinto en esta región⁷. Coyotes, osos negros y grandes felinos también se han visto afectados por la falta de comprensión de las comunidades. Por esto es tan importante la labor que encabezan Naturalia, A.C. y otras organizaciones que comparten el interés por rescatar a esta especie.

⁵ Wild9 ó 9º Congreso Mundial de Tierras Silvestres es organizado por The Wild Foundation que desde los años setenta busca la conservación de los lugares más prístinos del planeta y que son clave para presevar la naturaleza y contrarrestar los efectos del cambio climático. <www.wild9.org>

⁶ Muchas veces propiciada por películas carentes de fundamentos y estudios reales sobre el comportamiento del lobo y otras especies depredadoras como el tiburón.

HOLA LOBO

A principios de 2010, Naturalia, A.C. lanzó la campaña “HOLA LOBO” que pretendía difundir este proyecto a un público más amplio e informado, con el fin de generar el apoyo social necesario capaz de contrarrestar el reclamo de aquellos que tantas trabas y amenazas han



arrojado a la propuesta: los ganaderos. Este sector, compuesto por comunidades enteras que se han volcado a esta industria tan redituable, no ha sabido respetar la vulnerabilidad de los ecosistemas explotados (aún cuando dependen tanto de ellos), debido a la nula capacitación para hacer uso de ellos de manera racional y sustentable. Recientemente se publicó (Alba, 2010, pp. 6.) que anualmente el 56% de la superficie nacional se destina a esta actividad, que se consumen 68.5 kilos de carne per cápita, que se pierden 1.3 millones de hectáreas de selvas, que se utilizan 37,700 litros de agua para producir un kilo de carne (cuando en otros países sólo son 15,000 litros). Esta actividad está destruyendo el patrimonio nacional.

⁷ El oso grizzly se extinguió de nuestro país hace aproximadamente cincuenta años.

2.2.2 Recuperación y protección del jaguar del norte



© Archivo Naturalia A.C.

En el año 2006, Naturalia, A.C. unió fuerzas con el zoológico Africam Safari para crear una campaña de apoyo a especies mexicanas en peligro de extinción. El objetivo de esta campaña, llamada “ConservACCIÓN”, era recaudar fondos a través de la venta de productos (pulseras, tazas, calcomanías, etc.), para sustentar proyectos de protección. La primer especie elegida fue el jaguar (*Pantera onca*) del norte del país.

Originalmente, el proyecto se implementaría únicamente en zoológicos del país comprometidos con la conservación de las especies y que fungían como espacios de exposición y promoción de “ConservACCIÓN”. Casi de inmediato, se reconoció la posibilidad de expandir el proyecto a otras instituciones o grupos de personas que quisieran apoyar. De esta forma, poco a poco se fueron uniendo, no sólo zoológicos mexicanos, como Zoofari (en el

estado de Morelos), también algunos en Estados Unidos como el Zoológico de Phoenix, en Arizona; el *Brevard Zoo*, en Florida; y el Zoológico de Filadelfia, en Pensilvania. Igualmente se unieron a la campaña, organizaciones no gubernamentales con presencia internacional, como *Northern Jaguar Project*, *Defenders of Wildlife* y *Wildlands Project*. Diversas escuelas también tomaron acción promoviendo un concurso de dibujo sobre el jaguar entre sus estudiantes y haciendo boteo para generar fondos. Inclusive la empresa HSBC mostró su interés por la causa adquiriendo productos de la campaña.

El primer año fue difícil pues la atención estaba centrada en las elecciones presidenciales que corrían y las controversias desatadas durante y después de las mismas. Además, el cambio de gobierno implicaba un proceso de transición que impidió la participación de muchos zoológicos e instancias de gobierno relacionadas al tema de la conservación. Por esto la campaña se extendió otros año, con la consigna de que la meta sería recaudar fondos suficientes para la adquisición de una reserva privada que protegiese la población más nortea del jaguar. De esta manera, se podrían monitorear e implementar programas de mantenimiento para la protección, no sólo del jaguar, sino de especies con las cuales comparte su hábitat y que igualmente se vieran favorecidas con este espacio libre de caza y persecución.

Para enero de 2008, “ConservACCIÓN” logró recaudar (por medio de la

venta de productos y boteo con alcancías) \$527,098.72 pesos, cantidad destinada para la obtención de 18 mil hectáreas de terreno protegido para el jaguar en Sonora. Al mismo tiempo, se sumaron dos donativos adicionales. El primero fue mediante las aportaciones que



los visitantes hacían en una alcancía gigante © **Archivo Naturalia A.C.** instalada en la exposición fotográfica “*Ashes & Snow*” de Gregory Colbert en el Museo Nomádico edificado en el Zócalo de Ciudad de México y que logró juntar \$397,666.34 (Trescientos noventa y siete mil seiscientos sesenta y seis pesos 34/100 M.N.). El segundo donativo fue por parte de Fomento Ecológico Banamex en un evento privado de la misma exposición, sumando otros US\$20,000 (Veinte mil dólares americanos) a la causa. Ambos donativos se destinaron al manejo y vigilancia de la “Reserva del Jaguar del Norte”, como posteriormente se le denominó. Así pues comenzó el proceso de protección del jaguar en el estado de Sonora.

Proyectos posteriores

Mediante varios proyectos subsecuentes que involucran tanto a la sociedad local como a gobiernos regionales (ambos actores esenciales para la conservación del jaguar), es posible la continua mejora y expansión del proyecto.

En 2006, un ganadero había detectado a un depredador cazando venados en su

rancho. Por miedo a que el animal comenzara a cazar a sus becerros, decidió instalar una jaula con un dispositivo de guillotina, mismo que él fabricó y colocó en su rancho. Al cabo de unos días, atrapó un jaguar cachorro. Irónicamente, a diferencia de lo que muchos ganaderos normalmente hacen, no mató al animal y se dispuso a contactar alguna autoridad o instancia que se hiciera cargo. Transcurrió un año para que finalmente pudiera contactar a la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente⁸ (PROFEPA), para que ésta entonces lo quisiera culpar y meter a la cárcel por haber cometido un delito al cazar a una especie protegida. Para entonces el jaguar ya no podía ser reintroducido a su hábitat natural ya que tras un año de encierro, había mordido tanto los barrotes de su jaula que sus caninos estaban totalmente desgastados. Como respuesta a este tipo de casos, fue que Naturalia, A.C. tomó la iniciativa de crear el Grupo Estatal de Conservación y Mantenimiento de Grandes Carnívoros con el fin de coordinar esfuerzos, incluyendo a miembros del gobierno federal y estatal, ONGs de la región, representantes de la comunidad ganadera, entre otros, para mejorar esta penosa y perturbadora situación. Una de sus acciones más relevantes es la capacitación de los ganaderos para prevenir la depredación, generando una cultura de prevención y concientización sobre el jaguar y las acciones que se deben tomar para proteger el patrimonio sin infringir la ley y respetando la vida.

⁸ Órgano desconcentrado y autónomo, creado en 1992 por la SEDESOL y encargado de salvaguardar jurídicamente a las especies y ecosistemas protegidos ante las leyes y normatividad mexicanas.

Este caso en particular evidenció la falta de educación ambiental y de justicia que tanto amenaza la vida de éste y otros grandes depredadores en Sonora.

Otro proyecto entorno al jaguar que actualmente se lleva a cabo es “Fotografías para convivir con felinos”, el cual involucra comunidades *yoeme*, o yaqui, así como otros ranchos cercanos a la reserva que cuentan con extensos terrenos en la Sierra Bacatete, y por los cuales también deambulan jaguares y otros felinos como el ocelote, el gato montés y el puma. Este proyecto busca apoyar y trabajar conjuntamente con los propietarios para que permitan el libre tránsito de estos depredadores por sus tierras. Al colocar cámaras de trampa con sensor que fotografíen a las especies en su propiedad, recibirán un incentivo económico de acuerdo a la especie (felinos, pecaríes, coatís, mapaches, zorrillos, venados, etc.) , siendo la del jaguar la mejor pagada. Este proyecto permite, no sólo la participación activa de estas comunidades, sino que también ayuda al monitoreo de la zona, con lo cual el equipo de Naturalia, A.C., en cooperación con la organización *Northern Jaguar Project* (que aporta gran parte de estos incentivos), ahora tiene más conocimientos sobre la biodiversidad de esta zona. Inclusive ya se pueden identificar y contabilizar individuos, familias y presas naturales de tal modo que se va ampliando el conocimiento que se tiene sobre la biodiversidad de la zona.

2.2.3 Especies, Revista sobre conservación y diversidad

La revista es una publicación bimestral que durante 14 años ha divulgado de manera continua temas relacionados a especies y ecosistemas mexicanos, ANPs, proyectos de conservación, desarrollo sustentable, entre otros. Es la única publicación mexicana que ha logrado mantenerse en el mercado por tanto



tiempo y siempre con el objetivo de difundir al público mexicano el enorme acervo que posee y los distintos programas que existen para preservarlo. Para Naturalia, A.C., representa el foro ideal para mostrar el avance de sus distintos proyectos y posicionarse en el medio.

Esta publicación se caracteriza por mantener siempre una visión en pro de la conservación. En cada artículo se aprecia la riqueza natural del país, nuevos descubrimientos de especies (incluso algunos redescubrimientos de algunas consideradas como desaparecidas), su valor en su ecosistema y por qué es importante preservarlas. Además se presentan las noticias más relevantes del medio conservacionista nacional e internacional, y se dan recomendaciones de exposiciones, películas y sitios eco-turísticos.

Especies tiene una cualidad muy especial: a ningún colaborador externo (ya sea autor, fotógrafo o consultor) se le remunera por su trabajo. Esto muestra el genuino interés de las personas por apoyar y promover la conservación en México. Incluso fotógrafos profesionales de talla internacional han contribuido con su trabajo en forma gratuita y por el simple placer de apoyar este esfuerzo que Naturalia, A.C. realiza.



© Archivo Naturalia A.C.

2.2.4 Educación ambiental

Aula verde



El proyecto de educación ambiental surgió como una propuesta poco definida. El área era prácticamente autónoma y sin mucha estructura, como parte de sus acciones

ofrecen pláticas de educación ambiental por una tarifa establecida, aunque sus contenidos eran poco claros y nada actualizados. En 2009, el área pasó por un proceso de evaluación y desarrollo debido a que en las oficinas regionales de Naturalia, A.C. en Sonora comenzó a adquirir mayor importancia por estar ligada con los proyectos de conservación del rescate del lobo mexicano y la protección del jaguar del norte. Así pues, se evaluaron las necesidades que se tenían, tanto internamente como externamente, especialmente en la cede de Naturalia, A.C. en Sonora. Hoy en día, este proyecto continúa impartiendo pláticas en escuelas, pero ahora son complementadas con materiales didácticos desarrollados para el uso de los maestros y compilados en un mini-sitio de Naturalia, A.C., llamado “Aula verde”. En éste se muestran fotografías de trampa⁹, juegos e información presentada de manera atractiva para los estudiantes y maestros. De esta manera, el conocimiento no es exclusivo de Naturalia, A.C. y sus educadores, sino que se hereda a los maestros de las escuelas que podrán continuar con esta importante labor y transmitirla a las futuras generaciones.

Proyectos alternos

Por otra parte, se ha extendido la oferta de las pláticas ambientales a comunidades como la de San Juan Atzingo, Morelos, y otras en Sonora. La primera es una comunidad tlahuica con la cual se ha creado un proyecto en el cual se capacita a los habitantes para que hagan un uso sustentable de sus

⁹ Tomadas durante el “Proyecto de la reserva del jaguar del norte” (ver página 88).

bosques, a través del ecoturismo, viveros y cooperativas. Los jóvenes de esta comunidad han formado el programa “Promotores Ambientales” para que sean ellos los que promuevan y divulguen dentro de la comunidad, soluciones y temas para la mejora de su estilo de vida con un enfoque ambientalista e integral, como vías alternas a la tala del bosque, así como la administración de los residuos mediante su reciclaje y reutilización como es el caso de la materia orgánica en forma de composta.



© Archivo Naturalia A.C.

Finalmente, el proyecto de reintroducción del lobo también generó la necesidad de dar pláticas especializadas en el tema por lo que el área se encargó de sensibilizar a los locales sobre la importancia del lobo, erradicar mitos y prejuicios contra la especie, y buscar así la participación proactiva de la sociedad. Crear conciencia y educar es una difícil labor sobre todo cuando han sido tantos años y tantas generaciones las que han crecido creyendo con ideas erróneas sobre las hermosas especies que viven en el territorio mexicano.

2.2.5 Reforestación y Desarrollo sustentable



El proyecto de reforestación y desarrollo sustentable, originalmente llamado “Naturalia Reforesta”, ha ido evolucionando desde su comienzo en 2005. Los motivos que impulsaron a Naturalia, A.C. a perseguir tan ambicioso proyecto fueron contrarrestar el desabasto de recursos naturales en la zona metropolitana de la Ciudad de México, especialmente en aquellas Áreas Naturales Protegidas (como el Desierto de los Leones y la Sierra de Guadalupe), donde reforestar fuese necesario y posiblemente viable.

“Todo el país está centralizado en esta ciudad y la migración y el crecimiento poblacional son cada vez mayores; por consiguiente, la demanda de más y mejores servicios es constante. Por ejemplo, el consumo de agua potable es de 64,645 litros por segundo, lo cual en distribución *per capita* deriva en 351 litros por día que, comparado con otros países, nos coloca como una de las naciones más consumistas y derrochadoras de éste preciado líquido [...] Evidentemente hay un déficit aproximado de 291 millones de m³ de agua, que se trata de cubrir con fuentes superficiales y con el sistema Cutzamala-Lerma-Santiago-Pacífico...” (Marcelli, *Especies*, 2007)



Así pues, en ese año Naturalia, A.C. unió fuerzas con Reforestamos México, A.C.¹⁰ para crear la campaña de reforestación “Cinturón Verde para la Ciudad de México”, en la cual se planeó plantar cerca de 100,000 arbolitos y con la proyección de llegar al millón para 2012. Un año más tarde se uniría la Asociación de Scouts de México, A.C. con su admirable grupo de jóvenes, optimistas por invertir su tiempo en dicho proyecto.

Desde su arranque, se buscó involucrar a ONGs, escuelas, comunidades, voluntarios, empresas socialmente responsables y los gobiernos estatales de Morelos, Estado de México y Distrito Federal. De esta manera, no sólo se quedaría en el simple acto de plantar árboles, sino que se haría un esfuerzo por involucrar especialmente a ejidatarios y comunidades cercanas a las zonas de reforestación para apoyarles en proyectos de desarrollo sustentable con el fin de reducir la tala ilegal y aumentar las vías económicas mediante las cuales se beneficiaran al mismo tiempo que conservan y protegen los bosques.

¹⁰ Proyecto de Grupo Bimbo desde 2002. <www.reforestamosmexico.org/>

Por otra parte, involucrar al sector privado respondía al deber social que éste tiene para con la sociedad y el ambiente, ambos recursos de los que depende para producir. Finalmente, formar alianzas con los gobiernos que administran y manejan las ANPs, los predios seleccionados¹¹ para su reforestación, son sobre todo quienes pueden proveer una infraestructura¹² viable para la mejora de las actividades económicas de las zonas.



© Archivo Naturalia A.C.

Para el año 2008, además de que se lograron plantar 145,000 árboles, se comenzó a implementar una nueva tecnología que le permite a cada arbolito plantado contar con una reserva de humedad para compensar la falta de agua durante la época de sequía.

¹¹ Los predios son previamente seleccionados en base al estado de deforestación en que se encuentran, pero sobre todo, la disponibilidad está supeditada a los permisos que otorgue el gobierno.

¹² Por ejemplo, el ecoturismo.

“Se llama ‘silo de agua’, comúnmente conocido como hidrogel; es un polímero de potasio que absorbe molecularmente hasta 500 veces su peso en agua y la gelatiniza. Este material se aplicó en la base de la raíz de más de 60,000 árboles, antes de plantarlos. Con la lluvia, se crearán un almacén de agua que le aportará humedad al árbol hasta por cuatro o cinco meses, dependiendo de las condiciones del suelo, clima y la especie plantada”. (Marcelli, *Especies*, 2008)

Desgraciadamente, a finales de 2009 se anunció la ruptura entre Naturalia, A.C. y Reforestamos México. Esto trajo gran desaliento, pues Reforestamos México aportaba gran parte de los fondos para llevar a cabo el proyecto del “Cinturón Verde”. A pesar de esto, el proyecto continúa con la esperanza de seguir por muchos años más.

A través del programa de reforestación se han plantado más de 450,000 arbolitos en 80 áreas del valle de México. Es quizá el más “popular” proyecto de Naturalia, A.C. pues ha logrado convocar a miles de voluntarios (incluyendo aquellos de reforestaciones patrocinadas por empresas) que se han sumado a la causa y que no temen ensuciarse un poco las manos con tal de restablecer los bosques que tan importantes son para contrarrestar los efectos del cambio climático, la desertificación y la falta de agua; y volverlos a instaurar como ecosistemas ricos y hermosos en recursos y biodiversidad, legado que provisionará a las futuras generaciones.

Desarrollo sustentable

Paralelamente, el área de reforestación de Naturalia, A.C. quiso expandir sus alcances y en 2008 lograron establecer, en concordancia con los objetivos de desarrollo sustentables antes mencionados, los primeros cimientos del primer vivero comunitario en San Juan Atzingo, en las Lagunas de Zempoala, lugar donde ya se habían llevado a cabo jornadas de reforestación. El vivero serviría para la producción de hasta 250,000 árboles anuales, mismos que serían la materia prima y fuente de ingresos para las comunidades del lugar, sin que se vieran en la necesidad de talar y apoyando así al programa anual de reforestación de Naturalia, A.C. Inicialmente, se tenía el apoyo y el interés de las comunidades, se estaban haciendo labores de educación ambiental, se contaba con el apoyo del banco HSBC, que aportaba recursos para la creación de todo un centro eco-turístico administrado, vigilado y aprovechado por los locales. Sin embargo, en 2010 empezaron a surgir problemas entre los jefes comunales, apuntado a Naturalia, A.C. como “el ventajoso” de la situación, así como rumores de que HSBC vacilaba continuar sus aportaciones. Esta situación es lamentable porque el entusiasmo por parte de Naturalia, A.C. jamás faltó, y se le estaba dando a la comunidad todas las herramientas para que en un futuro no necesitaran de agentes externos que llevarán a cabo el proyecto.

2.2.6 Programa de voluntariado

A partir del año 2009, surgió la necesidad de crear un proyecto anual para los voluntarios de Naturalia, A.C. La temporada de reforestación abarca únicamente cuatro meses del año, y había gente muy entusiasta y comprometida que buscaba apoyar de otras maneras a lo largo de todo el año. Como resultado a esta demanda, Naturalia, A.C., en conjunto con el Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE) y la Asociación de Scouts de México, A.C. formaron “Ecolíderes”.

Este programa incluye al programa de reforestación “Cinturón Verde”, jornadas de limpieza en espacios públicos y recreativos (como el parque Los Dinamos ubicado en el ANP de los Bosques de la Cañada Contreras en la Delegación Magdalena Contreras), así como sustitución de bolsas de plástico por unas elaboradas con material sustentable (como manta), entre otras actividades.

“Ecolíderes”, destinado a jóvenes pro-ambientalistas, se convirtió en un programa nacional gracias a la alta difusión del proyecto en escuelas, congresos, medios impresos (carteles y separadores), y radio; teniendo gran alcance en estados como Nuevo León, Chiapas, Veracruz, Jalisco, Estado de México y, desde luego el Distrito Federal. Como resultado, se plantaron 40,000 árboles en total, dentro de los estados ya mencionados. Se ha limpiado cerca de 16

áreas naturales conformadas por ríos, parques, ANPs, áreas verdes y públicas, y bosques como los del Estado de México, donde hibernan las mariposas monarca. Se sustituyeron 3,000 bolsas en diversos supermercados, “tianguis” y mercados. En total se registraron 2,000 jóvenes participantes (algunos scouts, voluntarios y vecinos) ocupados en cuidar nuestro planeta.

2.2.7 Reserva “Los Fresnos”

© Archivo Naturalia A.C.



Ubicada en la parte norte del estado de Sonora, esta reserva se caracteriza por sus amplias extensiones de pastizales. Entre las especies que la habitan se encuentran mapaches, coyotes, gatos monteses, venados de cola blanca, perritos de la pradera y el castor canadiense, considerado extinto en nuestro país, pero que hace aproximadamente tres años regresó y se estableció en la reserva por la cual pasa el Río San Pedro, ecosistema clave para la



DESARROLLO DE SITIO *WEB*

3.1 Metodología para el diseño de sitios *web*

El reto

Diseñar es una acción que va más allá del grafismo y que es capaz de comprender procesos multidisciplinares, estratégicos, técnicos, lógicos y conceptuales para la resolución de un proyecto con problemas de comunicación visual. El cliente es quien presenta el reto y los diseñadores son los que deben estar preparados para responder a sus necesidades gráficas. El diseño tiene la capacidad de integrarse a disciplinas que ofrecen herramientas, técnicas y teorías sobre las cuales se pueden sustentar soluciones de diseño, como las artes, la comunicación, la administración, la mercadotecnia e incluso, la psicología. Es por esto que diseñar es más que “hacer dibujitos”.

El Modelo de Lynch-Horton

A pesar de que Internet es un medio relativamente nuevo, cuenta ya con una serie de procesos de trabajo que ayuda a hacer más eficiente la labor del diseñador y obtener mejores resultados. Tomar en cuenta las opciones tecnológicas que actualmente (y en un futuro) se puedan utilizar, ampliará la gama de soluciones plausibles. Por todo esto, el rediseño del sitio debe sustentarse forzosamente en una metodología capaz de lidiar con esta compleja red de variables. Asumir la responsabilidad de emplear una metodología que refuerce la toma de decisiones durante el proceso y que optimice los recursos, mejorará notablemente la propuesta. En el caso de este proyecto, la metodología seleccionada, a la cual se referirá

"Modelo de Lynch-Horton"¹ para fines de esta tesis, expone elementos y procesos desde un punto de vista holístico, además de hacer hincapié en las decisiones y el proceso específico de diseño. Considera varias etapas, desde la planificación hasta la evaluación y mantenimiento del sitio, además de retomar fundamentos de diseño *web*, como la arquitectura de la información, la interactividad, la funcionalidad, el diseño de interfaz y el estilo visual.

Aunado a esto, las particularidades y circunstancias del proyecto en cuestión definirán en gran medida el rumbo a seguir y el resultado final. El diseño del sitio *web* de Naturalia, A.C. implica empezar prácticamente de cero. No sólo se tiene que rediseñar gráficamente, también se tienen que reestructurar y actualizar los contenidos, lograr una interfaz más amigable para los usuarios, optimizar los recursos tecnológicos, considerar la funcionalidad administrativa y potencializar la recaudación de los ingresos monetarios. En resumen, este sitio debe convertirse en una herramienta de trabajo con proyecciones mercadológicas que fortalezcan la comunicación y recaudación económica de la institución. Es por esto que, para lograr los objetivos del proyecto se debe formar un vínculo laboral de cooperación entre todas las partes involucradas: Dirección General, Consejo Directivo, líderes de proyecto, diseñador y programador. Así mismo, se debe fijar un presupuesto que cubra la programación, el *hosting* y cualquier otro servicio externo, como un *chat*, que se considere necesario.

¹ Se retomó el nombre de los autores para nombrarle así. Lynch, Patrick J., Sarah Horton. *Web Style Guide. Basic Design Principles for Creating Web Sites*. Yale University Press, New Haven 3ª edición, 2008.

Tomando en cuenta este panorama es que se seleccionó el modelo metodológico que a continuación se presenta y que serviría como una guía para la realización del proyecto. La teoría refuerza la práctica y ambas definen, directa o indirectamente, el resultado del proyecto. A lo largo de este capítulo se harán algunas menciones de su aplicación en el proyecto real a modo ampliar la explicación y fungir como ejemplo. Más adelante se detallará la aplicación, pero por ahora simplemente se tratará la metodología como plataforma teórica.

3.2 Planificación

La etapa de la planificación sirve por dos motivos. Por una parte, es el momento en que el equipo de trabajo se reúne por primera vez, estudia el caso, detecta las necesidades, establece el procedimiento a seguir, fija prioridades, estima el tiempo de ejecución, el presupuesto y contempla la manera de evaluar los resultados una vez concluida la producción. Preferiblemente se debe tener en mente la continua actualización del sitio con el fin realizar los ajustes necesarios para las cambiantes necesidades de la institución y los usuarios, así como las futuras tecnologías que cambien en el medio.

El segundo motivo por el cual esta etapa es crucial, es porque se crea el documento descriptivo del sitio, que detalla lo que se quiere hacer, cómo, por qué, para qué, para cuándo, con qué presupuesto, quién lo va a hacer y para quién. Más importante aún, durante este periodo se detectan las limitantes del proyecto, como lo pueden ser: el tiempo, el presupuesto y la tecnología con que se cuentan.

Para poder redactar el documento descriptivo es importante tomar en cuenta cuáles son los objetivos, los actores, los usuarios, el contenido, la producción y el presupuesto.

3.2.1 Los objetivos

De acuerdo con el Modelo de Lynch-Horton, el primer paso sobre el cual hay que trabajar es la definición de los objetivos del proyecto. Si éstos no son claros o realistas desde el inicio, es muy probable que no se sepa ni por dónde empezar, se divague, o incluso, se detenga el proceso a la mitad del camino y haya que regresar a este punto. Por esto, entre más claros y precisos sean, mejor. Además ayudan a comenzar un proceso mental en el que se contemplan las posibles dificultades, contratiempos y pormenores que se puedan presentar a lo largo del proyecto y que, en la medida en que se consideren, prepararán al equipo de trabajo con antelación.

Los objetivos deben ser tanto generales como particulares, y basados en lo que el cliente emite desde la primera reunión, impulsando así al equipo responsable del proyecto a detectar y explorar las posibles soluciones a sus necesidades y proponérselas al cliente. Para esto, todos deberán hacer uso de sus conocimientos en el medio, y apoyarse en materiales metodológicos que les ayudarán a encaminar el proyecto y realizar una propuesta más sólida y concordante con las expectativas del cliente.

Dentro de la planificación, se pueden incluir estrategias, tácticas y metas específicas a corto, mediano y largo plazo; siempre contemplando un sistema de evaluación (cualitativo y cuantitativo) que medirá los resultados del nuevo sitio. Como parte de las tácticas a corto plazo, se puede iniciar por un estudio del caso. Este proyecto, por ejemplo, ya contaba con un antecedente y es importante detectar las deficiencias del primer sitio *web* para que no vuelvan a presentarse. Idealmente, realizar un *focus group* o entrevistar a los usuarios, sería el primer paso para detectar las deficiencias, oportunidades, fortalezas y acciones concretas que deberán emprenderse. Sin embargo, hay veces (como es el caso), en que estos pasos no son considerados importantes y se omiten por escasez de presupuesto, tiempo o personal capacitado que imparta dicho estudio. Un ejemplo de objetivos a largo plazo, podría ser que mediante el sitio se genere una base de usuarios que sirvan a la institución como público cautivo a quien se le pueden enviar comunicados y promociones de Naturalia, A.C.

Alternativamente, algunos objetivos pueden ser retomados de los de la institución –estrategia que fue empleada para este proyecto. Naturalia, A.C. cuenta con una larga trayectoria ambientalista y sus proyectos tienen objetivos bien definidos, de modo que, a partir de esta información se haría la adecuación para el proyecto del sitio de tal manera que las necesidades comunicativas, administrativas y financieras de cada proyecto y Naturalia,

A.C. se viesen beneficiadas por el sitio. Así pues, se habrá que identificar la manera en que se logren integrar los objetivos del sitio con los de la institución.

Con base en esta estructura organizacional, y desde un punto de vista muy amplio, he aquí algunas preguntas que ayudarán a definir los objetivos del proyecto:

- ¿Cuál es la misión de la organización?
- ¿Cuáles son las necesidades expuestas por el cliente?
- ¿Cuál es el propósito principal del proyecto?
- ¿De qué modo la construcción de un sitio *web* apoyará este propósito?
- ¿Cuáles son los dos o tres objetivos más importantes del sitio?
- ¿Cuál es el público al que va destinado?
- De modo general, ¿qué información desea comunicar la institución a la población?
- ¿Qué se desea que piense o haga el público tras haber visto el sitio?
- ¿Cómo se medirá el éxito del sitio *web*?
- ¿Cómo se realizará un mantenimiento adecuado una vez confeccionado el sitio?

Estas sencillas preguntas ayudan a plantear las expectativas y obstáculos del proyecto que se deben tener en mente y sobre los cuales hay que trabajar antes, durante y después del desarrollo del sitio. Así también es la base del documento descriptivo que se deberá elaborar al final de la etapa de planificación.

3.2.2 Los actores

El Modelo de Lynch-Horton explica que,

"Para crear un sitio *web* sólido se necesita contar con expertos en contenido, escritores, arquitectos de la información, diseñadores gráficos, expertos en tecnología y un productor, o jefe de equipo, responsable de supervisar el proyecto hasta su conclusión. Si el resultado es acertado, deberá ser verdaderamente útil al público al que va dirigido, y satisfacer sus necesidades y expectativas sin que su uso sea demasiado difícil". (Lynch, Horton, 2008)

Idealmente esto sería así para todos los proyectos, en los que se distribuye el trabajo según las capacidades de cada actor, pero la realidad de este proyecto en particular, sería distinta. De inicio, no se contaría con el presupuesto suficiente para involucrar a tantos actores. Adicionalmente, ya fuese por razones financieras o por falta de personal, no habría un equipo especializado en ejecutar ciertas acciones como las descritas por el modelo metodológico. Esto evidentemente implicaría que las personas disponibles se repartirían las tareas de acuerdo a sus conocimientos profesionales, disponibilidad de tiempo. No obstante, y a pesar de que los actores no son numerosos, las tareas deben definirse claramente para que en el caso de que uno de ellos llegase a faltar, los demás puedan retomar su labor y continuar con el proyecto.

3.2.3 Estudio de mercado

Ahora bien, en la etapa de planificación, los actores deben hacer un estudio de la competencia para hacer una propuesta distinta y mejorar la que ésta tiene. Como parte del proceso es posible realizar una tabulación de sitios de instituciones similares para poder observar las características de cada uno (fortalezas, defectos y nichos de oportunidad), a fin de detectar las acciones a emprender con respecto al rediseño del sitio.

Como parte de este proyecto es posible tabular el diseño de la interfaz (colores, símbolos, imágenes, etc.), el contenido de cada sección del sitio, la redacción de los textos y su extensión, y la arquitectura de la información (a través de sus mapas de sitios), por mencionar algunos factores.

El estudio también sirve para conocer la plataforma de programación que pueda ser útil para el proyecto en cuestión.

3.2.4 Los usuarios

Otro elemento importante dentro de la planificación es definir a quién va dirigido el sitio: si son usuarios que buscan algo en particular o son accidentales, si cuentan con una educación básica o superior, si son únicamente hablantes de la lengua española o de otros idiomas, etc. Una vez que se identifican, habrá que elaborar la estrategia para retener su atención. Para todo esto, se debe cuestionar: ¿cuánto tiempo se quiere retener dicha atención y para qué? Por

esto es importante acercarse a ellos y preguntarles: ¿qué esperan del sitio?, ¿qué les interesa del sitio?, ¿qué imagen les gustaría que tuviera?, ¿cuáles son los problemas a los que se han enfrentado? Así entonces, se podrá determinar cómo cumplir sus expectativas para que quieran regresar al sitio.

Detectar las deficiencias del sitio previo es importante y más aún, hacer los cambios necesarios para no perder el interés de los usuarios. Para lograr esto, existen muchas estrategias mercadológicas y de diseño, pero saber a quién y cómo se entablará la comunicación es lo que marcará la diferencia.

3.2.5 El contenido

Durante la planificación no es imperativo contar con los contenidos definitivos, pero sí se deben estimar cuántos y cuáles serán, así como planear su recopilación, ordenamiento y presentación. A modo muy general, se pueden establecer normas editoriales, tiempos de entrega, revisión y publicación de los mismos para hacer la tarea más sencilla.

No hay que perder de vista que los contenidos son lo más importante del sitio. Sin ellos, sólo habría botones programados que llevan a nada. El contenido debe renovarse (idealmente) de manera constante. Es preciso cuidar la redacción de los mismos adecuándolos al usuario promedio que visitará el sitio, para así alentarlos a permanecer y regresar. Si se tiene un propósito más específico,

como en el caso de este proyecto: recaudar fondos, ganar aliados y motivar la participación ciudadana, entonces habrá que cuidarlo más detenidamente.

El contenido es el ancla que lo une todo (diseño, programación, estructura... todo), y por lo mismo se puede presentar en forma de imagen o de texto y es esta presentación la que le dará carácter, cohesión, distinción, presencia, relevancia y trascendencia al diseño del sitio. En otras palabras, no hay que perder de vista su función e importancia, a fin de maximizar su potencial comunicativo.

3.2.6 La producción

La producción será la etapa de acción en la que se ponen a prueba todas las decisiones previamente hechas, entonces, ¿por qué hablar de ella en esta fase tan primaria? Simple, si no se hace una estimación de las implicaciones que ésta conlleva, seguramente las decisiones estratégicas tomadas serán irreales y poco centradas en los objetivos del sitio. Quizá se quieran implementar docenas de herramientas de diseño, cuando en realidad sólo se necesita una o dos capaces de hacer el trabajo; o bien, se fija una fecha de entrega sin saber cuántas personas podrán trabajar en el proyecto y cuánto tiempo deberán invertir para que salga en tiempo y forma.

Se considera parte de la producción el capital humano, financiero y tecnológico con que se cuenta. No obstante, nada está escrito en piedra y si en una etapa

posterior hay que replantear y reajustar los factores de producción, entonces habrá que hacerlo con tal de obtener el mejor resultado. He aquí algunas interrogantes para ayudar a estimar los elementos de producción a considerar:

Capital humano

- ¿Quiénes son los actores (incluyendo proveedores) que formarán parte del equipo?
- ¿Cuáles serán sus responsabilidades?
- ¿Con qué presupuesto se cuenta para cubrir este rubro?

Capital financiero

- ¿Cuál es el presupuesto para el desarrollo del sitio?
- ¿Cuánto se designará al capital humano y cuánto al tecnológico?
- ¿Qué servicios adicionales se deben contratar? (*hosting, PayPal, chat, etc.*)
- ¿Cuál será el presupuesto anual para la manutención del sitio?

Capital tecnológico

- ¿Qué navegadores y sistemas operativos podrán usarse?
- ¿Se requerirá HTML dinámico u otros códigos más avanzados?
- ¿Cómo se establecerá el contacto con el usuario? ¿por medio del correo electrónico, *chat*, foros, servicio telefónico o mostradores de ayuda?
- ¿Se requieren bases de datos? ¿Cómo se accederá a ellos?

- ¿Se necesitarán motores de búsqueda internos?
- ¿Habrá formularios de registros? ¿Encuestas? ¿Cuestionarios?
- ¿Cuáles contenidos audiovisuales se producirán y en qué programa de software se harán para que sean viables, eficientes y no representen un costo adicional para la empresa?

Otros factores a considerar

- ¿Hasta cuántas páginas va a contener el sitio tomando en cuenta el presupuesto establecido?
- ¿Qué tipo de requisitos técnicos o funcionales especiales se necesitan para cumplir con las expectativas del cliente y los usuarios?
- ¿Cuál es el calendario de producción?

El servidor *web*, también presenta sus interrogantes:

- ¿Es interno o habrá que contratar un proveedor externo?
- ¿Habrá que comprar el dominio o ya lo tiene el cliente?
- ¿Cuál es la capacidad? ¿Es suficiente para la demanda de tráfico?
- ¿Hasta cuántos correos puede almacenar?
- ¿Ofrece servicio técnico de apoyo?
- ¿Quién ofrece más por menos?

3.2.7 El presupuesto

Finalmente, pero no por ello menos importante, se encuentra la asignación del presupuesto. Desde un punto de vista financiero, el proyecto gira en torno al presupuesto previamente estudiado y asignado por el cliente. A diferencia de los actores o los factores de producción, generalmente el presupuesto es inamovible.

Saber cotizar un sitio *web* no es cosa sencilla. Generalmente, cuando se pide a proveedores que coticen el desarrollo de un sitio, suelen hacerlo con base al mapa de navegación y, dependiendo en el tipo de códigos que se necesiten, cada página tiene un precio. Sin embargo, se puede realizar una investigación de mercado y así llegar a un presupuesto estimado. Habrá que tomar en cuenta que no sólo se trata de hacer una inversión inicial y listo, el sitio debe mantenerse y esto también implica un costo. Para esto, es posible auxiliarse con las siguientes preguntas:

- ¿Cuánto se puede invertir en la producción total del proyecto?
- ¿Se tiene contemplado un presupuesto para el mantenimiento o futuros cambios del sitio?
- ¿Se tienen que adquirir nuevo *software* o *hardware* para el equipo?
- ¿Qué servicios adicionales se requieren? ¿*Hosting*? ¿*Chat*? ¿*Paypal*?
- ¿Habrá que contratar personal de apoyo adicional, como un *webmaster*, para el mantenimiento del sitio?

Actualmente hay mucha competencia en el mercado, lo cual facilita la búsqueda de proveedores y por ende, presupuestos variables. Sin embargo, mucho dependerá en saber qué se quiere del proyecto, cuáles son las prioridades y cuáles los lujos, para así saber designar el presupuesto y poder apegarse a él.

En el caso de Naturalia, A.C., se cuenta con una estimación del mismo gracias a cotizaciones hechas previamente con varios proveedores, pero tomando como referencia el mapa organizacional del primer sitio. A diferencia de una empresa privada, los recursos económicos de Naturalia, A.C. se obtienen a través de donaciones de particulares, algunas empresas o gracias a campañas de recaudación organizadas para un proyecto en particular. Será por ello importante que se busquen las opciones más viables y que se ajusten al presupuesto que (por la naturaleza de la organización) es de inicio muy reducido.

3.3 Arquitectura de la información

Detrás de un diseño agradable o funcional, se encuentra una infraestructura de información perfectamente delineada y específica. De lo contrario, aunque el diseño sea atractivo, el problema estructural no se resuelve a fondo y termina siendo un conflicto para los usuarios e inclusive, para los administradores. La arquitectura de la información, dentro del contexto *web*, debe aplicar criterios de diseño, comunicación, mercadotecnia y tecnología que permitan planear, estructurar y unificar un sitio. Todos los sitios cuentan con ella, pero cuando el sitio es de grandes dimensiones, la

disposición de la información resulta compleja, especialmente cuando se trata de una institución que ya cuenta con su propia estructura organizacional. Esto se debe a que, de ser necesaria una reorganización será complicado hacerlo sin su cooperación y aprobación. Reorganizar información suele llevar mucho tiempo y trabajo, ya que lo que se busca es la adecuada organización del sitio. Por ello, es importante contar con argumentos bien fundamentados que solucionen óptimamente la disposición del contenido del sitio.

Naturalia, A.C., como se expuso en el Capítulo 2, tiene una semblanza muy definida y organizada de acuerdo al propósito de cada proyecto. Se han estructurado en proyectos dependiendo de la clase de acción que conllevan (conservación, educación y divulgación, reforestación y voluntariado), y por ello aparenta ser más sencillo. Sin embargo, la cuestión no es tanto si su esquema es funcional para ellos o no, pero si esta estructura es funcional lógica y comprensible para el usuario del sitio y el medio en el que se desarrollará.

Organización de la información

Saber ordenar adecuadamente el contenido de un sitio conlleva forzosamente una serie de pasos y metas a lograr de modo gradual. Una especie de efecto dominó en el que se necesita que cada pieza alcance un resultado conjuntamente positivo. Sin embargo es una exploración en la que como desarrolladores y diseñadores se busca entender la información y dirigirla para aprovecharla al máximo e interesar a los usuarios. Con base

en la propuesta del Modelo de Lynch-Horton, a continuación se presentan varias técnicas a considerar para organizar la información; sin dejar de lado ese elemento empírico que igualmente nutre la profesión y las decisiones que se tomen a futuro. Estas recomendaciones sirven especialmente cuando los sitios a diseñar contienen mucha información:

- Hacer un inventario de contenidos: ¿qué se tiene y qué hace falta?
- Enumerar jerárquicamente el contenido y crear normas para que la estructura del sitio y los elementos de navegación se identifiquen consistentemente.
- Transmitir al equipo de diseño y al cliente, propuestas de organización del contenido beneficiando la colaboración de las partes para lograr un mejor resultado.
- Definir nuevos contenidos que se necesiten.
- Hacer prototipos flexibles, no muy elaborados (para no estancarse en la primera propuesta) que muestren la estructura del sitio, aunque sea sólo burdamente, mostrando los principales elementos de navegación y su vinculación.
- Definir códigos de programación que favorezcan la interfaz, faciliten la actualización de contenidos y optimicen la experiencia global de navegación.
- Analizar el sistema de organización de la información implementado mediante pruebas durante el desarrollo del sitio.

Esquema de navegación

Cuando los usuarios se enfrentan a un nuevo sitio, construyen modelos de acción mentales que les ayudan a especular la organización de la información e intuyen la ubicación del contenido que buscan. El éxito de la arquitectura de la información se proyectará en un mayor número de coincidencias con las expectativas y predicciones de los usuarios. Si los usuarios se confunden porque la estructura no es lógica y predecible, se frustrarán y saldrán del sitio sin ganas de regresar a él.

Mientras que un sitio puede generar un interés inicial por su diseño y contenido, el fracaso del mismo puede deberse a que los usuarios jamás llegaron a la información que deseaban obtener. Un buen recurso, por ejemplo, es que los menús se mantengan en una ubicación constante, ayudando a que la navegación dentro del sitio sea accesible y fácil de recordar. Si hay demasiadas “capas” de menús, el usuario se frustrará antes de llegar a la información deseada. Entre más directamente acceda a la información, más fluida será su navegación y su interés incrementará. Otro buen recurso es hacer evaluaciones para saber qué páginas son cruciales y cuáles son eslabones débiles de los cuales hay que deshacerse, incluso para reducir costos.

Buscador

El buscador, o *search engine*, también es bastante útil ya que los usuarios pueden localizar y especificar más fácilmente la información que buscan por medio de palabras o frases clave. Es un recurso tan utilizado en el medio que automáticamente los usuarios lo buscan para ahorrar tiempo y llegar a información que, de otra manera, sería muy complicada o tardada de encontrar.

Ahora bien, para lograr una estructura sólida, existen tres tipos de navegación que se deben tomar en cuenta y son: por secuencia, por jerarquía y por asociación. El primero es el más simple y, como dice su nombre, es secuencial, que responde a un orden cronológico, lógico temático, alfabético, numérico, etc. (Ver figura 3.1) Algunos sitios de noticias, por ejemplo, cuentan con la opción de consultar las notas por fecha, facilitando al usuario con un calendario debidamente programado para que pueda seleccionar el día, mes y año para encontrar a la noticia que busca.

Tipos de navegación

El segundo tipo sirve para organizar cuerpos de información mucho más complejos, generalmente formados por varias subpáginas que siempre tienen un enlace con la página de inicio, formando una especie de árbol estructural con menús y submenús. La ventaja de utilizar la estructura jerárquica, es que se puede navegar tanto vertical como horizontalmente, sin tener que regresar al página principal. Por ejemplo, en el sitio de Pronatura, una institución muy similar

a Naturalia, A.C., al acceder a un tema dentro de su menú principal, éste contiene subtemas que están contenidos lógicamente en un orden que va de lo general a lo particular: descripción del tema, problemática y acciones. Esto no necesariamente aplicará para el sitio de Naturalia, A.C., pero es bueno consultar este tipo de referencias para considerar otras vías de organización.

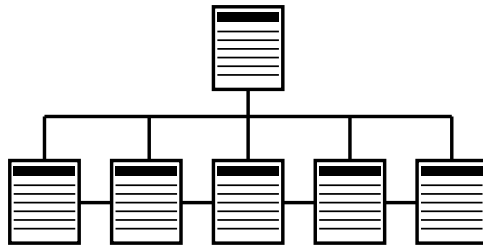
Figura 3.1

Tipos de navegación

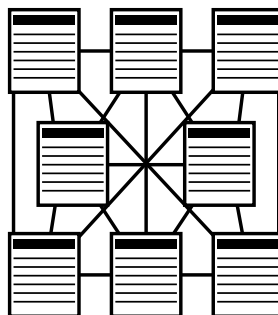
Secuencia



Jerárquica



Asociativa



Finalmente, la estructura asociativa imita a la asociación por ideas, permitiendo a los usuarios seguir sus intereses bajo un patrón único e idiosincrático. En apariencia es más espontáneo, pero en realidad sirve para reafirmar vínculos tanto dentro del sitio como fuera de él. Esto puede llegar a ser muy benéfico por que se amplía la gama de contenido, pero al mismo tiempo muy perjudicial si no se sabe hacer bien, ya que pueden llegar a ser confusos, por lo que se sugiere se aplique en sitios pequeños o para usuarios con más experiencia en el medio y sobre los cuales sea “fácil” predecir su siguiente movimiento.

Así pues, la arquitectura de la información buscará resolver desde distintos puntos la forma estructural del sitio, desde su contenido hasta la manera de acceder a él. Es por esto que es una etapa crucial en la cual la mayor cantidad de actores deben involucrarse, para lograr un consenso y facilitar las etapas sucesivas del proceso.

3.4 Interactividad universal

La interactividad universal o *universal usability*, considera el universo de tecnologías y personas que utilizarán el sitio. Es el manejo que tienen los usuarios del sitio basándose en una medida de efectividad que puede ser: cuantitativa (estudiando la rapidez con que se cumplen las tareas y el número de errores que se cometen en el proceso), o cualitativa (apreciando el nivel de satisfacción, entendimiento y adaptación que los usuarios logran durante su navegación por el sitio). Toma en cuenta la heterogeneidad de los usuarios, como: edad, niveles de experiencia en el medio, contexto y necesidades; inclusive, factores como el impedimento físico que afecte su manejo del sitio, a lo que se le llama accesibilidad (Pearrow, p. 8). Es por esto importante tomar en cuenta el término, no como un resultado al que habrá que adaptarse una vez diseñado el sitio, sino un objetivo que hay que fijar desde el inicio y tener presente durante la producción.

¿Cumplen satisfactoriamente los usuarios su(s) objetivo(s) mientras navegan por el sitio?

En el universo *web*, la interactividad universal se logra a través de un diseño capaz de ajustarse a las diferentes necesidades de los usuarios y sus contextos. Esto es, que haya un soporte tecnológico en el cual el sitio siempre cumpla sus objetivos, entre ellos: que se visualicen perfectamente todas las páginas y sus componentes, que los campos para solicitar información

funcionen correctamente, que puedan adquirir productos, buscar contenidos y que sean exitosamente respondidos a sus solicitudes. Finalmente, de eso se trata la interactividad y la gran ventaja que el medio ofrece.

Además, hay que considerar que el sitio debe ser lo suficientemente flexible para adecuarse a distintos formatos de pantalla, navegadores, plataformas, sistemas operativos, actualizaciones del sistema, etc. No es lo mismo visualizar un sitio desde una pantalla de 15" a verlo desde una de un teléfono celular. Tampoco lo es navegar desde Mozilla Firefox, o Internet Explorer, o Safari o Netscape, ya que incluso en las múltiples versiones de un solo proveedor se van haciendo actualizaciones con nuevas propiedades. Habrá *software web* que permita a los creadores de sitios innovar y presentar el contenido de acuerdo a las nuevas tendencias y ventajas tecnológicas, mientras que otras son muy difíciles de administrar y no son tan versátiles. Es así como el medio incide en la experiencia el usuario, pero éste a su vez es capaz de configurar al medio para mejorar su desempeño. Por ejemplo, aumentando o disminuyendo el puntaje del texto para la óptima lectura, añadir templetas personalizadas a su navegador, etc. Lo que no es deseable es una circunstancia en la que el usuario modifique el diseño del sitio o su programación.

World Wide Web Consortium

Todo esto no sería posible si la tecnología *web* no anticipara estos factores (y otros emergentes) y se buscarán maneras de mejorar el manejo e interactividad con los usuarios, creando métodos que se integren a los estándares preestablecidos, a la vez que idean distintas formas de hacerlo. Pero, ¿cuáles son estos estándares?

En 1994, el *World Wide Web Consortium* (W3C) se formó para fijar estándares que asegurasen el crecimiento a largo plazo de la Red. Gracias a ellos, la esfera global de usuarios (distintos entre sí por “n” cantidad variables) puede navegar libremente y acceder a cualquier sitio, desde cualquier lugar del mundo, a través de cualquier navegador y cualquier plataforma. El W3C se enfoca en un número de estándares² que se mencionan a continuación:

- Tecnológicamente provee especificaciones del lenguaje de la Red (HTML).
- Estandariza el diseño de la interfaz y las aplicaciones (como HTML, CSS, SVG que, entre otras, incluyen la posibilidad de diseñar para personas con capacidades distintas).
- Se enfoca en la arquitectura de la información facilitando tecnologías y principios en los que se basa la Red.
- Crea tecnología capaz de sostener bases de datos, desarrollando a su vez sistemas que ayuden a la interacción en red.

² *Standards. World Wide Web Consortium*. Marzo 2010 <<http://www.w3.org/standards/>>

Será importante tomar en cuenta las normas que W3C establece para aumentar la interactividad del sitio.

3.5 Diseño de interfaz

Moverse por el mundo físico ofrece las primeras experiencias de orientación, mediante las cuales se manifiestan mapas mentales, que a su vez inducen la toma de decisiones que propician una acción. Con base en este conocimiento empírico y natural de los humanos, es que se puede apreciar por qué "navegar" es un término utilizado para el mundo virtual. De modo similar a la señalización que encontramos en la calle o en un aeropuerto, un sitio presenta símbolos y signos gráficos que le indican al usuario su ubicación dentro del sitio, la posibles direcciones que puede tomar y hasta incitarlo a tomar decisiones (que pueden estar basadas en la razón o la emotividad, la experiencia previa y/o la intuición), provocando que continúe su "navegación" por otras páginas del mismo u otro sitio. Sin embargo, la experiencia es desigual ya que implica acciones muy distintas a las del mundo material. Para empezar, no hay que moverse del lugar físico para "visitar" un sitio *web* (aún cuando éste haya sido creado desde el otro lado del mundo), simplemente con dar un clic se accede a él.

La orientación se fundamenta en identificar y decodificar un conjunto de elementos gráficos provenientes de distintas vertientes que constituyen la disciplina del diseño gráfico: estructura, símbolos y multimedia; además de que puede valerse de ilustraciones, fotografías y animaciones para lograr un

estilo más distintivo. Todo esto se manifiesta dentro de un espacio virtual en forma de botones, cabezales, cajas de texto, imágenes, etc.

Una estructura de navegación consistente y apegada a la interactividad, permite la creación de hábitos predecibles en los usuarios, dándoles confianza y sentido de ubicación producidos a partir de patrones de orientación racionalmente diseñados. Por esto, la coherencia es una pieza clave cuando de diseño de interfaz se trata. Todo está en dar el número de opciones convenientes, consistentemente, en el lugar y momento adecuados o, de lo contrario, los usuarios se sentirán en el “limbo virtual” y abandonarán el sitio.

El diseño debe adaptarse al nuevo medio y sus posibilidades tecnológicas, gráficas e interactivas, así como las libertades y limitantes que ello conllevan. El medio es suficientemente accesible para ofrecer nuevas posibilidades al diseñador que, a través de una programación codificada, le ayudan a integrar la interactividad gráfica con la funcional. No sólo eso, la misma tecnología que gira alrededor de la programación está en constante evolución y por lo mismo es difícil impedir el crecimiento conjunto de diseño y programación. De esta manera, el usuario crea una experiencia acumulativa sobre la cual es factible diseñar, permitiéndole al diseñador crear espacios predecibles, pero atractivos y novedosos a nivel visual. Esto quiere decir que un usuario sabrá distinguir los señalamientos, siempre y cuando su forma sea lo suficientemente identificable para que pueda orientarse,

crear mapas mentales, tomar decisiones y finalmente llegar al contenido deseado. Si esto no se logra es porque el diseño de la interfaz rompe con el esquema de pensamiento general y se limita a adquirir una individualidad que le puede costar la pérdida de interés del usuario, y por lo tanto su objetivo.

Para poder comprenderlo mejor, hay que hacer mención de la existente alianza entre diseño editorial y audiovisual. El primero ayuda a construir la estructura, el sistema organizado dentro del espacio virtual que brinda una noción lógica al usuario gracias a la cohesión de los elementos gráfico-audiovisuales (como animaciones, audio, video, galerías de fotos, etc.) y la posibilidad de intervención por parte de éste. A diferencia de un libro impreso (en el que no se presenta el índice en cada página), en un sitio *web* es necesario mostrar siempre el menú principal de los “capítulos” contenidos en él. Habrá algunos sitios, que debido a su compleja arquitectura de información, deberán contar con la posibilidad de desplegar un submenú que señale las posibles vías sobre las cuales el usuario puede navegar. Para esto hay que saber distinguir cuál información es clave y prioritaria para mostrarla consistentemente en cada página. Adicionalmente, habrá que otorgarle un espacio al contenido cambiante, temporal y específico para cada página. A modo de “sistematizar” la navegación, se han ido creando convenciones de diseño de interfaz orientadas a facilitar el acceso de los usuarios a la información, y fundamentadas en principios básicos de diseño como: legibilidad, funcionalidad, armonía, contraste, etc. Paralelamente, el diseño de

interfaz implica la responsabilidad de entablar un diálogo continuo y fluido con el usuario universal a través de un diseño interactivo y comprensible para él.

Pero el alcance de Internet es aún mayor, ya que posibilita la incorporación de aplicaciones tecnológicas que brindan interactividad al medio, presentando nuevos retos a los diseñadores, y es aquí donde interviene el diseño audiovisual. Por una parte, incluir videos y animaciones como parte del diseño resulta sumamente atractivo para los usuarios. Leer, ver videos e interactuar con algunas animaciones le brindan experiencias y actividades que lo motivarán a seguir y regresar al sitio. Gracias a la interactividad, es posible crear espacios que los usuarios pueden intervenir dentro del sitio y que a su vez, generan información activa dándole vida al sitio. Los usuarios ya no son simples espectadores, como sucedería con un medio meramente impreso o audiovisual. Los vínculos de hipertexto son la estructura más primigenia de esa interacción y actualmente, gracias al desarrollo de la tecnología en el medio, es bastante sencillo integrar los llamados *plug-ins* a un sitio *web* haciéndolo más dinámico y atractivo para el usuario. A través de distintas interfaces es posible la visualización de galerías de fotos y videos, la incorporación de música ambiental, la inclusión de campos para escribir comentarios, aplicaciones para votar o calificar el contenido, entre otros. En verdad, la creciente oferta de estas aplicaciones es potencialmente enorme tomando en cuenta que cada sitio tiene fines distintos y por ello requiere de herramientas que faciliten la labor. No es lo mismo un portal de noticias (como

el de CNN) al un sitio de una empresa (como Coca-Cola) al de una ONG (como Naturalia, A.C.) al de un sitio de una red social (como Facebook o uno como Twitter). Es por ello que deben conocer aquellas tecnologías que satisfagan sus necesidades interactivas.

Tomando en cuenta estos factores y los fines de cada sitio, el diseño habrá de identificar los elementos gráficos para que el usuario reconozca esa señalización antes mencionada, que una imágenes, contenidos y navegación. En inicio, parecerán demasiadas limitantes, pero esto no implica que se cierren las puertas a la creatividad y la innovación. Por el contrario, ahora es cuando el diseñador se verá forzado a explotar sus ideas e identificar los elementos que le ayuden al sitio a lograr su cometido.

3.5.1 Estructura

A pesar de su similitud con la realidad, el mundo *web* no siempre presenta las señales necesarias para navegar hacia el destino que buscamos. Aquí no hay coordenadas, ni caminos trazados que te indiquen la dirección a tu destino, pero sí pueden dejar pistas para mostrarle su ubicación dentro del sitio. Ahora bien, la navegación no sólo implica ir hacia delante o regresar a la página anterior. Como parte de las ventajas del medio, existe la posibilidad de “moverse” horizontal, vertical o diagonalmente a través del sitio. Al principio del proyecto, el dueño seguramente expresará su inquietud por saber cómo los usuarios podrán visualizar todo el contenido dirigido a ellos sin que se aburran o se pierdan en

el sitio. Una vez habiendo trabajado en las anteriores etapas, será durante el diseño de interfaz cuando se la podrá mostrar los caminos de navegación, a través de la implementación de accesos directos, simples y consistentes.

3.5.2 Accesos de navegación

Internet ha ido madurando con el paso de los años, así como las estructuras de las interfaces de los sitios. Ahora son más predecibles y uniformes, aún cuando evidentemente los sitios no comparten la misma disposición de los elementos gráficos, es posible identificar los puntos de navegación y hasta predecir a donde te llevarán. Sin embargo, no faltan los sitios que buscan romper con los esquemas “clásicos” de la estructura y presentar distintas maneras, retando al usuario e interesándolo a seguir navegando. Este tipo de decisiones dependerán en gran medida del carácter que el propietario del sitio le busque conferir. Si es una agencia de diseño, por ejemplo, seguramente buscará una manera distinta de mostrar los elementos para atraer a futuros clientes en busca de diseñadores creativos, sin dejar de hacer un portal funcional. En cambio, una institución financiera estará interesada en inversionistas y clientes que busquen una institución confiable y organizada, así que su sitio presentará una estructura más convencional. Con el paso de los años, más empresas y organizaciones están interesadas en sacarle provecho al medio y es por ello que de manera natural, el carácter

de la misma determinará su tipo de contenido, aspecto visual, acomodo de los elementos gráficos y hasta las funciones e interactividad del sitio. La diversidad que hoy en día se presenta en Intranet se debe a esa búsqueda de distinción, que no está desprovista de la suma de tendencias que el medio ofrece y que constantemente se actualizan. Por consiguiente, la práctica en el medio le ha permitido al usuario adquirir experiencia sobre las posibilidades de diagramación y así adaptarse a nuevos espacios que visite.

Ahora bien, los usuarios quieren llegar a la información del modo más rápido y fácil posible. Esto significa que habrá que implementar accesos que minimicen el número de acciones. Con base en una estructura jerarquizada y bien organizada, esto será muy sencillo de lograr. Las decisiones que se tomen respecto a qué accesos facilitar en cada página se basarán en una planeación estratégica y lógicamente formulada y con un pensamiento predictivo de lo que los usuarios harán para llegar a dicha información. La meta será ser consistente y predecible. Si los usuarios saben reconocer estas señales que le indiquen que hay continuidad en el sitio y que va por buen camino, significa que el sitio ha logrado captar su atención y el siguiente paso será mantenerla, por lo cual habrá que darle elocuencia al contenido y enaltecer su presentación.

Incluso si el diseño no emplea gráficos de navegación, un acercamiento consistente en la distribución de los elementos clave será suficiente para darle

un contexto al sitio en el cual el usuario se sienta lo suficientemente cómodo para permanecer. Es importante recordar que más que darle vías de salida del sitio, la intención es hacer que el usuario se quede y sea partícipe de lo que la empresa o institución desea que haga, cumpliendo así, el propósito del sitio.

Como regla general, debe ser posible para todos los usuarios poder regresar a la página de inicio y a los puntos clave para la navegación. Estos puntos necesitan mantener su ubicación en el espacio virtual, que pueden ser: el cabezal, el pie de página y los módulos de contenido. La distribución del espacio se basará entonces en las necesidades detectadas en la etapa de planeación, sustentadas en la arquitectura de la información, fundamentadas por el contenido y finalmente, resueltas a través del diseño y la programación de la interfaz. Es por ello que las etapas previas son tan importantes, porque inducen a una mejor toma de decisiones en cuanto a la diagramación del sitio. Si el equipo sabe detectar ¿cuántas páginas se necesitarán?, ¿cuáles son los tipos de contenidos que se visualizarán?, ¿cómo se puede facilitar la navegación? y ¿cómo se puede optimizar el espacio de diseño para maximizar las opciones de navegación?; entonces el proceso del diseño se basará en las respuestas a estas interrogantes, haciéndolo mucho más sencillo y funcional. Las preguntas pueden ser tan generales o particulares según se vaya desarrollando el proyecto, el punto es que se tengan presentes.

La innovación del diseño no es aislada, va ligada a la flexibilidad de interacción que ofrece el medio junto con la singularidad que el propietario del sitio le quiera conferir. Por ejemplo, en un sitio convencional el menú principal se encontrará como parte del encabezado, mientras que en otros sitios se juega con su ubicación, el despliegue de opciones por categoría y hasta incluyen una animación con el fin romper con esa convención y ofrecerle al usuario un *look and feel*, fresco y distinto. Sin embargo, lo que hoy pareciera una estructura que “rompe las reglas”, si es funcional y varios sitios comienzan a presentarlo en sus rediseños, las posibilidades de que se convierta en convención son grandes. Nuevamente, los sitios de Internet responden a tendencias que el mercado de cibernautas favorecen y es por ello tan importante reconocer (sobre todo como diseñador) las estructuras que rigen los sitios *web* y ser cauteloso en las decisiones de diseño que se vayan tomando. De lo contrario, tanta novedad se convertirá en caos y aturdirá al usuario, perdiendo ese proceso previo de planificación y organización de la información. Un ejemplo de lo que se debe evitar es el cambio de ubicación del menú de página en página, ya que el usuario perdería la mayor parte de su tiempo buscando la manera de acceder al contenido, más que en leerlo. Si el usuario crea una memoria visual desde la primera vez que visita el sitio (aún cuando ésta no sea la de inicio o *home page*), entonces para qué complicarlo. Consciente o inconscientemente, su memoria visual y experiencia previa le dictarán donde encontrará siempre el menú. Si su experiencia es satisfactoria, se familiarizará

rápidamente con la estructura, y su navegación por el sitio será mucho más fluida, rápida y veraz. Por esto, una vez decidida la estructura, deberá ser continua a lo largo y ancho del sitio. Todo esto aplica igualmente para el resto de las decisiones de diseño, como tipografía o cromía. Finalmente, el usuario navegará por su cuenta, sin el auxilio del diseñador que le oriente donde se ubican los elementos que le interesan.

A la base estructural se suman otros elementos que deben tomarse en cuenta ya sea porque implican darle a cada página más individualidad sin perder cohesión del todo, o porque cierto contenido necesita un diseño especial y que hay que resaltar porque implican otro tipo de programación. No hay que confundirse, algunos contenidos necesitan una estructura especial, por esto es tan importante definir la clase de contenidos que habrá a lo largo del sitio. Por ejemplo, no es lo mismo una galería de fotos que un *blog*. Sus funciones son distintas y por supuesto su estructura también lo será. De ser el caso, también será necesario presentar estructuras secundarias acorde a las necesidades del sitio, sin romper con la composición básica, global y armónica.

En el caso de las páginas de un sitio *web*, éstas tienen una individualidad capaz de mantener el interés del usuario. Quizá en este sentido las páginas *web* son más parecidas al diseño de una revista, porque pertenecen a un todo, al mismo tiempo que cada una de sus “secciones” presentan informaciones distintas

(ensayos, publicidad, créditos, índice, crónicas, galerías de fotos, etc.). El diseño editorial marcará la diferencia entre páginas por que se ajustará al contenido que presenten.

Lo que no puede faltar

Como ya se mencionó, existen elementos básicos dentro de la estructura de un sitio y es posible encontrarlos la misma ubicación, éstos son: cabecal, pie de página, mecanismos de navegación, buscador y módulos de contenido. Aunque no necesariamente aplican para todos los sitios, el usuario posiblemente está familiarizado con estos elementos y podrá adaptarse y recordar mejor un sitio que siga los siguientes patrones de estructura e identifique la información clave del sitio:

- El cabecal presenta los elementos gráficos que dan identidad al sitio. Provee el mayor número de enlaces de navegación y ofrece un buscador. Se encuentra en la parte superior del espacio y abarca totalmente el ancho del mismo. Los usuarios esperan encontrar un identificador gráfico para de quién es el sitio, y casi siempre en forma de logotipo con hipervínculo integrado, con la dirección URL de la página de inicio. Este elemento tiene dos funciones básicas: proveer un código identificador del dueño del sitio y ser una opción de navegación.
- El pie de página, como su nombre lo indica, se encuentra en la parte inferior del espacio y por lo regular se utiliza para información como: derechos reservados, última actualización, datos del dueño del sitio, créditos, etc.

- Los enlaces de navegación, o menús, siempre están en listas de código HTML. Aún cuando aparentemente algunos son más complejos en su programación, su base semántica debe ser universalmente interactiva y funcional. Ahora bien, éstos se pueden encontrar como parte del cabezal, o en un espacio lateral en el margen izquierdo o derecho. En realidad, su ubicación no es tan relevante como la consistencia en que se presenten los enlaces de navegación. A veces no es necesario mostrar todas las opciones de navegación, pero si es un sitio pequeño, quizá sea una buena estrategia para que los usuarios se interesen y conozcan todo lo que el sitio ofrece. No obstante, e independientemente de su extensión, todos los sitios deben tener siempre visible el acceso directo a la página de inicio, donde generalmente se presenta un mosaico de los contenidos del sitio.
- Una de las ventajas del medio reside en facilitar el acceso a la información contenida en el sitio, optimizando y aumentando el tránsito de los usuarios por medio de un navegador. Se pueden ubicar en la parte superior derecha y debe ser lo suficientemente notable para ser rápidamente ubicado, sin volverse en un elemento protagónico.
- Los módulos de contenidos incluyen varios elementos gráficos y estas son algunas sugerencias sobre cómo resaltar cada uno, a pesar de que la información cambie sin sacrificar la imagen holística del sitio:
 - o Títulos: Cada página necesita tener un elemento que la identifique del resto y por lo mismo su ubicación deberá ser consistente y su

legibilidad precisa desde el momento que se ingresa.

o Cuando el contenido resulta muy extenso, es muy común encontrar los *jump-to-top-links* los cuales te llevan al inicio de la página sin necesidad de usar la barra de desplazamiento, o *scroll bar*.

o En los pies de foto pueden también pueden incluirse hipervínculos a sitios relacionados al tema expuesto en la página, fuentes de información y contactos específicos de cada página.

3.6 Diseño del sitio

Realizar un diseño para el sitio de una ONG implica enfrentar retos gráficos debido a su naturaleza. Es posible que para el momento en que una ONG requiere de un sitio *web*, ésta ya cuente con su identidad gráfica, colores institucionales y una o varias tipografías institucionales; quizá no al grado de un manual de estilo gráfico como tal, pero sí una serie de aplicaciones gráficas que definan sus imagen (como publicidad, papelería o folletería). Estos factores definitivamente marcarán el estilo visual del sitio, más aún si la institución ya tiene estos antecedentes. Que el diseñador deberá estudiar y adecuar para el medio digital. Si está familiarizado con dichas aplicaciones, el diseñador tendrá una base que sustente su propuesta. No obstante existen generalidades sobre este proceso que pueden aplicarse para el proyecto en cuestión y las cuales serán el enfoque de esta sección.

Hasta ahora se ha tratado el desarrollo de un sitio *web* como una metodología global que conjunta distintas acciones, como lo son: la planificación, la arquitectura de la información, la interactividad universal y el diseño de interfaz. Bajo esta perspectiva, la disciplina del diseño gráfico funge como un eslabón que está íntimamente ligado con estas etapas ya que las decisiones que se tomen (especialmente durante la etapa de diseño de interfaz), y que se considerarán para llegar lo más próximo al producto gráfico aspirado por el cliente. Un diseñador que está familiarizado con las etapas antes mencionadas sabrá: 1) jerarquizar la información relevante de la superficial, 2) resaltar gráficamente los contenidos que sean más importantes logrando un sentido de unidad entre todos los elementos (cabezales, módulos de contenido, accesos de navegación, etc.), a través de un diseño armónico y con un sentido incluyente para con el usuario, 3) identificar las herramientas que proporcionen el lenguaje de programación óptimo para el diseño y administración del sitio; y 4) realizar una propuesta creativa que cumpla con estos factores en esta etapa también se encuentran: el bocetaje y la producción del sitio.

3.6.1 Jerarquización visual

Un sitio *web* es un conjunto de páginas que comparten un mismo estilo y composición gráfica, estructuradas lógicamente y predeciblemente de acuerdo a las acciones de navegación previamente estudiadas y estadísticamente probables. A través de estas páginas se presentará el contenido que el usuario busca encontrar y serán aquellos elementos de diseño, desde su estructura modular hasta el más mínimo detalle gráfico, sin importar cuán distintos los contenidos de página en página sean), los que facilitarán y darán un sentido de unidad e identidad al sitio.

En este sentido, el diseño deberá avocarse al orden y clasificación acordados en los procesos previos, ya que tratar de organizar en este punto sería prácticamente imposible. Se debe contar con un mapa de navegación que permita saber cuál información es permanente y cuál temporal, qué contenido quiere resaltar el cliente y distinguir los canales que expondrán la información secundaria. Durante el proceso de diseño, el mapa de navegación cobra una extrema relevancia ya que es la herramienta principal de la que se valdrá el diseñador para justificar su propuesta. Ahora bien, la tarea del diseñador es saber otorgarle su lugar y jerarquía a estos contenidos de manera que puedan desempeñar su papel correctamente, al mismo tiempo que conviven en un mismo espacio. Lo interesante de esto es que a partir de aquí se apreciará cómo cohesionan las partes.

Existen criterios de diseño que facilitan la jerarquización visual, como pueden ser: el contraste, el equilibrio, la previsibilidad, el acento, la coherencia y la secuencia. El valerse de este tipo de elementos torna el trabajo de diseño en algo menos abstracto y complejo, en algo más concreto y divertido. La secuencia, por ejemplo, es importante para mantener el orden de un sitio ya que mantiene la información más importante al inicio de la página, al mismo tiempo que crea un enlace con la información complementaria y se distingue de la información adicional. Si los elementos no muestran una secuencia lógica y se mezclan indistintamente con la información relevante de la página, entonces podría crearse confusión e interrupción de la lectura y peor aún, se comprometería la navegación del usuario en el sitio. Es decir, generalmente lo primero que se muestra de un sitio *web* en la pantalla es: la identidad gráfica de la institución, el menú principal y el buscador. Entonces el usuario captará el tipo de información que puede encontrar y las opciones con las que cuenta para agilizar su navegación.

Cuando las páginas contienen un exceso de elementos generalmente se debe a una desorganización y falta de espacio (o “aire”) que genera una sensación de sofocación y lucha por atraer la atención del usuario. Por ello agrupar elementos en áreas definidas, de acuerdo a su naturaleza y fin, ayudará para que visualmente sea más sencillo ubicar la información que se busca. El ojo “escanea” por bloques y se detiene cuando encuentra lo que desea. Este sistema puede complementarse con palabras clave que de manera precisa y

directa expresen lo que ahí está contenido. El saber dar la suficiente proximidad, similitud, continuidad y cierre que conecte a los elementos sin que pierdan su lugar e importancia, será el reto que el diseñador deberá emprender como parte de este proceso.

Se han ideado métodos de estructuración que ayudan a presentar la información y que van muy de la mano con la jerarquización visual. La pirámide invertida, por ejemplo, como lo dice su nombre consiste en presentar la información más importante en la base y la menos en la punta. Este es un método común en el diseño editorial y tiene sus ventajas:

- La información más importante va primero, justo en el lugar con más posibilidades de ser recordada.
- Permite la rápida detección de la información.
- Los temas iniciales marcan un contexto para los temas posteriores.
- Esta estructura coloca datos y palabras clave como encabezados de las páginas, lo que ayuda a la detección de la información.

Adicionalmente, y como parte del proceso de producción, hay que recopilar los contenidos y elaborar los necesarios para la presentación del sitio. Este puede ser un proceso tardado, sin embargo es necesario, así que habrá que identificar los contenidos que deben producirse desde cero y con cuáles ya se cuenta.

3.6.2 Estilo visual

El estilo visual de un sitio tiene como metas:

- Dar carácter e identidad al sitio.
- Lograr un efecto visual claro que despliegue la información de modo organizado y jerarquizado, permitiendo al usuario detectar a primera vista la información que le concierne o pueda interesar.
- Definir los elementos que sugieran una funcionalidad interactiva.
- Agrupar los elementos que tengan coherencia entre sí para dar estructura al sitio.

Como parte del proceso general del desarrollo del sitio, esta es la etapa en que gran parte de los conceptos finalmente comienzan a cobrar ubicación, forma y color. Cada módulo de información es otorgado la presencia necesaria para hacer del sitio *web* un espacio dinámico, interactivo e informativo.

En el apartado de “Diseño de interfaz” (p. 128) de este proyecto, se trató el tema de la estructura y de cómo hay elementos que son prescindibles para el adecuado funcionamiento y manejo del sitio. Al momento de elaborar la diagramación del sitio, el diseñador deberá avocarse al uso de módulos o bloques, los cuales contendrán la información. Esta diagramación permitirá asignar espacios específicos al contenido dependiendo de la jerarquización óptima para su lectura. En un primer proceso de bocetaje, jugar con los tamaños de los elementos, ubicación y composición visual en general será inevitable si se busca alcanzar el mejor diseño para el proyecto.

3.6.3 Diseño de la navegación

Un sitio en Internet puede estar solamente conformado por texto, que a su vez es posible convertir en un hipervínculo a través del cual se propicie la navegación. En una segunda fase, estos textos pueden estar contenidos en cuadros o presentar algún estilo gráfico que lo diferencien de texto inactivo, adquiriendo la nomenclatura de botón. Un texto por sí solo puede ser un botón, pero la búsqueda constante por innovar ha propiciado nuevas maneras de comunicar lo que aparentemente resulta obvio, generando que el diseño de estos accesos de navegación tenga un estilo más personalizado y acorde al sitio. Así pues, un botón puede tener movimiento, animación o formas poco convencionales de las cuales el diseñador podrá elegir para darle la funcionalidad y carácter adecuado. Una vez que tienen color, forma, tamaño y presencia, los menús cobran jerarquía por encima de otros medios de navegación secundarios.

Entonces, la búsqueda de los contenidos se vuelve más dinámica y versátil, abriendo la posibilidad a comunicar o promover información adicional, a este medio se le denomina *banners*. Los *banners* pueden o no ser animados, este es un criterio que se deberá adecuar según la necesidad y tomando en cuenta el balance visual que esto implique. Es decir, un exceso de *banners* y no sólo eso, sino *banners* animados le resultará abrumador al usuario. El dinamismo que se les quiera conferir deberá tomar en cuenta el tipo de información

que se necesite y quiera conceder. Además un *banner* puede o no tener un hipervínculo con otro sitio, generalmente lo tiene, pero no es una regla. La misión del diseñador será captar la atención, mantener la simpleza, equilibrar la interacción con otros medios de navegación e inducir a la interacción.

El lenguaje en Internet se caracteriza por estar plagado de símbolos que hacen más eficiente la lectura de la información y agilizan los procesos. Con el paso del tiempo, se han creado convenciones de iconos mediante los cuales los usuarios pueden tener acceso a ciertos contenidos o realizar ciertas acciones. Por ejemplo, un ícono de un sobre significa que puedes enviar un correo electrónico. También se han empezado a aplicar abstracciones de logotipos que funcionan como hipervínculo a sus sitios, como es el caso de los iconos de Facebook y Twitter (ver figura 3.2). La cultura generada dentro de Internet permite, hasta cierto punto, libertades (que no dejan de ser convenciones) que respetan una asociación comunicativa lógica y correctamente decodificada por los usuarios.

Figura 3.2



Abstracción logo Facebook



Abstracción logo Twitter

Evitando la creación de páginas huérfanas

Un sitio que se compone de varias páginas es porque engloba una variedad de contenidos, que se pueden diseñar aislada e indistintamente del todo. Esto aplica tanto al diseño como a los accesos de navegación. Los usuarios no deben, ni querrán permanecer en un sitio donde su única manera de navegar sea con el botón “Regresar”. Sería como entrar a la dimensión desconocida y no poder salir de ella. Los usuarios no necesariamente entran desde la página de inicio del sitio, o *home page*, ni siguen un orden lineal al navegar dentro de él. Es más, los usuarios pueden acceder a cualquier página sin siquiera haber pasado por la página de inicio. Ciertamente uno de los beneficios del medio es transitar dentro de un espacio virtual, páginas tras páginas, fomentando así el libre acceso de la información.

Es por esto que no se puede descuidar ninguna página y habrá que prestarles a todas la misma importancia, darles un interactividad que las una al resto y ordenar la información que en ellas se presente de manera que el usuario tenga claro el papel que cada una juega con respecto al resto del sitio.

3.6.4 Estilo editorial

Es indudable que el medio digital ha cambiado los hábitos de lectura. Aspectos como la baja resolución de la pantalla (en comparación con la alta calidad de un texto impreso) o la infinita variedad de información a la que están expuestos los usuarios, han hecho que tanto el acto de leer como el tiempo que se invierte en ello se vean afectados. Es por ello que hay que cuidar la presentación de las páginas y los elementos que la conforman.

Como primer reto será reducir los textos hasta que presente lo más importante que quiera comunicar. Una redacción concisa y directa será superior a aquella detallada y extensa. Esto no significa sacrificar información, sino simplemente saber acomodarla para que el lector la detecte en el momento justo y preciso que se desea. Nuevamente, el diseñador puede valerse del sistema modular que le ^opor ejemplo, existen limitantes con respecto a la extensión de un texto debido a las características físicas del formato, pero estas barreras se rompen en el medio digital cuando se agregan módulos que cuentan con la barra espaciadora, herramienta que permite se siga mostrando el contenido independientemente de otros módulos; ganando así suficiente individualidad para ser leído y apreciado en su totalidad. Este estilo de segmentación de la información ayudará a que el usuario pueda “escanear” sin sentirse intimidado, sin importar cuanta información se presente en la página. El usuario decidirá si continúa leyendo un módulo o pasa al siguiente, pero sin dejar la página. Para esto hay que mantener coherencia y si se decide optar

por una segmentación con ciertas características, éstas deberán ser consistentes a lo largo del sitio. De este modo cuando el usuario se enfrente a otra página, sabrá reconocer el estilo y se sentirá cómodo ante esta nueva situación. Como en todo, el exceso no es recomendable y colocar demasiados módulos aturdirá al usuario y al final no leerá ninguno. Es mejor economizar y priorizar, por ello la importancia de mantener el contenido (especialmente de texto) en la medida justa.

Tipografía

Por lo general, la lectura de una página se divide en dos acciones: en la primera se visualiza el contenido general y en la segunda se lee y se aprecia el contenido. La tipografía es un recurso gráfico que establece jerarquía por medio del manejo de tamaño, color, puntuación y acentos gráficos que le ayudan al usuario a hacer las conexiones y distinciones pertinentes texto e imagen, encabezados y texto subordinado, entre texto pasivo y activo (hipervínculos). Sin importar el estilo visual de un sitio, éste debe seguir las normas que W3C creó para que el texto siempre sea visible y legible desde cualquier pantalla, plataforma de navegación y sistema operativo. Las fuentes tipográficas comúnmente utilizadas por que cumplen con la cobertura total en estos tres aspectos, son: Times New Roman, Georgia, Verdana, Helvética, Arial, Trebuchet y Lucida. Todas cumplen con los requerimientos, además de que cada una tiene la capacidad de marcar un estilo que hará de los textos un elemento gráfico esencial. Si acaso se quisiera aplicar el uso de una tipografía más estilizada o diseñada exclusivamente para ese proyecto, entonces se

pueden emplear la conversión de un texto a imagen. De acuerdo a lo que se considere necesario para la producción y mantenimiento del sitio, entonces se tomará la decisión adecuada.

Seleccionar el tipo de fuente óptimo en tamaño, forma o color no es una cuestión de gusto, sino más bien de estudios. Los usuarios, por lo general, prefieren el texto con un puntaje promedio de 11 puntos para bloques de textos, mientras que los títulos pueden tener una variación de 13 puntos o más. Lo fascinante es que gracias a los avances tecnológicos, ahora se puede controlar el tamaño del texto sin que el diseño o la estructura del sitio se vean comprometidos. Si bien, el puntaje no es el único factor a considerar en la selección de una tipografía, habrá que determinar el estilo de la fuente también. En el caso de que se elija una tipografía palo seco para titulares o botones (que serán textos breves, pero con impacto), ésta contrastará eficientemente contra los bloques de texto extenso en una tipografía con serifas. Además de estos factores la tipografía puede enriquecerse con el color o variantes como: las negritas, las itálicas, la capitulares, el subrayado, el espaciado y el énfasis semántico que se refiere a otorgarle un significado al texto por sus características visuales que presente. Es decir, el título de una página puede tener cierto tamaño, grosor y color, y un pie de foto que tendrá características muy distintas. De esta manera, el usuario filtrará la manera en que se designan ciertos atributos a cada elemento, la interpretará

y recordará en futuras visitas. Este concepto también puede aplicarse a los accesos de navegación por ejemplo, convencionalmente un vínculo será de color azul y estará subrayado. Una vez que se da clic en él, cambiará de color. Estos recursos son muy útiles y facilitan el trabajo.

Gráficos

A pesar de que es posible diseñar un sitio sin gráficos, éstos le dan una cohesión y funcionan como un factor identificador que el usuario espera. No obstante, como en otros elementos gráficos, el equilibrio y la consistencia son imperativos para no aturdir al usuario y permitir la correcta lectura de la información. Hay que hacer un análisis de la función de cada imagen para darle el lugar y jerarquía adecuados. Los posibles propósitos de las imágenes pueden ser:

- Ilustrativo: pueden mostrar y reforzar el contenido.
- Conceptual: crean un ambiente y estilo visual integrado.
- Informativo: la información cualitativa y cuantitativa también puede mostrarse a través de diagramas y gráficas.
- Publicitario: la promoción de productos, eventos y proyectos, entre otros, puede reforzarse por medio de este elemento.

Por lo general, incluyen imágenes e ilustraciones, estáticas o animadas ya que son un recurso visualmente atractivo que refuerza la información, además de darle vida y carácter al mismo. Intranet facilita una serie de herramientas que

ayudan a proporcionar gráficos informativos e ilustrativos, que no implican (como en el caso de publicaciones impresas) un costo adicional, a menos que se añadan mediante un *plug-in*.

Resolución de las pantallas

Este término se refiere al número de píxeles que una pantalla puede mostrar en un área determinada y puede oscilar entre los 72 y 96 píxeles por pulgada o ppi (*pixels per inch*), cuatro veces menos que una resolución impresa (150 a 300 ppi).

Cuando se recopilan las imágenes, ya sean fotografías, videos o animaciones, es importante darles la resolución adecuada para que su visualización no pierda calidad. Otro factor importante es tomar en cuenta el peso que éstas tienen ya que la rapidez de su despliegue puede verse afectada. Una imagen de 2 megabytes (MB) contra una de 20 kilobytes (KB) tardará más tiempo en cargarse y ocupará más espacio en la memoria RAM. Es por ello que es importante optimizar las imágenes y un programa como Adobe Photoshop, Illustrator, Fireworks o Media Encoder (en el caso de videos), cuentan con las herramientas necesarias para hacerlo.

Colores

En el medio impreso, los colores se definen por una cromía conformada por pigmentos que pueden variar dependiendo del sistema de impresión que se emplee. En impresión digital u *offset*, son cuatro los pigmentos: cyan, magenta, amarillo y negro. Mientras que en serigrafía se manejan las tintas directas y la gama de colores es infinitamente más extensa, ya que incluso pueden incluir tintas metálicas, por mencionar un ejemplo. En ambos casos puede utilizarse la codificación de Pantones ya que éstos simplemente son la combinación exacta de pigmentos para lograr un color específico.

En contraste, las pantallas cuentan con una gama de 255 tonos a partir de los colores luz: rojo, verde y azul. Además, la extensión de cada archivoEn este caso el tipo de compresión del archivo (JPG, PNG o TIFF, por mencionar algunos), determinará si esta gama se mantiene o retiene. Afortunadamente, los Pantones también son aplicables bajo un esquema hexadecimal conformado por letras y números que logran la combinación exacta de tonos, permitiendo una mayor precisión cromática.

Otros factores determinantes en la visualización de imágenes son el brillo y la saturación. El primero se refiere a la luminosidad u oscuridad de la imagen dependiendo de su proximidad o lejanía al color negro o blanco. La saturación describe la intensidad de un color. Ambos factores son auxiliares para captar la

atención del despliegue de una imagen. Por ejemplo, si se busca resaltar la imagen dentro de una fotogalería, es posible oscurecer el fondo y abrillantar la imagen en cuestión, mientras que se crea un fondo poco saturado, y que no compita con las imágenes coloridas. En ambos casos se crea un contraste visual.

Interacción

Internet ya no solo utiliza los hipervínculos como medio de interacción. Ahora es posible incluir dentro de un sitio, espacios en los cuales los usuarios ingresen sus datos, comentarios, evalúen el contenido, formulen o contesten preguntas, realicen compras y más.

Formularios

Las plataformas dentro de las cuales se pueden desarrollar un sitio cuentan con las herramientas necesarias para incluir estos espacios. El cliente debe definir es qué quiere y por cuál medio desea obtenerlo.

Existen varias maneras de ingresar información, puede ser como texto abierto u opciones limitadas dependiendo de lo que se desee obtener del usuario. En muchos casos, cada vez que un usuario contesta un formulario, sus datos se incluyen automáticamente dentro de una base de datos que puede ser usada por el administrador como datos, que posteriormente puede utilizar estratégica y productivamente.

De modo similar, ahora es posible realizar operaciones más complejas a través de formularios, como pagos bancarios y compras *online*, que se irán incrementando en número y diversidad según crezca la confianza en el medio. Siempre y cuando el sitio compruebe ser lo suficientemente confiable, este será un recurso muy valioso siempre y cuando el dueño aplique la programación necesaria que asegure la información de los usuarios.

3.6.5 Lenguajes de programación *web*

No hay sitio sin lenguaje de programación y es importante tener una noción de las convenciones estructurales y de distribución de elementos *web*; así como tomar en cuenta el manejo adecuado de los lenguajes para lograr mayor compatibilidad con navegadores y plataformas. El perfil del diseñador deberá incluir no sólo su capacidad creativa, sino también su comprensión y conocimiento del medio. Si sabe reconocer las herramientas que, no sólo le faciliten su trabajo, pero que también le permitan lograr su objetivo desde distintos ángulos y formas, su desempeño será más completo y satisfactorio.

Actualmente existen muchas maneras de diseñar un sitio *web* (HTML, *Cascading Style Sheets*, Javascript, PHP, etc.) y cada sistema cuenta con su propia codificación mediante la cual se podrá vestir y dar mayor interactividad. Para fines de esta investigación se tratarán dos procesos que integran muy bien diseño y programación: CSS y .NET Framework. No sin antes hacer mención del código base sobre el cual se crean los sitios *web*: *HiperText Markup Language* (HTML).

HTML

Todo sitio formalmente estructurado bajo el código HTML contendrá toda la información del sitio (textos, imágenes, animaciones, videos, hipervínculos, etc.) y está compuesto generalmente por los siguientes elementos estructurales:

- Cabezal (<head>)
- Cuerpo (<body>)
- Divisiones (<div>)
- Agrupación de varios elementos que le dan estilo a la página ()

El cabezal es el código con el que se comienza una estructura de sitio. Designa el tipo de programación que contendrá el sitio y precede al cuerpo. También puede contener vínculos a estilos prediseñados que se designarán a la página. El cuerpo incluye el contenido específico de la página, que a su vez puede ser estructurado por segmentos o divisiones (<div>), así como otros estilos (). Ahora bien, una división puede contener texto, imagen, video u animación. Mientras que la etiqueta o tag puede utilizarse para asignar una clase estilo prediseñado a un bloque de texto, palabra o imagen.

La semántica de un sitio HTML es suficientemente básica y permite asignar estilos visuales a los textos e imágenes para darles mayor o menor jerarquía, énfasis, color, etc. Toda esta información es clave para saber identificar el contenido de relevancia para que cualquier usuario encuentre lo que busca.

El formato HTML define la versión y configuración del cual está conformado el código del sitio y es crucial validar la compatibilidad con los estándares del W3C. Sin embargo, para cuestiones de diseño, HTML pasa a un segundo y quizá hasta a un tercer plano, ya que existen herramientas que simplifican el uso de su composición semántica, eficientando la labor de diseño y minimizando los tiempos de producción.

CSS

Las hojas de estilo, o *Cascading Style Sheets* (CSS), proporcionan grandes beneficios para un diseñador de sitios *web* ya que retienen enormes cantidades de semántica HTML sin necesidad de escribirla una y otra vez, permitiendo que al diseñador se centre en el aspecto visual. Funciona de manera muy sencilla ya que puedes recurrir a las barras de herramientas y propiedades para asignar estilos visuales a los contenidos, especificando su tamaño, color y ubicación. Una vez definido el estilo, es posible reasignarlo a contenidos de esa u otras páginas del portal, ya que los estilos quedan guardados y preconfigurados como un solo proyecto mediante una hoja de estilo maestra. Se puede cambiar la configuración de un estilo (por ejemplo, el color de los títulos, el tamaño de la fuente de los párrafos y otras características), y automáticamente todas las páginas creadas posteriormente que están vinculadas se actualizarán. De manera que si se quiere cambiar un color asignado a ciertos espacios, por ejemplo, cambiándolo desde esta hoja maestra se cambiará el aspecto del estilo alterado sin necesidad de ir página por página. Este

es el mayor beneficio de la programación mediante CSS, la manera en que se dan instrucciones una sola vez, aplicándola invariablemente a cada página, reduciendo el tiempo de producción. Por supuesto, es posible crear más de una hoja maestra por supuesto, pero no hay que dejar de lado que finalmente por más hojas que se creen éstas son parte de un todo y que elaborar más de la cuenta implicará mayor trabajo. Entonces, hay que tener en mente la funcionalidad e individualidad de cada página para lograr los objetivos sin perder cohesión.

Este sistema, indiscutiblemente facilitará el bocetaje y la ejecución del diseño. Es recomendable comenzar por diseñar las hojas maestras de las páginas internas ya que éstas predominarán en número. La página de inicio es importante, única y singular, adquiriendo una función distinta a las demás. Funge más como un punto de partida desde el cual se puede navegar hacia contenido más específico, presentando a la vez los contenidos más relevantes, actualizados y/o buscados. En cambio, las páginas internas se pueden multiplicar según las necesidades vayan cambiando y por ello el uso de CSS resulta tan práctico.

.NET Framework

La empresa Windows desarrolló esta plataforma considerando el creciente mercado de los marcos de trabajo sobre el plano *web*, teniendo como principales competencia las plataformas Java y PHP. Ofrece un portafolio de aplicaciones comunes en un sitio que ya tiene la programación incluida, a la

vez que provee un programa de administrador amigable para las ejecuciones seleccionadas de cada proyecto.

El primordial encanto de .NET Framework reside en la integración de distintos lenguajes de programación y esto se conoce como *Common Language Runtime* (CLR). Lo que caracteriza a CLR es que permite cargar varias clases en la memoria, administra la seguridad del código que se ejecuta, maneja los errores producidos durante la ejecución del código y una biblioteca de Clases Base que incluye soporte para muchas funcionalidades comunes de las aplicaciones.

Aun cuando parezca que el diseño está limitado la programación, sea cual sea, existen muchas libertades de estilo visual que el diseñador puede concederse al darle un estilo visual al sitio. Será su técnica gráfica y la aplicación de la misma las que le permitan elaborar varias propuestas, incluso sobre una misma diagramación estructural.

3.7 Evaluación y mantenimiento

El proceso del desarrollo de un sitio no está completado hasta que se determinen los métodos de evaluación que le permitan al cliente saber si el sitio cumple con sus objetivos o por el contrario es necesario hacer cambios y/o actualizaciones que mejoren su rendimiento. Contar con un sistema que cualitativa y cuantitativamente retroalimente la producción inicial, así como el mantenimiento, es imperativo para cualquier proyecto.

3.7.1 Herramientas de medición

El instrumento más utilizado que ayuda a rastrear el desempeño de un sitio y recabar la información métrica de los usuarios es el análisis *web*, o *web analytics*. Algunos proveedores de este servicio, como Google Analytics, lo ofrecen de manera gratuita por lo que no implica un costo de inversión³ significativo. El análisis de datos *web* incluye aspectos como: el número de visitas dentro de un lapso de tiempo determinado (en un día, semana o mes), las páginas más vistas, el tiempo de permanencia, el sistema operativo y navegador que utilizan, maneras en que acceden al sitio (desde un buscador, escribiendo la dirección URL, desde otro sitio, etc.), los cursos de navegación dentro del sitio, el país donde se encuentran y cuál fue la última página que visitaron. La información métrica presenta un panorama general que ayuda a identificar si los objetivos y logros del sitio se han cumplido a gran escala. También se puede conocer el porcentaje de tráfico dentro de un lapso de tiempo, y si éste incrementó o disminuyó con respecto al periodo⁴ pasado. En algunos casos, es posible medir la ejecución de alguna campaña de acuerdo a objetivos establecidos desde la misma plataforma de métricas. Todos estos aspectos generalmente pueden ser fácilmente comprendidos por el cliente al momento que lo desee, así que no hay necesidad de invertir en alguna empresa o programador especializado para que lo haga.

³ Aunque es posible que el proveedor de la programación si agregue un costo por la instalación del mismo.

⁴ El periodo puede comprender desde un día hasta años enteros.

Por otro lado, un factor que puede ser sujeto a evaluación y que vale la pena considerar, es si la arquitectura de la información es lo suficientemente eficiente y clara para que el usuario navega libremente por el portal. Existen factores que están intrínsecamente conectados, como la calidad del contenido, su legibilidad y accesibilidad, por lo que es posible complementar la evaluación del sitio mediante métodos deductivos y de análisis que ayuden a conocer las tendencias de acciones de los usuarios. Por ejemplo, la herramienta de análisis *web* no puede determinar qué busca un usuario, pero sí se puede deducir el tipo de contenido que le interesaba por el tiempo de permanencia en las páginas visitadas y la conexión entre ellas. Es por ello que la arquitectura de la información es tan importante, porque si se desde su formación se pronostica los posibles intereses de los usuarios, será más fácil para el usuario distinguir la secuencia de navegación que lo lleve al contenido que le interesa.

A pesar de abarcar todos estos aspectos, las herramientas de medición no brindan toda la información sobre los usuarios ya que omiten datos importantes como: el por qué visitan el sitio, lo que buscan y si lo encuentran, la edad promedio de los visitantes y opinión del contenido y la navegación⁵. Por ello es importante implementar encuestas y entrevistas que ofrezcan un punto de vista más específico, ayudando así a orientar al cliente y su equipo de trabajo

⁵ Esto es relativo ya que existe una variable de medición en la cual se cuenta el porcentaje de rebotes por página. Por rebote se entiende que entran a la página y de ahí visitan otra página. Lo que una herramienta de medición no puede aclarar es el por qué.

a implementar estrategias con objetivos más concretos de acuerdo a cada proyecto o campaña.

3.7.2 Mantenimiento del sitio

Como ya se mencionó, el desarrollo del sitio no tiene un fin como tal. Posiblemente para su inicio se establezcan metas a corto y mediano plazo, un presupuesto y un equipo de trabajo responsable de generar ciertos resultados que puedan ser evaluados. Eventualmente, serán los propios cambios del negocio y las tendencias del mercado los que marquen cuáles reajustes le ayudarán al sitio a estar vigente de acuerdo a las necesidades del momento.

El medio se ha distinguido por su rápida evolución y constante renovación, y éste es un punto que ni el cliente ni los desarrolladores del sitio deben perder. El éxito de un sitio no recae en su lanzamiento, sino en su mantenimiento, y las cifras no mienten. Si un sitio tuvo un alto número de visitas en su estreno y después cayeron, es en respuesta a algo y es imperativo detectar cuáles son las posibles causantes. En caso de que las métricas indiquen que la navegación es conflictiva para los usuarios, o que alguna herramienta está siendo desperdiciada, habrá que reevaluar maneras de facilitar la experiencia o de lo contrario el sitio perderá su objetivo. Para ello, es recomendable elaborar estrategias que contemplen objetivos y actividades para cada sección del sitio, especialmente las páginas más visitas (como la de inicio). La persona que coordine las acciones para el mantenimiento del sitio, deberá encargarse de producir el contenido suficiente para cumplir con los objetivos y mantenerlo

actualizado. También deberá evaluar si los objetivos se están cumpliendo con las herramientas utilizadas o si es necesario que cambiar de dirección.

Hace unos años, se dependía 100% de un *webmaster* con conocimientos de programación para actualizar el sitio. Ahora, las distintas plataformas han facilitado la administración del mismo, siendo que el mismo cliente pueda ser quien actualice el contenido del sitio. Posiblemente no pueda cambiar de raíz cuestiones como la arquitectura del sitio, pero sí puede agregar más contenido que le permita mantener interesados a sus usuarios. En caso de requerir servicios de programación que sobrepasen sus conocimientos, entonces se puede contemplar la opción de contratar permanentemente a una persona calificada que se encargue totalmente del mantenimiento del sitio, ya que recurrir a un proveedor externo para cada cambio puede resultar más costoso.

Todas estas consideraciones son cuestiones que deben contemplarse para que el sitio funcione a toda su capacidad y no se desperdicien los recursos invertidos. Internet es un medio muy demandado...y demandante. Por lo que asumir la responsabilidad de rediseño y reestructuración conlleva un proceso de meses es desatinado encontrar mantenerse de otorgarle al sitio los avances tecnológicos y las tendencias del mercado, ofreciéndole así un producto de calidad al cliente.



**DISEÑO DEL
SITIO *WEB* DE
NATURALIA, A.C.**

4.1 Panorama

Este proyecto surgió de la inquietud por parte de miembros del Consejo y del equipo de Naturalia, A.C. de hacer un cambio de imagen institucional, para la cual se comenzaría a trabajar con la agencia Ogilvy en el diseño de una nueva identidad gráfica, así como normas de diseño propias de presentar una imagen sólida y consistente en las aplicaciones gráficas producidas en Naturalia, A.C. Una de ellas sería el rediseño del sitio *web*, que aunque no estaría directamente a cargo de esta agencia, que habría que considerar otras alternativas de producción. El trabajo de Ogilvy era *pro bono*, lo que se reflejó en un retraso sustancial y estratégico para Naturalia, A.C. De manera que se comenzó la reestructuración del sitio como un proyecto interno que, una vez llegada la etapa de diseño gráfico, se adecuaría a la propuesta holística de Ogilvy. Esto no sucedió así. En realidad, la necesidad de mejorar el sitio *web* y lanzarlo imperaron por sobre esta planeación y el proyecto del sitio tuvo que tomar su propio curso. Se acordó entonces que el diseño tendría su propia forma y estilo, y que una vez aprobado el nuevo logotipo propuesto por Ogilvy, se reemplazaría por el actual.

La transición al nuevo sitio sería complicada por muchas razones. En primera instancia, las dinámicas de trabajo para que todos los involucrados (Director General, líderes de proyectos, miembros del consejo y diseñadora) tuvieran la oportunidad de aportar sus ideas, necesidades e inquietudes, implicarían

mucho tiempo y complicarían la toma de decisiones. Todas estas personas tenían ideas muy claras de lo que querían para sus proyectos, pero no había una intención o un enfoque dirigido al bien común. Había entonces que mediar sus necesidades tomando en cuenta las prioridades institucionales.

El presupuesto también sería un factor (no menos importante que el primero), que afectaría la toma de decisiones y el resultado final. Para esto se debían priorizar las necesidades imperativas contra las deseadas, bajo la consigna de aprovechar al máximo los recursos asignados y así obtener el mejor resultado posible. Habría entonces que organizar y reorganizar la estructura del sitio tantas veces fuese necesario para adecuarlo al presupuesto, y saber conciliar las necesidades de todos complicaría las decisiones tomadas.

Un tercer factor que afectaría directamente el progreso del proyecto sería la corta duración de algunos miembros del equipo de trabajo. Inicialmente, la Coordinación de Comunicación visualizó este proyecto desde una perspectiva puramente administrativa, pero al poco tiempo se cerró esta Área, provocando el estancamiento del proyecto. Al poco tiempo, surgió la inquietud e iniciativa por parte de un miembro del equipo de diseño de retomarlo y en ese momento se comenzó a trabajar (de manera muy informal) en el sitio, ya que aún era incierto el presupuesto y el/la responsable de coordinar la ejecución del proyecto. Durante este tiempo, la Diseñadora trabajó con el Director General

para comenzar a darle forma al mapa de navegación. Meses más tarde, se asignó formalmente un presupuesto y se incorporó la Directora de Promoción para la supervisión de dicho presupuesto, la estructuración del mapa de navegación y la contratación del servicio de programación. Un par de meses después, la Dirección de Promoción renunció y su remplazo no se volvería a incorporar al proyecto. Finalmente, se concilió que la diseñadora coordinaría la producción hasta el lanzamiento del sitio.

La actualización de los contenidos sería un cuarto factor que dificultaría significativamente el desarrollo del proyecto. Durante el tiempo en que la Coordinación de Comunicación estuvo al mando, se crearon normas editoriales muy generales y sin mucha dirección, para que los líderes de proyecto entregaran los contenidos para sus secciones. Desafortunadamente, la falta de una metodología significó que en muchos casos se replantearán, reestructurarán y cambiarán drásticamente los contenidos, una vez retomado el proyecto por parte de la Directora de Promoción y la Diseñadora. Esto se debió a que en muchos casos no se habían considerado ni las cualidades del medio ni de los usuarios.

Aunado a todos estos factores (que por sí solos presentaban un reto), había que contrarrestar la reticencia y visión conservadora por parte de algunos representantes de Naturalia, A.C. ante algunas propuestas de cambio. Mientras que para unos el proyecto sólo era un cambio superficial, para otros era la

oportunidad de innovar y hacer cambios más complejos. La búsqueda de consensos y justificación de las nuevas propuestas (muchas dirigidas a la jerarquización de los proyectos), así como la educación sobre la importancia mediática de Internet, sus herramientas y sus alcances, serían el mayor desafío de este proyecto.

4.2 Planificación

Recapitulando, el Modelo de Lynch-Horton propone la definición de varios factores durante esta etapa los objetivos del proyecto, el equipo de trabajo, el estudio del mercado y los usuarios, los contenidos (normas editoriales, forma, tiempos de entrega, etc.), la producción y el presupuesto. A pesar de ser una labor complicada (y larga) se deben lograr principalmente dos propósitos:

1. Reunir al equipo de trabajo y definir sus responsabilidades.
2. Elaborar el documento descriptivo del sitio.

Durante la planificación del proyecto se detectarían las necesidades que debían cubrirse para lograr los mejores resultados y sacarle todo el jugo al sitio, una plataforma comunicativa y gráfica de gran alcance. Antes que nada había que juntar todas los requerimientos por parte de Naturalia, A.C. para entonces establecer los objetivos del proyecto. Después, se generaría y recopilaría la lluvia de ideas de las sugerencias hechas durante diversas reuniones. También se realizaría un estudio, tanto del primer sitio de la institución como de sitios *web* pertenecientes a instituciones con propósitos similares. Se tomarían en cuenta los parámetros

de los usuarios potenciales y reales a fin de obtener más datos y entender cómo mejorar la comunicación entre ellos y la institución. Por otra parte, esta etapa serviría para organizar lógicamente los contenidos y el presupuesto. Todos estos elementos ayudarían a reforzar la toma de decisiones y finalmente, formar el documento descriptivo del proyecto.

4.2.1 Objetivos del sitio

Las necesidades iniciales expuestas por parte del cliente fueron:

- Una imagen más moderna y atractiva.
- La actualización de contenidos.
- Una administración del sitio más accesible y en la cual no se dependiera de un *webmaster*.
- Herramientas de medición para conocer el éxito o fracaso del sitio.
- Una versión en idioma inglés.
- Un buscador de contenidos internos.
- Inclusión de videos.
- Información sobre miembros del Consejo.
- Información sobre miembros del equipo y medios de contacto.
- Galería de fotos.
- Portal de noticias sobre proyectos de Naturalia, A.C.
- Descarga electrónica y suscripción a la revista *Especies*.

- Tarifario de revista *Especies* para espacios publicitarios.
- Promoción de membresías, productos y donativos.
- Información y registro de voluntarios y empresas para el programa de reforestación.

Acercándose a los objetivos del proyecto

A fin de comenzar a organizar los objetivos del proyecto se retomarían las preguntas de la metodología, para así precisar y enunciar mejor los objetivos.

Objetivos

¿Cuál es la misión de la organización?

Procurar la conservación de las especies mexicanas en peligro de extinción, así como sus hábitats naturales a través de la creación de proyectos y alianzas con empresas privadas, órganos de gobiernos, Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) y la sociedad en general.

¿Cuáles son las necesidades expuestas por el cliente?

- Una imagen más atractiva.
- La actualización de contenidos.
- Una administración del sitio más accesible y en la cual no se dependiera 100% de un *webmaster*.

- Herramientas de medición para conocer el éxito o fracaso del sitio.
- Una versión en idioma inglés.
- Un buscador de contenidos internos.
- Inclusión de videos.
- Información sobre miembros del Consejo.
- Información sobre miembros del equipo y medios de contacto.
- Galería de fotos.
- Portal de noticias sobre proyectos de Naturalia, A.C.
- Descarga electrónica y suscripción a la revista *Especies*.
- Tarifario de revista *Especies* para espacios publicitarios.
- Promoción de membresías, productos y donativos.
- Información y registro de voluntarios y empresas para el programa de reforestación.

¿Cuál es el propósito principal del proyecto?

Lograr que Naturalia, A.C. alcance una presencia nacional e internacional en el medio ambientalista, tras la óptima comunicación de sus proyectos y permitiendo la recaudación de fondos que les ayude a mantenerse y crecer. Este proyecto deberá cumplir ambos propósitos a través de la relevante presentación de sus contenidos y utilizando herramientas tecnológicas que faciliten la comunicación

e incentiven la aportación voluntaria (monetaria y/o activa) de la sociedad.

¿De qué modo la construcción de un sitio *web* apoyará este propósito?

Comunicando eficazmente al público interesado sobre proyectos estratégicos de conservación que salvaguarden la integridad del medio ambiente y las especies silvestres que se encuentren en mayor riesgo en nuestro país. Además, unificará la imagen de la institución, otorgándole mayor credibilidad y presencia frente a su audiencia. Igualmente, facilitará la aportación de recursos a través de la inclusión de una programación más actualizada e interactiva.

¿Cuál es el público al que va destinado?

Personas interesadas en temas de protección y conservación del medio ambiente. El rango de edades es muy extenso. El cuerpo de voluntariado incluye a jóvenes estudiantes de 18 a los 25 años. Mientras que los interesados en los proyectos de conservación son adultos que en su mayoría cuentan con preparación universitaria y oscilan entre los 40 a 60 años. Pero en realidad cada proyecto está dirigido a públicos más específicos. Por ejemplo, algunos proyectos trabajan directamente con comunidades rurales, otros trabajan con escuelas de distintos sectores socioeconómicos.

En cuanto al tema de establecer alianzas, Naturalia, A.C. trabaja constantemente con empresas, dependencias de gobiernos y ONG's, públicos claves para el desarrollo y ejecución de los proyectos. Las primeras implican una fuente de ingresos importante para la creación, elaboración y mantenimiento de los proyectos. Las segundas permitirán el funcionamiento de muchos de los proyectos y también proveerán recursos importantes para la conservación del medio ambiente nacional. Las terceras por su parte, ayudan a que los proyectos tengan un mejor alcance gracias a la mutua cooperación.

De modo general, ¿qué información desea comunicar la institución a la población?

Información sobre los proyectos y formas para apoyarlos, desde membresías, hasta contratación de servicios (como talleres de reforestación y educación ambiental), suscripciones a la revista *Especies* y otras actividades en las cuales es posible participar.

¿Qué se desea que piense o haga el público tras haber visto el sitio?

Se busca que cobre conciencia sobre la problemática ambiental, que se interese y participe en los proyectos de Naturalia, A.C. y que

ayude a su mantenimiento a través de donativos, trabajos *pro bono*, investigaciones de campo o cualquier otra acción.

¿Cómo se medirá el éxito del sitio *web*?

Con herramientas de medición *web* y haciendo un estudio comparativo tras un año de haberse publicado el sitio. Estas métricas ayudarán a apreciar datos como el tránsito de usuarios, su duración, las páginas más visitadas, países desde donde visitan el sitio y los días de mayor tránsito, por mencionar algunos aspectos.

¿Cómo se realizará un mantenimiento adecuado una vez confeccionado el sitio?

El Área de Promoción será la que coordine a los líderes de proyecto para que mantengan actualizados los contenidos que les corresponden dentro del sitio. Esta persona deberá buscar contenidos de interés para los usuarios, como notas sobre nuevas alianzas y proyectos nuevos en los que Naturalia, A.C. esté involucrada, así como verificar que las actividades para los voluntarios se difundan adecuadamente.

¿Cuáles son los dos o tres objetivos más importantes del sitio?

- Lograr una mejora de la comunicación visual de la institución.

- Hacer una recopilación y análisis de la información proporcionada por la institución para elaborar la arquitectura de la información, base estructural del contenido y el diseño del sitio.
- Respetar el presupuesto asignado.

Esta preguntas ayudarían a encaminar al proyecto, pero sería importante tomar en cuenta las sugerencias de los propios colaboradores de Naturalia, A.C. a fin de complementar estas primeras ideas.

Lluvia de ideas

La lluvia de ideas es un ejercicio de exploración mediante el cual es posible aportar todas las sugerencias que ayuden a solucionar las metas del proyecto, independientemente de si son viables o no. A lo largo de la etapa de planificación se realizaron diversas juntas de trabajo con los líderes de proyecto para que pudieran expresar su “lista de deseos” y posteriormente presentarlas al Director General para evaluar su viabilidad. A continuación se muestra el documento que recopila toda esta información.

Resumen de la lluvia de ideas

Publicidad interna

- En todas las páginas se promocionará uno o varios productos (playeras, revistas, tarjetas, etc.) en forma de banners que llevarán directamente a la página de “Tienda”.
- Eventos especiales y campañas también serán promovidas.
- La descarga de la revista *Especies* en formato digital estará disponible en *banners* distribuidos en distintas páginas del sitio.

Publicidad externa

- Posibilidad de que otras instituciones paguen por un espacio publicitario dentro del sitio. Para esto habrá que hacer un tarifario y promocionar nuestros espacios en el mismo sitio. También se deberá investigar si hay un tipo de legislación al respecto para no infringir la ley.
- Insertar espacios promocionales a modo de intercambio con otras ONG's.

Contactos

- Para cada proyecto deberá haber un contacto y éste se mostrará al final de la página en cuestión. Este dato puede incluir: nombre,

teléfono y correo electrónico del coordinador/director del área.

- Crear el correo <escribenos@naturalia.org.mx> con el propósito de que la gente envíe sus comentarios y que el correo <info@naturalia.org.mx> no se vea sobresaturado y funga solamente para enviar información sobre proyectos. De esta manera habrá una mejor canalización de la información.
- Crear un espacio especial con la lista de todos los colaboradores e información para contactarlos. (Nota: esto puede ser un problema a nivel seguridad de la institución y sus colaboradores).

Galería

- Todas las fotografías tendrán una marca de agua con la leyenda Naturalia, A.C.
- El crédito de foto para toda foto perteneciente al archivo fotográfico de Naturalia, será Naturalia, A.C.
- No se podrán descargar las fotografías y habrá que incluir una marca de agua para asegurar que no se utilicen indebidamente y sin el permiso de la institución.
- Existirá la posibilidad de descargar algunas imágenes como *wallpaper*. Estas imágenes cambiarán mes con mes y será una manera de incentivar a los futuros usuarios a regresar al sitio.

- Se podrá bajar el protector de pantalla a cambio de un correo electrónico (Nota: habrá que evaluar si la descarga será gratuita o se pedirá una aportación voluntaria).
- Separar por categorías: lobo mexicano, jaguar, perrito de la pradera, etc.

Nombres de proyectos

- Reducción de los nombres de los proyectos para mayor eficacia y dinamismo, así como, menor confusión. Esto también impactará en una imagen más concisa. Por ejemplo, de “Apoya la conservación” a “Apoya”, de “Programa de de voluntarios” a “Voluntarios”, de “Conservación de especies y ecosistemas” a “Conservación”, de “Identificación de áreas prioritarias para la conservación en el norte de la Sierra Madre Occidental” a “Sierra Madre Occidental”, de “Conservación de las praderas de Janos, Chihuahua” a “Janos”, etc.
- Definir la jerarquía ya sea por: orden alfabético, magnitud del proyecto, vigencia del proyecto, tema, etc.

Vías de contacto con los usuarios

- En cada página habrá la posibilidad de que el visitante pueda escribir sus comentarios, abriendo paso a una comunicación más activa y constante que retroalimente y enriquezca el contenido.

- Los comentarios no serán expuestos al público, simplemente llegarán al correo <escribenos@naturalia.org.mx> y de aquí se canalizará a quien esté encargado del o los proyectos en cuestión.
- Así mismo crear los siguientes correos electrónicos:
<serviciosocial@naturalia.org.mx> y <publicidad@naturalia.org.mx>

Redes sociales

- Abrir y mantener espacios en redes sociales como: Facebook, Twitter y otros que vayan emergiendo y popularizándose.
- Estas redes son independientes del sitio oficial, pero serán promovidos dentro del mismo con hipervínculos que llevarán directamente al portal de Naturalia, A.C. en cada dichas redes sociales.
- Serán puntos de encuentros para cibernautas que también cuenten con estas redes sociales.
- Las redes sociales abrirán la comunicación entre visitantes y Naturalia, A.C.
- Creación de un *blog* dentro de la página que esté en constante actualización, en el cual los visitantes pueden inscribirse y recibir noticias. Se les invitará a enviarnos fotografías, ilustraciones y otros materiales visuales que nosotros subiremos a estas redes y de ser relevante también en la página oficial de Naturalia, A.C. con el fin de que otros visitantes lo puedan ver y comentar al respecto.

Registro de correos electrónicos

- Crear una base de correos electrónicos a partir de: las descargas de protectores de pantalla, el blog, la base de voluntarios, la base de suscriptores, gente que escriba a <escribenos@naturalia.org.mx>, y otras fuentes.
- Crear un formato de registro en el cual todo visitante podrá registrarse de manera personalizada, formando así una base de correos electrónicos. La “personalización”, a su vez, identificará lo que el usuario ha comprado o de qué manera se ha involucrado (como miembro, suscriptor, consejero, etc.) y desde cuándo.
- El registro se podrá hacer desde cualquier página del sitio, para adquirir productos de Naturalia, A.C. y cuando quieran escribir un comentario a <escribenos@naturalia.org.mx>.
- A fin de generar la confianza de los usuarios se especificará en las "Políticas del Sitio" que sus correos electrónicos y demás datos son para uso exclusivo de Naturalia, A.C. y ningún correo se publicará y/o compartirá con terceros.
- Para el registro de voluntarios se creará un formulario aparte debido a la alta demanda.

Página principal

- En la página principal se mostrará el menú principal, noticias ambientales de México y el mundo, anuncios de los proyectos de Naturalia, A.C., convocatorias y publicidad interna.
- Debido a que esta página será posiblemente la más visitada, es importante programar actualizaciones, quizá mes con mes, según se acuerde.
- Animación con imágenes de “EspeCitas”.

Buscador

- Palabras clave como: nombres de proyectos, especies, lugares.

Creación de nuevas secciones de interés

- Se creará un nuevo link llamado “Infórmate” donde los visitantes podrán ver: la Lista Roja de Especies en Peligro, legislación mexicana sobre conservación, reservas, un listado de especies mexicanas más traficadas, y recomendaciones de exposiciones, cursos y lugares relacionados al tema ambiental y conservacionista.

¹ “EspeCitas” es una sección original de la revista *Especies* la cual muestra la ficha técnica de siete especies (anfibios, reptiles, mamíferos, peces, etc.) endémicas de México, que incluye características, ubicación y algún dato curioso (periodo de reproducción, migratorio, etc.) por espécimen.

Todo con link a las fuentes correspondientes.

- “Sitios de interés”: listado de sitios Web relacionados al tema de la conservación.
- “EspeCitas”: en esta sección se podrán incluir las especies que hayan y vayan saliendo en la revista *Especies* a fin de que el sitio también funja como un portal informativo sobre las especies de México.

Donativos

- Debido a que este tema es de vital interés para Naturalia, A.C., habrá que incluir una página donde los usuarios puedan realizar donativo monetarios y/o en especie (equipos, servicios, herramientas, etc.)

Mapa del sitio

- Incluir un link donde los visitantes puedan ver el mapa completo del sitio e ir directamente a la página de su interés.

Alianzas

- Abrir una sección donde se exponga qué instituciones, empresas, escuelas, fundaciones y zoológicos están aliados o patrocinan uno o varios proyectos de Naturalia, A.C.

Intervención interna del sitio

- Cualquier miembro de Naturalia, A.C. (previa autorización de la Dirección General), podrá intervenir en el contenido del texto y/o su diseño. Sin embargo, no podrán afectar el diseño de interfaz y el estilo visual del sitio.

Esta lluvia de ideas sería entonces presentada al Director General y posteriormente consultada con el programador para su cotización. Habría partes que se descartarían, no obstante resultaría ser un buen ejercicio para proyectar las posibles características y funcionalidades del nuevo sitio.

4.2.2 Estudio de mercado

Uno de los puntos clave que permitirán el éxito o fracaso del sitio, será la realización de un estudio de mercado que comprenda tanto a la competencia como a los usuarios. Para ello se realizaría una tabulación comparativa sobre sitios *web* de instituciones con propósitos y contextos similares, a fin de poder respaldar tanto las propuestas de contenido como las de diseño. Las tablas que a continuación se muestra, señalan algunas cualidades de los sitios de Pronatura, *World Wildlife Fund* (WWF) México, La reserva.com, Sustenta.com, Forest Stewardship Council, Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza, A.C. y Conservación Internacional. Lo que en estos tabuladores se presenta es el mapa de navegación y observaciones adicionales, tanto del estilo visual como del

contenido,. Algunas características de estos sitio podrían retomarse y adaptarse a las necesidades y objetivos comunicacionales y de diseño del proyecto en cuestión. Otras serán desechadas por su irrelevancia en este proyecto.

Tabuladores sobre sitios *web* de ONG's ambientalistas

Pronatura

Menús y contenido

Menú Principal (arriba)

Quienes somos

- Pronatura México
- Sistema Nacional Pronatura
- Historia
- Áreas de trabajo
- Por qué es importante nuestra labor
- Consejo directivo
- ¿Cómo contactarnos?
- Informe Anual
- Cambio climático
- Pronatura y el Cambio Climático
- ¿Qué es el Cambio Climático?
- El Cambio Climático en México

Pronatura

Menús y contenido

- ¿Qué puedes hacer tú?
- Calculadora mexicana de CO2
- Links
- Cambio climático en México
- Panel Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático
- Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático
- Marco Legal

Agua

- El agua y su naturaleza
- El agua en México
- ¿Qué está haciendo Pronatura?

Especies prioritarias

- Aves rapaces
- Jaguar

Pronatura

Menús y contenido

- Ballena gris
- Mariposa monarca
- Perrito de la pradera
- Vaquita Marina

Comercio sustentable

- Programas nacionales
- Centros Pronatura de Información para la conservación (CPIC)
- Programa Nacional de Humedales
- Programa Nacional de Aves

Conservación de Tierras

- Herramientas de Conservación
- Componente Legal
- Casos de estudio
- Publicaciones
- Iniciativa de Sitios Sagrados Naturales

Pronatura

Menús y contenido

Involúcrate

Menús secundarios

A. (Izquierda)

- Menú de “Representaciones” (sucursales/oficinas).
- Banner de la revista Pronatura
- Identidades gráficas de programas y proyectos
- Banner de productos a la venta

B. (Centro)

- Noticias

C. (Derecha)

- o Exitos de conservación
- Goles verdes
- CO2 NEUTRALÍZATE
- Mercado voluntario de certificados de carbono

D. (Abajo)

- Derechos reservados, dirección y teléfonos
- Crédito del diseño

Pronatura**Observaciones****Diseño**

- Uso de color y fotografías para diferenciar: programas, representaciones, pero no cambian dimensiones, ubicación y concepto representativo. El diseño no cambia significativamente, únicamente se hacen variantes de color o distintos tipos de fotografía para que se adecuen al tema presentado en la página.
- El “Menú principal” no es constante.
- Noticias y publicaciones como apoyo para diversificar y expandir la información sobre temas relevantes
- Apoyo visual de fotografías
- Doble fondo
- Destacan los nombre de los programas porque están en altas y bajas.

Contenido

- En “Quien somos”: lista de programas, líneas estratégicas de acción, principios y valores (responsabilidad,

Pronatura

Observaciones

honradez, tolerancia, equidad, respeto, congruencia y profesionalismo) de Pronatura.

- En “Cambio Climático”: políticas públicas, disminución de las emisiones de gases de efecto invernadero, campañas de comunicación, reclutar empresas con responsabilidad social (objetivos generales y específicos, y acciones)
- En “Agua”>“Comercio sustentable” la página inicial explica de manera general la problemática y está acompañada de fotografías (sin crédito o pie de foto).
- En Conservación de Tierras: estructura, misión, objetivos, metodología de trabajo, socios.
- En Involúcrate: formato de registro con instrucciones para quien desee ser voluntario, y contacto.
- En “Conservación de Tierras”>“Iniciativa de Sitios Sagrados Naturales”: contextos, descripción de la iniciativa, componentes de la iniciativa, enfoque geográfico, diseño de la iniciativa, selección de los

Pronatura

Observaciones

estudios de caso piloto en las zonas Centro y Noroeste de México, objetivos y estrategia de la iniciativa.

- Banner promocional de Pronatura: “25 años conservando el color de nuestra naturaleza”, logo y fotografía.

WWF

Menús y contenidos

Arriba

- Banner: logo, foto, fondo

Izquierda

- Inicio
- Todo sobre WWF
- Programas
- Consejero asesor
- Donantes
- Sitios de interés
- Ecosistemas

WWF**Menús y contenidos**

- Especies
- Comunidades indígenas
- Educación Ambiental
- Ecoturismo
- Certificación
- Noticias
- Bitácora mensual
- Publicaciones
- Mapas
- Financiamiento
- Bolsa de trabajo
- Convocatorias
- Fotogalería
- Colabora
- Contáctanos
- Dirección y teléfono (oficina México)

Centro

- Conoce tu huella ambiental

WWF**Menús y contenidos**

- Noticias
- Links de programas
- Galería

Derecha

- Especies en riesgo
- Visita los Santuarios de Hibernación
- Traffic: comercio de flora y fauna
- Consume con responsabilidad
- Becas Príncipe Bernhard 2008

Abajo

- Derechos reservados, dirección y teléfonos

Observaciones**Diseño**

- Utilización de efecto y fotografías para diferenciar: programas, representaciones, pero no cambian dimensiones, ubicación y concepto representativo.

Contenido

- En “Financiamiento”: se divide por proyectos.
- En “Especies”: Especies en riesgo, Conócelas y Guías descargables.
- Fondo uniforme.

Lareserva.com

Menús y contenidos

Arriba

- Banner con nombre del sitio
- Menú Principal
- Ciencia y Tecnología
- El mundo del tiburón
- Especies en peligro
- Medio ambiente
- Plantas medicinales
- Salud
- Quienes somos
- Contáctanos

Lareserva.com**Menús y contenidos****Izquierda**

- *Wallpapers*
- Noticias en la red
- Buscador
- Anuncio
- Inicio de sesión

Centro

- Publicaciones
- Videos
- Artículos de interés

Derecha

- Anuncios
- Lo más leído
- Foros

Abajo

- Derechos reservados, dirección y teléfonos

Lareserva.com**Observaciones****Diseño**

- Doble fondo oscuro.
- Fotografías atractivas.
- Videos transmitidos vía YouTube.

Sustenta.com**Menús y contenidos****Arriba**

- *Banner* con nombre del sitio
- Menú Principal
- Ciencia y Tecnología
- El mundo del tiburón
- Especies en peligro
- Medio ambiente
- Plantas medicinales
- Salud
- Quienes somos
- Contáctanos

Sustenta.com**Menús y contenidos****Izquierda**

- *Wallpapers*
- Noticias en la red
- Buscador
- Anuncio
- Inicio de sesión

Centro

- Publicaciones
- Videos
- Artículos de interés

Derecha

- Anuncios
- Lo más leído
- Foros

Abajo

- Derechos reservados, dirección y teléfonos

Sustenta.com**Observaciones****Diseño**

- Doble fondo.
- Fotografías de los productos.
- Pictogramas de las secciones, por ejemplo: “conserva” con una mariposa, “conoce educa” con un mundo, “cambia” con un foco ahorrador de luz.

Contenido

- *Banners* promocionales: catálogo online, campañas.
- No está saturado de texto, se apoyan en imágenes y animaciones para crear interés, pero sin exponer toda la información.
- Diversas empresas apoyan los proyectos y dentro de cada menú, existen un submenú que te explica cómo cada empresa apoya.
- Dentro de su *blog*, publican proyectos en los cuales están involucrados, aunque no está muy actualizado.

Forest Stewardship Council

Menús y contenido

Arriba

- Acerca del FSC, Certificación, Políticas y estándares FSC, Sala de redacción, Recursos, Sea parte de la solución, Portal de Partes interesadas
- *English*, Español
- Facebook, Twitter, YouTube y Flickr

Izquierda

- Mismo menú que el superior, pero desglosado en secciones

Centro

- Contenidos de cada página

Derecha

- *FSC near you*
- Pequeños propietarios
- Áreas de negocios
- Enlaces rápidos

Abajo

- Índice

Forest Stewardship Council**Menús y contenidos**

- Contacto
- Top

Observaciones**Diseño**

- La página principal maneja su propia diagramación. Una vez que se accede a las páginas secundarias, se despliega un menú del lado izquierdo en el cual también se aprecian los submenús de cada sección.
- Arriba del cabezal se encuentran los accesos a la versión en inglés o español
- El cabezal incluye el menú principal, la imagen de un bosque y el logotipo
- En la página inicial se muestran más acciones por medio de bloques, cada uno con una imagen y un extracto de la nota.

Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza, A.C.**Menús y contenido****Arriba**

- Inicio, Quienes somos, Programas, Proyectos apoyados, Documentos de interés

Centro

- Contenido

Derecha

- *English site*
- Convocatorias
- Bolsa de trabajo
- Directorio Conserv.
- Acceso Intranet
- SISEP

Abajo

- Contacto

Observaciones**Diseño**

- Fondo retoma los colores de la identidad gráfica y maneja degradados. En general es muy limpio, sin elementos distractorios, ni texturas.

Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza, A.C.**Observaciones****Diseño**

- Casi no manejan imágenes para ilustrar sus textos, mismos que son extensos.
- El buscador se localiza en la esquina superior derecha y debido a que ningún elemento lo rodea, es bastante fácil de ubicar.

Conservation International**Menús y contenidos****Arriba**

- *About CI, Newsroom, Stories & Multimedia, Blog*
- *CI Websites*

Search

- *Iniciatives, Where we work, How we work, Make a difference, Donate*

Izquierda

- Submenú de cada sección

Conservation International

Menús y contenidos

Centro

- Contenido

Derecha

- *Features & Media*
- *From the Blog*
- *Publications & Documents*
- *Field Demonstrations*
- *See also*

Abajo

- *Spotlight On, Partnerships, Video, In the news*
- *Donors, Media, Partners, Policy, Field Work, Science*
- *About Us, Careers, Global Offices, FAQs, RSS, Photography, Terms of Use, Privacy Policy, Site Map, Contact Us*

Observaciones

Diseño

- El diseño es bastante ordenado y limpio. Practicamente todo texto está acompañado por una imagen de naturaleza,

Conservation International

Observaciones

naturaleza, lo cual hace que el contenido sea más atractivo.

- No se limitan la diagramación y distribuyen los elementos con suficiente espacio entre cada uno para que la vista descansa y se lea detenidamente, sin confundir los proyectos.

Contenido

- En su página inicial, publican extractos de su blog, los últimos proyectos y cómo apoyar. Además presentan lo más interesante al momento, videos, noticias y alianzas.
- La información que se presenta en cada página es bastante variada. Se nota un serio cuidado para mantener el sitio actualizado y siempre presentando la información relevante de cada sección.

En conclusión, todos estos sitios guardan ciertas semejanzas que pueden ser un punto de referencia para las decisiones sobre diseño y contenido de este proyecto. En cuestiones de diseño, todos ubican su logotipo en la esquina superior izquierda, su menú principal (sin importar si es desplegable o no) se encuentra debajo del logotipo. Su buscador interno también está en esta área. Por otro lado, los derechos del sitio generalmente son colocados en la parte inferior, junto con el mapa, políticas de privacidad y términos de uso de cada sitio. En cuanto a sus contenidos, vale la pena destacar que en el caso de algunos portales, es obvio el interés por mantener sus sitios actualizados con noticias, publicaciones de su *blog* y accesos a redes sociales. A primera vista, resultan más atractivos los sitios que muestran fotografías de sus proyectos sociales o de conservación, así como titulares y extractos que segmentan sus páginas. La ubicación de estos bloques es consistente, por lo que, aunque la información cambie, el usuario ya sabe donde puede encontrar más información.

4.2.3 Los usuarios

Una parte importante de la información sobre el espectro de población al cual este sitio estará dirigido, se obtendría a través de los líderes de proyecto. La naturaleza de cada uno de los proyectos de Naturalia, A.C. define en gran medida su público objetivo y por consiguiente, el sitio deberá contemplarlos a todos. Debido a que no habría suficiente presupuesto asignado para realizar un *focus group* con los usuarios (potenciales y reales) a fin de conocer sus intereses, opiniones, inquietudes y sugerencias, hubo que valerse de los criterios

que los líderes de proyecto expusieron durante las reuniones de trabajo para identificar varios factores, tales como: la sofisticación del contenido, textos en idiomas alternativos e inclusión de secciones especialmente dirigidas a públicos particulares.

Siendo un espectro de audiencias tan amplio, habría que optar por características que enaltecieran la labor de Naturalia, A.C., al mismo tiempo que simplificaran la navegación dentro del sitio. En concreto, se determinaría que para satisfacer las expectativas de los usuarios habría que incluir: una versión en inglés, un buscador interno, formatos de afiliación, un formato para el pago de membresía, otro para la suscripción a la revista *Especies* y uno más registro de voluntarios, así como accesos directos a los portales de Naturalia, A.C. redes sociales, como Facebook y Twitter.

4.2.4 El contenido

El contenido es sin duda uno de los temas más complejos para el desarrollo de este sitio. El sitio anterior llevaba 10 años con la misma estructura e información, por lo que había que redactar nuevamente los textos que se incluirían en el nuevo sitio, permitiendo la reestructuración del mapa de navegación y dándole la oportunidad a proyectos que por sí solos captan la atención del público. En un primer por la semblanza de Naturalia, A.C., se demostró que esta estructura, más que destacar los proyectos los

ocultaba, y complicaba la navegación para poder llegar a ellos. Esto implicaría un distanciamiento de la semblanza. Para ello, habría que elaborar normas de contenido claras que todos los líderes pudieran seguir y cumplir en tiempo y forma. También se planearían reuniones, primero grupales y después individualmente, a fin de presentarles el plan que debían seguir, lo que se esperaba de cada uno de ellos (siendo que de manera indirecta eran actores importantes para el desarrollo del sitio), y así abrir el diálogo a sus propuestas.

Paralelamente, se trabajaría sobre aquellos contenidos que no estuvieran asignados a un líder en particular, pero que constituían parte de las campañas encausadas por Naturalia, A.C. Para estas secciones, habría que reunir la información y/o el material fotográfico necesario, lo que tomaría varios meses en hacer ya que mucha estaba dispersa y desactualizada. Algunas textos se retomaron del sitio anterior pero fueron actualizados y editados. Todas las secciones pertenecientes al Área de Promoción, no se entregarían a tiempo, por lo que también habría que formarlas. Las “Políticas de Privacidad” y “Términos de Uso” también se crearon desde cero, tomando como referencia los de otros sitios, como National Geographic, Lareserva.com y otros.

4.2.5 La producción: plan de trabajo

A fin de lanzar el sitio a finales de octubre, la producción debía contar con objetivos claros y definidos, así como un cronograma a seguir. Para ello

era importante ordenar los procesos que facilitarían el flujo de trabajo, desde la organización de la arquitectura de la información, tanto la elaboración, edición y corrección del contenido, hasta la posproducción y lanzamiento. Con esto en mente, la idea principal que surgió fue programar reuniones de trabajos con todos los colaboradores (directos e indirectos) del proyecto.

Reuniones de trabajo

La primera reunión se organizaría con la finalidad de explicarle a todos los miembros de Naturalia, A.C., el plan de trabajo y lo que se esperaba de cada uno de ellos. Después de esta reunión, se programaría una reunión con el Consejo Directivo, otra con el Director General y otras más con cada líder de proyecto para poderles dar una atención más personalizada a cada quien y en la cual pudiesen expresar sus inquietudes con respecto a sus proyecto. De este modo se podrían cumplir los objetivos particulares, sin antes perder de vista los generales.

A continuación se muestra el calendario de actividades programadas al 20 de mayo:

Voluntarios: 26 Mayo / 10 Junio

Especies: 28 Mayo

Proyectos de conservación y reservas naturales: Pendiente

Reforestación y Desarrollo sustentable: 1° Junio

Promoción y campañas ambientales: Pendiente

Quienes somos: 1° Junio

Reportes financieros: Pendiente

Establecer el mapa del sitio para revisión el Consejo: 11 Junio

Arquitectura de la información

El mapa de navegación se elaboraría conforme a las decisiones tomadas durante las reuniones de trabajo y considerando el presupuesto, mientras que la recolección de información tendría dos vertientes. Por un lado, se pactaría que los contenidos elaborados por los líderes de proyecto debían estar listos a mediados de octubre para así incluirlos desde el administrador del sitio una vez que éste estuviera programado. Adicionalmente, toda la recolección de fotografías y videos también tendría que estar listo para esas fechas. Igualmente, los contenidos referentes a “Políticas de Privacidad” y “Términos de Uso”.

Retomando la teoría expuesta en el capítulo anterior, es importante señalar el tipo de estructuras que se utilizarían para el sitio de Naturalia, A.C., que serían: estructuras jerárquica y por asociación. La base es jerárquica porque existe una página de inicio y después tres menús principales, de los cuales se desglosan submenús, y en algunos casos, submenús subsecuentes. Se decidiría esta forma como lógica de pensamiento deductivo porque primero se expondría la información general, después la de cada proyecto y finalmente, la información más específica que se necesite presentar de cada uno. Por otro

lado, la estructura por asociación se implementaría a través del uso de *banners*. Dependiendo del contenido de cada página (que a su vez tendrá asignada una plantilla), se proyectarían *banners* de temas, aliados, eventos y productos afines al proyecto visualizado.

Diseño y programación del sitio

Debido a que había una fecha límite para la entrega del sitio y había que aprovechar el tiempo al máximo, se trabajarían paralelamente el esquema del mapa de navegación, el diseño y la cotización de la programación. Durante esta fase, se propondrían dos posibles diagramas del sitio, y una vez seleccionada una de ellas, se trabajaría el sistema de plantillas. Este sistema permitiría que, de acuerdo a las cualidades de contenido de cada página, se aplicaría una plantilla diseñada para destacar el contenido de la misma. La ventaja de este sistema es que no sólo sería más fácil organizar el contenido, sino que además una plantilla podría funcionar para más de una página. Esto entonces ayudaría a cohesionar las partes, logrando así un despliegue de información y diseño más homogéneo, práctico y fácil de asimilar. Así pues, una vez que se determinara si la página presentaba sólo texto, o texto con imágenes, o sólo texto, *banners*, etc., entonces se le aplicaría la plantilla ideal. Por eso era importante contemplar y explicar este sistema durante las reuniones de trabajo, para hacer los ajustes necesarios para que, tanto la información como el diseño, estuvieran estratégicamente dispuestos y destacaran al máximo.

En un inicio, se mostrarían sólo los bocetos de las plantillas para darles una mejor idea a todos de cómo se presentaría el contenido y con base en eso, seleccionar la más apta según sus necesidades de comunicación.

Por otra parte, la programación del sitio se comenzaría a cotizar tomando como referencia los primeros mapas de navegación. Según se fueran llevando a cabo las reuniones, el mapa sufriría cambios, mismo que se enviarían nuevamente a cotizar. Así sucedió hasta que, tanto el mapa como la cotización, se aprobaran. Una vez que esto sucedió, comenzaría el periodo de programación durante el cual se entregaría el material de diseño y algunos contenidos, se revisarían constantemente los avances y probaría el funcionamiento de todo. Esto tomaría aproximadamente dos meses en quedar listo. Según lo acordado con el programador, para esta primera etapa de lanzamiento el servicio incluiría lo siguiente: programación de botoneras, inclusión de textos e imágenes dinámicas (tales como hipervínculos y *banners*), un buscador, formatos, un *chat* y servicio de *PayPal*, la plataforma administrativa y la de medición del sitio. En algunos de estos puntos, habría que contratar primero el servicio y después se programarlo.

Hospedaje del sitio

Otro cambio significativo sería la contratación de un nuevo servicio de hospedaje, por lo que habría que recopilar todos los correos existentes de los

colaboradores de Naturalia, A.C. con terminación <@naturalia.org.mx> y darlos de alta en la base del nuevo proveedor. Para ello habría que enviar un aviso a todos los colaboradores en el cual deberían confirmar su correo y tomar las medidas necesarias ya que una vez que se comenzara la migración dejarían de funcionar sus correos por un periodo de 24 horas. Esta misma fecha sería oficialmente la del lanzamiento del sitio.

4.2.6 El presupuesto

En una etapa inicial, se solicitaron cotizaciones a proveedores externos que hicieran la programación y el diseño del sitio². A pesar de que no se cuenta con los datos precisos de con quiénes se cotizó, ni las cantidades, se puede decir que tras dicha investigación, se acordó un presupuesto de aproximadamente \$70 mil pesos mexicanos, mismos que cubriría directamente el Consejo Directivo de Naturalia, A.C.

Para poder cumplir con este objetivo, habría que priorizar las necesidades. Durante el proceso se tendrían que hacer algunas omisiones de algunas secciones. Cabe mencionar que estos recortes se hacían también por una cuestión de funcionalidad, por ejemplo, inicialmente la gente de Naturalia, A.C.

² Estas cotizaciones se realizaron con base en el mapa de información del primer sitio de Naturalia, A.C. Con esto lo que se buscaba era estimar un presupuesto y a partir de la media, entonces se podría asignar un monto aproximado con el cual Naturalia, A.C. pudiera llevar a cabo el proyecto.

quería tener una página para “Objetivos”, otra para “Misión” y una más para “Visión”, cuando podían estar perfectamente situados en una sola página.

Tras cada reunión de trabajo, se decidían cuáles necesidades podrían cubrirse y cuáles no. En ocasiones pedían secciones como *blogs*, *chats*, formularios de registro y galerías sobre sus proyectos. Algunos implicaba la contratación de un servicio adicional o una programación más compleja, mismos que representaban un incremento considerable al presupuesto. En caso de incertidumbre, las decisiones finales quedaban en manos del Director General, quien tenía un punto de vista más administrativo y global sobre las necesidades de la institución.

4.2.7 Equipo de trabajo

Una vez establecido el presupuesto, las responsabilidades del equipo de trabajo serían asignadas. Durante la primera fase en la cual el equipo estuvo compuesto por la Directora de Promoción y la Diseñadora, se asignaría lo siguiente:

- Reunir a los miembros de Consejo de Naturalia, A.C. y líderes de proyecto para conocer sus expectativas del sitio.
- Recaudar la información expresada por los líderes de proyecto durante las reuniones de trabajo.
- Organizar el mapa de navegación y aprobar una cotización para el servicio de programación.
- Concebir un esquema del diseño de las páginas del sitio a través de un

sistema de “plantillas”, mismas que se asignarían a ciertas páginas dependiendo del tipo de contenido que mostrasen (p.e. galería, mayormente texto, texto/imagen por igual).

De modo general, la etapa de planificación del proyecto quedaría lista gracias a la colaboración de este primer equipo de trabajo. Posteriormente, la coordinación del proyecto sería responsabilidad enteramente de la Diseñadora, reportando directamente al Director General. Como parte de sus labores estarían:

- Diseñar la interfaz del sitio.
- Terminar de recopilar la información para los contenidos y producir los que faltasen.
- Contratar los servicios adicionales del *chat*, cambio de hospedaje del servidor y *PayPal*.
- Revisar y probar la correcta programación del sitio.
- Preparar e incluir todo el contenido mediante el administrador.
- Monitorear la migración del viejo servidor al nuevo, así como juntar las cuentas de correo existentes, crear las necesarias y desechar las innecesarias.
- Capacitar a los responsables de cada proyecto sobre el uso del administrador del sitio para que suban las actualizaciones de los contenidos de cada sección

- Monitorear el número de visitantes durante el primer mes tras el lanzamiento del sitio.

4.2.8 Documento descriptivo

Una vez abarcado todo este espectro de información había que encauzar al proyecto en una misma dirección y para ello se elaboraría el siguiente documento.

Documento descriptivo del sitio de Naturalia, A.C.

- **¿Qué se quiere hacer?**

Un sitio *web* para una organización sin fines de lucro dedicada a la conservación de especies mexicanas, especialmente aquéllas más amenazadas en su estado silvestre. El sitio deberá presentar a la organización, fijando especial hincapié en quiénes son, qué hacen, su historia, sus proyectos, y sus logros. Para esto habrá que rediseñar el sitio que actualmente está subido en Internet

- **Objetivos comunicacionales del sitio web:**

- Comunicar a la sociedad interesada en el tema de la conservación en México, sobre los proyectos realizados por Naturalia, A.C., su estatus y desarrollo actual.

- Captar audiencia/público.

- Informar sobre los proyectos de Naturalia, A.C.

- Vender los productos de Naturalia, A.C.
- Invitar a organizaciones, empresas e instituciones a formar alianzas.
- Presentar reportes ante Hacienda.
- **Objetivos de diseño del sitio web (contenido y diseño se complementan para crear un sitio funcional y estéticamente armónico. Sin orden.)**
 - **Funcional:** cada elemento que integre la página deberá funcionar, y de no ser así identificar el problema.
 - **Legible:** en todos los textos.
 - **Limpio :** limitar los elementos en cantidad y tamaño.
 - **Actual:** renovar cada cierto tiempo la imagen del sitio.
 - **Atractivo:** explotar los recursos que ayuden al atractivo visual del sitio, tales como: fotos, ilustraciones, mapas.
 - **Amigable:** tanto en su navegación como en su diseño, para que los usuarios regresen al sitio con la confianza de sentirse.
 - **Orgánico:** integración del diseño a partir de formas orgánicas, naturales, etc. Que expresen el propósito de la institución.
- **¿Por qué?**
 - Por la necesidad de dar una mejor presentación de Naturalia, A.C. para atraer a un público interesado

(particularmente en

- México) en la conservación de especies y ecosistemas y darle a conocer los proyectos que esta organización encabeza.
- Porque es necesaria una renovación a fondo del sitio, que durante los últimos diez años ha presentado la misma información y el mismo diseño.
- Porque no se han podido explotar las nuevas posibilidades tecnológicas y gráficas del medio.
- ¿Para qué?
 - Para tener mayor presencia en el medio ambientalista.
 - Para difundir los proyectos.
 - Para atraer donaciones que sustenten los proyectos.
 - Para vender productos que sustenten los proyectos.
 - Para que se pueda subir una versión digital de la revista *Especies*.
 - Para tener un canal disponible (*chat*) entre Naturalia, A.C. y empresas interesadas en reforestar.
 - Para que los usuarios interesados se puedan suscribir a la revista *Especies*.
 - Para aumentar la base de datos de contactos.
 - Para presentar noticias de proyectos en los que esté involucrado o que apoye Naturalia, A.C.

- **¿Para cuándo?**

- Para Noviembre de 2009.

- **Presupuesto: \$70 mil pesos (aproximadamente)**

- **¿Quién lo va a hacer?**

En una primera fase se distribuirán las responsabilidades entre la Directora de Promoción y la Diseñadora. Después, la coordinación del proyecto correrá a cargo de la última, auxiliada por el Director General, miembros del consejo, líderes de proyecto, y un programador.

- **¿Para quién?**

- Para Naturalia, Comité para la Conservación de Especies Silvestres, A.C.

4.3 Arquitectura de la información

En este apartado se tratará la organización y distribución del contenido dentro de un esquema de navegación, al igual que su adaptación al sistema de plantillas y los retos que todo esto conllevó.

4.3.1 Contenidos

Referirse a contenidos es hablar de toda la información (datos, infografías, imágenes, videos, etc.) que justifique la razón de ser del sitio. Su disposición y definición afectará directamente la reacción que el usuario tenga

sobre el sitio y por ende, su interés de los proyectos de la institución.

Organización

Es importante recordar que en la semblanza de Naturalia, A.C. los programas institucionales están divididos de la siguiente manera:

A. Educación y concientización para la conservación

- Educación para la conservación
- *Especies*, revista sobre conservación y biodiversidad
- Campaña nacional de información para combatir el comercio ilegal de flora y fauna silvestres

B. Conservación de especies y ecosistemas

- Proyecto de Rescate del Lobo Mexicano
- Identificación de Áreas Prioritarias para la Conservación en el Norte de la Sierra Madre Occidental
- Conservación de las praderas de Janos, Chihuahua
- Conservación del jaguar del norte, Sonora
- Conservación de los pastizales y especies asociadas a la cuenca del Río San Pedro, Sonora
- *Parkswatch* México
- Naturalia Reforesta

Esta estructura (replicada en el primer sitio), a pesar de tener una razón de ser para fines institucionales, habría de reevaluarse para comprobar si realmente era la óptima para el nuevo sitio *web*. En primera instancia se detectó que resultaba algo complicado navegar y regresar a las secciones deseadas, ya que era demasiado vertical y rápidamente uno podría encontrarse “cayendo por agujero sin salida”. Si uno no estaba familiarizado con los proyectos de Naturalia, A.C. difícilmente podría haber conocido todo lo que hace, ya que en ningún momento se mostraba una continuidad de las secciones contenidas. El nuevo sitio habría de buscar la manera de mejorar la organización de dichos proyectos, ayudándoles a tener suficiente exposición para captar la atención del público y posteriormente alentarlos a hacer sus aportaciones. Para ello había que reestructurar y reubicar toda la información de tal manera que el usuario no se pierda, ni se sienta abrumado por la cantidad, y mucho menos presionado para hacer contribuciones. Afortunadamente, desde que se plantearon estas metas, se abrió la oportunidad de reestructurar la semblanza. De esta manera se empezó a trabajar en el mapa de navegación. Éste fue un proceso estrechamente ligado a la recopilación de contenidos (que más adelante se retomará), pero el punto es que tuvo un primer contacto con la estructura y organización de los proyectos. Cabe resaltar que la información publicada en el sitio *web* anterior influía enormemente sobre la presentada en esta primera fase.

Otra cualidad que debía de reconsiderarse, eran los extensos títulos de los proyectos, como: “Conservación de los pastizales y especies asociadas a la cuenca del Río San Pedro, Sonora” o “Identificación de Áreas Prioritarias para la Conservación en el Norte de la Sierra Madre Occidental”. Estos títulos (referencia directa de las acciones que cada proyecto ejecutaba), resultaban complejos y más bien descriptivos. Además, si en la propuesta de diseño se les presentaba dentro de un espacio con dimensiones específicas y uniformes (como un botón) eran demasiado extensos, además de complejos para su remembranza. Si la idea era unificar la imagen de Naturalia, A.C., entonces también habría que unificar (conceptual y gráficamente) los títulos de las secciones presentadas en el nuevo sitio.

Nuevas secciones

Desde el inicio de este proyecto se contemplaría la posibilidad de incluir nuevas secciones en el sitio, sobre todo de los nuevos proyectos que no habían sido incorporados al sitio anterior, así como nuevas páginas de difusión sobre temas ambientales y de conservación.

Algunos proyectos tuvieron que crear mini-sitios independientes que no seguían el estilo institucional del sitio principal, no era adecuadamente administrados y funcionaban bajo criterios poco prácticos que no convenían con los propósitos globales de Naturalia, A.C. Además, las bases de datos era inconsistentes y su administración compleja y segmentada.

La primera sección en crearse sería "Apoya", y englobaría todas las posibles formas de apoyo, como donación, adquisición de productos, membresías, incluyendo las distintas formas de pago y formularios de registro. Para hacer todo esto posible se tendrían que organizar las especificaciones de cada caso, para entonces cotizar la programación necesaria capaz de facilitarle a los usuarios el acceso a estas formas de apoyo.

En el caso de la revista *Especies*, surgió la idea de crear una versión digital con extractos de la versión impresa, a fin de promover esta última versión. Este proyecto nació antes del presente proyecto *web*. Sin embargo no había podido ejecutarse desde el sitio anterior ya que la programación del mismo era muy limitada y resultaba más práctico esperar el desarrollo del nuevo sitio. Además se expuso la necesidad de incluir un formato de suscripción a la revista, mismo que también habría que cotizar.

Otra nueva sección sería la de "Voluntarios", un proyecto que a pesar de haber surgido de las reforestaciones, comenzó a tener su propia fuerza involucrándose en proyectos alternos con la Asociación Mexicana de Scouts, A.C., el Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE), entre otros. Entonces, había que darle un espacio destacado y a través del cual se invitara a la sociedad a participar en dichos proyectos. Inicialmente se propuso la idea de hacer un *blog*, pero debido al alto costo se descartó esta posibilidad. En lugar de eso se propuso hacer un espacio para

informar y convocar a la participación ciudadana, es decir, un formato para registrarse como voluntario y otro para recibir el boletín mensual que el Área publicaría, con información de las actividades realizadas y logros obtenidos. Con esto no sólo se difundían las labores de voluntariado, sino que también se iba creando una base de usuarios al cual podría notificársele sobre los proyectos de Naturalia, A.C.

Cuando se comenzaron a idear estas secciones, un objetivo secundario se manifestaría poco a poco en el que se incluía información recurrente sobre temas ambientales (no necesariamente ligados a Naturalia, A.C.), con el fin de convertirse en un foro de información ambiental, y así fue como nació “Infórmate”. Dentro de este espacio, se presentarían ligas a sitios (tanto gubernamentales y como ONG’s) relacionados con la conservación del medio ambiente. Así también se incluiría información sobre el comercio ilegal de especies (un proyecto que tuvo Naturalia, A.C. por un tiempo y que incluso estaba en el sitio anterior). Además, se retomaría todo el acervo de la sección de “EspeCitas” de la revista *Especies*, en la cual se publican por edición siete fichas técnicas de especies endémicas de México y que se adaptarían al sitio para que los usuarios pudiesen consultarlas.

La última sección que se incorporaría, partió de la necesidad de que se publicaran constantemente las noticias sobre los logros y proyectos de Naturalia, A.C., a la cual se le denominaría “Noticias”. Esta sección tendría un banner asignado desde la página de inicio para que así los usuarios pudiesen enterarse y acceder a la información rápidamente.

Esquema de navegación

Para el sitio de Naturalia, A.C., se utilizarían estructuras jerárquica y por asociación. La base de la estructura jerárquica consistía en tener una página de inicio, y después tres menús principales, de los cuales se pudiesen desglosar menús secundarios, y así subsecuentemente, sin rebasar las ocho páginas de una sección. Por ejemplo, en “Infórmate”, la subsección “EspeCitas” estaría divididas en ocho páginas, una para cada clase³ de especímenes.

La estructura asociativa se haría con el uso de *banners*, es decir, dependiendo del contenido de la página visualizada, se incluirían *banners* de proyectos y productos afines al tema del contenido presentado. Otro caso, sería incluir dentro de los textos de una sección, la referencia directa con otro proyecto y hacer el vínculo correspondiente a la página que contuviese dicha información.

³ Dentro de un reino (*animalia* o *plantae*, por ejemplo), existen varias **clases** como: anfibios, aves, crustáceos, mamíferos, moluscos, peces y otros.

Sistema de plantillas

Como parte de los esfuerzos por organizar mejor la información, además homogeneizar la imagen del sitio y facilitar la programación y administración del mismo, se crearía un sistema de plantillas. Cada plantilla diseñada tendría que ser suficientemente flexible para funcionar en más de una página, según el tipo de contenido exhibido. Primeramente, se realizaría una plantilla base e inamovible en la cual se mostrarían la ubicación de los tres menús principales, el logotipo (que también fungiría como hipervínculo a la página de inicio), los derechos reservados y los datos de contacto. Esta misma plantilla debía de considerar un espacio en “blanco” para que ahí se ajustasen las variantes, tanto la de la página de inicio como las secundarias, y de esta forma no afectar los medios de navegación del sitio. Es decir, los accesos de navegación principales (los tres menús), se mantendrían, mientras que la disposición de los elementos cambiaría según la información mostrada, esto incluiría banners, ubicación del texto, fotografías, etc. Fue así como se diseñarían siete plantillas (ver anexo "Sistema de Plantillas", pág. 338 a 345), cada una con un propósito distinto. La “Galería” y la página de inicio tendrían su propia diagramación, mientras que las demás páginas se ajustarían a cualquiera de las plantillas restantes.

Banners

Uno de los objetivos clave del sitio era no sólo presentar los proyectos y logros de Naturalia, A.C., sino incentivar a los visitantes del sitio a apoyar

mediante donaciones (en especie y monetarias), adquisiciones de membresías, productos y suscripciones a la revista *Especies*. Con esto en mente, se planearía la inclusión de *banners* en cada una de las plantillas diseñadas y que posteriormente se pudieran administrar independientemente del resto del contenido. Estos *banners* fungirían como espacios promocionales de los productos vendidos y otros se vincularían directamente a proyectos alternos que se quisieran difundir. De esta manera, se podría captar por más tiempo la atención de los usuarios, quienes además de informarse, encontrarían maneras de involucrarse.

En el caso de la página de inicio, se planearía una plantilla exclusivamente formada por *banners*, los cuales presentarían y vincularían a las secciones más destacadas: “Revista Especies”, “Apoya”, “Voluntarios”, “Conservación” y “Noticias”. Las únicas plantillas que por cuestiones de espacio no tendría *banners* serían la cuatro y la cinco (ver anexos "Plantilla 4" y "Plantilla 5" págs. 343 y 344).

En cuanto a su diseño, se definiría como norma que solamente algunos *banners* serían animados, para no saturar a los usuarios, ni distraerlos del contenido primordial de cada página. También se estableció que una vez diseñado un banner, debía conservar su diseño sin importar en qué plantilla se añadiera y ajustándose a la dimensiones que exige la plantilla.

Así pues, se realizaría una relación con todos los temas a incluir, las medidas sobre la cuales trabajar el diseño (definidas por la misma plantilla) y las páginas donde habría que colocarlos.

Normas editoriales

A fin de estructurar y homogeneizar todos los contenidos, se crearon normas editoriales con el fin de resumir los propósitos, alcances y estrategias de cada proyecto. Una vez entregada y leída la información, se determinaría la urgencia de condensarla para aumentar el flujo de navegación y contrarrestar la gran extensión del sitio. Como primer norma se fijó que la información por proyecto no debía rebasar las tres cuartillas. En caso de se quisiera incluir información adicional (más detallada y extensa), se podría añadir un archivo descargable (Word, PDF o imagen) desde un hipervínculo.

Después se formaría un documento que se enviaría a cada responsable en el cual contestarían algunas preguntas respecto a su(s) proyecto(s), recopilando así datos más precisos. Este es dicho documento:

Lineamientos para la descripción de los proyectos de Naturalia, A.C.

A fin de homogeneizar la información presentada en el sitio, te pedimos que respondas los más detalladamente posible a las siguientes preguntas. Una vez entregada la información, se editará y adecuará a la extensión de aproximadamente dos cuartillas, así que por favor sé conciso y puntual en la información que proporciones. No incluyas información confidencial.

Puntos a cubrir por proyecto:

- ¿Cuál es el nombre del proyecto?
- ¿Cuáles son los antecedentes?
- ¿Cuál es el problema?
- ¿Qué está haciendo Naturalia, A.C. al respecto?
- ¿Cuáles son los objetivos?
- ¿Por qué y cuándo inició el proyecto?
- ¿Por qué es importante el proyecto?
- ¿En qué consiste el proyecto?
- ¿Cuáles son las acciones?
- ¿Dónde se lleva a cabo?
- ¿Cada cuándo?

- ¿Quién más está involucrado en el proyecto (asociaciones, instituciones, empresas, miembros de alguna comunidad en específico, etc.)? ¿De qué manera?
- ¿Cuáles son los logros a grandes rasgos?
- ¿Cuáles son los resultados a la fecha?
- ¿Cómo se financia?
- ¿Cuál es la estrategia?
- ¿Existen casos de estudio?
- ¿Existen políticas públicas relevantes?
- ¿Cómo invitarías a potenciales interesados a este proyecto?
- ¿Quién es el/los contacto(s)? (Nombre, correo electrónico y teléfono)
- En algunos casos, los proyectos generan o necesitan

información complementaria de distintas índoles. Por ejemplo, reportes de resultados, tablas de información, bases de datos, esquemas, mapas, etc. ¿Qué información complementaria para este proyecto se necesita? Detalla y explica.

Nota: Estas preguntas no responden a ningún orden en particular y es posible que algunas no apliquen para todos los proyectos.

Nota: Si estás a cargo de más de un proyecto, tendrás que hacer un texto para cada uno.

Reuniones

Debido a que gran parte de las decisiones sobre la arquitectura de la información sucedieron durante las reuniones con el Consejo Directivos, Director General y líderes de proyecto, a continuación se muestran algunas minutas que muestran lo acontecido.

Junta con Consejeros de Naturalia, A.C.

Primero se plantearon cual debía ser el objetivo de la página y se decidió que debía:

1. Ser una “tarjeta de presentación” de la institución.
2. Ayudar a reclutar miembros.
3. Comunicar las actividades.
4. Vender los productos.

Se les repartió el mapa de navegación (ver anexo “Mapas de navegación”, Fase 1, pág. 324) actualizado hasta ese día e hicieron los siguientes cambios:

- La sección “Apoya” se incluiría en el Menú 1, después de “Quienes somos”. La decisión se basó en que por ser una sección de grave importancia debía entonces subir al Menú 2.
- Se agregó la sección “Sala de prensa”, en la cual se incluirían

todas las publicaciones en medios impresos o digitales donde haya aparecido un artículo respecto a Naturalia, A.C.

- Se incluyó un submenú a “Educación” llamado “Escuelas” donde aparecerían las escuelas que hayan adoptado una especie (jaguar, perrito de la pradera, lobo, etc.)
- Una sección con testimonios de personajes reconocidos apoyando la causa

Después se les mostraron las plantillas (6) que hasta ese punto se habían diseñado con el objeto de que visualizaran la distribución de los elementos, tanto los fijos como los rotativos. Se les explicó que aún están en proceso, pero en general fueron de su agrado.

Lo siguiente fue hablar sobre la posibilidad de que una empresa de publicidad donara sus servicios y cambiaran la imagen de Naturalia. Se discutieron las prioridades, dentro de las cuales la más importante fue la identidad gráfica institucional. De ser así y dependiendo del tiempo que les lleve hacer el cambio de identidad éste no sólo se integrará al diseño de la página si no que definirá paleta de colores e incluso una tipografía institucional.

También se discutieron las fechas de entrega para el sitio. El sitio debiera entonces ser publicado a principios de agosto, justo cuando sale una campaña con la empresa Cuadritos en la que venderán leches y parte de la venta será destinado a Naturalia, A.C. Se les explicó que esto no sólo dependía del diseño, ya que aún no se tenían los contenidos finales, además del tiempo adicional que llevaría a la programadora hacer el trabajo.

Entonces se discutió la cotización de la programación dentro de los cuales se incluye un manejador de contenidos, un buscador, un blog. Se tomó la decisión de eliminar el blog y optar por capitalizar las redes sociales que ya se tienen en Facebook, MySpace, Twitter, etc. También se acordó que veríamos la manera de reducir las secciones del actual mapa de navegación para quizá reducir el presupuesto.

Por otro lado, se planteó la posibilidad de contratar *PayPal* con el fin de agilizar donativos y membresías, pero no se utilizaría para la venta de productos porque Naturalia, A.C. no tiene el inventario necesario para garantizar la entrega de los productos que la gente ordene.

Respecto al diseño se discutió poco, aunque algunos consejeros mencionaron sus deseos, como que fuera moderno y más austero, o como algunos lo expresaron: “Que se vea de primer mundo”. También que hubiera una leyenda en la página de inicio con una breve descripción de lo que hace Naturalia, A.C., el cual ya se tiene.

Queda entonces pendiente la cuestión del cambio de identidad para saber si se procede o no a diseñar el concepto de la página.

Junta con líderes de proyectos

El propósito de la junta fue para explicarles el mapa de navegación, las plantillas, dar fecha de entrega de contenidos y presentar a los servidores sociales que apoyarían a recopilar los contenidos.

Primero se explicó la distribución de los tres menús principales que estarán presentes en todas las páginas del sitio. El primer menú comprende los proyectos de Naturalia, A.C. y la sección de “Apoya” que incluye “Membresías” y “Donativos”. El segundo menú comprende “Voluntarios”, la “Galería”, “Infórmate” y “Noticias”. El tercero incluye “Mapa del Sitio”, “Privacidad” y “Términos de Uso”.

Segundo se les explicó la elaboración de un sistema de plantillas, cada una con características distintas dependiendo de la función de cada página.

Se asignaron los cinco banners de la página de inicio y quedó de la siguiente manera:

- Banner 1: Revista Especies
- Banner 2: Apoya
- Banner 3: Voluntarios
- Banner 4: Proyectos de Conservación
- Banner 5: Noticias y nuevos proyectos

Continuamos con la “Revista Especies”. La página de inicio tiene la plantilla no. 3 que mostrará la última portada de la revista, junto con cuatro imágenes de cuatro artículos de la misma edición acompañadas por un pequeño extracto de los mismos. La siguiente página será para la “Historia” de la revista y tendrá la plantilla no. 2. La siguiente sección será para la suscripción que contendrá un formulario y tendrá la plantilla no. 2. Después está la página para “Anunciantes” que también tendrá la plantilla no. 2.

Adicionalmente existirá la posibilidad de descargar el catálogo y el tarifario para anunciantes.

La siguiente sección fue “Voluntarios”. La dinámica fue la misma con la diferencia que se pidió que también hubiera la posibilidad de hacer el Boletín descargable.

Después fue “Reforestación” a la cual se le hicieron cambios en la sección del “Cinturón Verde” en la página de “Empresas”. Se necesitará un formulario para el registro de empresas, un link a la sección de “Testimonios” > “Quienes Somos”, y un calendario modificable para apartar y marcar las fechas de reforestación según se vayan registrando. También la posibilidad de incluir un chat para responder a las dudas de manera más eficaz y automática.

De manera paralela surgió la necesidad de abrir una nueva sección llamada “Desarrollo Sustentable” dentro de la cual se explicará el proyecto del vivero comunitario en San Juan Atzingo. Esta sección se presupuestará por separado, los consejeros no la pagarán, más bien se buscarán los fondos venidos del mismo proyecto. También se incluirá otra página llamada “Conservación” que igualmente será

pagada con fondos recaudados.

A lo largo de la junta surgieron varias dudas en cuanto a programación las cuales se dirigirán a la programadora. Éstas son:

- ¿Tendremos la posibilidad de tener respaldo de la página en caso de que sea hackeada? De ser así, ¿cuánto cuesta y dónde estaría ubicada?
- Bases de datos: ¿Dónde se guardarán? ¿Cómo se accederá a ellas (directamente desde el manejador de contenidos, en Excel o cómo) ¿Es posible administrarlas libremente?
- ¿Cómo podremos resolver la cuestión de los correos masivos?
- ¿Qué tan complejo sería incluir un chat para la sección de “Reforestación”? ¿Y cuánto costaría?
- ¿Será posible crear más páginas dentro de las secciones por medio del manejador de contenidos? Por ejemplo, si se quiere crear un nuevo proyecto en “Conservación”, ¿será posible hacerlo, sin necesidad de volver a programar una nueva página, a partir de las plantillas ya asignadas?

En cuanto a la extensión de los contenidos se entiende que pueden variar, pero en general deberán ser de una cuartilla y que si llegan a ser muy extensos se convertirán a un PDF o documento de Word descargable.

Lo siguiente fue presentar a los servidores sociales que apoyarían para producir el contenido de “Infórmate”. Esto comprende:

- Una lista de sitios de interés relacionados a la conservación.
- Redactar en lenguaje cotidianos definiciones legislativas relacionadas al tema conservacionista
- Apoyar con la sección “EspeCitas”, recopilando fotografías y condensando la información de cada especie.
- Hacer una lista de especies que son víctimas del tráfico ilegal.
- Recopilar fotografías de cada área, en especial de Reforestación y Voluntarios.

De este modo se propuso la fecha de entrega de contenidos para el 17 de julio. Se les sugirió que fueran entregando poco a poco sus contenidos y que podrían asignar un tema a los *banners* de

sus páginas. De esta manera se podrá realizar una lista de los banners habrá que hacer y poder hacerlo equilibradamente, dando prioridad a “Apoya”.

Voluntarios 26 de mayo de 2009

Esta sección se presta a ser la más atractiva y amigable con los usuarios ya que se les invita a participar en las diversas actividades que constantemente se organizan en Naturalia, A.C. Por lo mismo la información debe ser muy clara para todo aquel interesado en sumarse como voluntario.

Se platicó con la encargada, Beatriz Vivanco, para trabajar desde cero esta sección. Anteriormente se hizo un contenido que resultaba aburrido y excesivo, por lo que se propuso que la información fuera más concreta y condensada, al mismo tiempo que debía ser más informal.

Beatriz también expuso varias necesidades, como:

- Tener dos bases de datos: una de voluntarios y otra del público en general. Los voluntarios, entonces, se registrarán en una forma independiente, y mediante la cual se enterarán de las actividades de voluntarios en la cuales podrán participar. Esto a través de un correo masivo que se les enviará a todos. En cambio, el público general únicamente estarán suscritos a un boletín con actividades realizadas

en Naturalia, A.C., por lo que habrá un formato diferente al de los voluntarios. Esto se le planteará al proveedor de la programación.

- Además se platicó la opción de incluir un blog, que también se cotizará con el programador para ver qué tan viable es. En principio parece ser una buena opción, aunque se propuso que en lugar de que fuera un blog, donde cualquiera pudiera “postear” sus comentarios”, mejor se incluyera un espacio de “Escríbenos tus comentarios” que a su vez se direccionarían al correo de voluntarios@naturalia.org.mx y únicamente Beatriz los pudiera ver. En cuyo caso, si ella creyera conveniente publicar en el sitio lo haría, permeando así la información expuesta en el sitio.

- Por último, se le dio a conocer que se crearía la sección “Colabora” en la cual podría publicar un anuncio sobre Servicio

Social. En esta sección cada líder de proyecto con la necesidad de tener un servidor social, podría subir la información necesaria. Beatriz propuso que se presentarían como “avisos de ocasión” y en caso de no haber vacantes también decirlo. En principio se abrirá este espacio para todas las áreas, incluida Administración.

Para la próxima reunión Beatriz nos expondrá más claramente sus necesidades y la estructura que tendrá su sección.

Revista Especies 28 de mayo de 2009

Este proyecto en especial se ha visto beneficiado por el rediseño del sitio web que en esta tesina se presenta, ya que se abriría un espacio para subir la edición digital gratuita con el fin de seguir divulgando este proyecto. También sería posible para investigadores y fotógrafos conocer más sobre la revista, lo cual podría abrir un vínculo y poder distinguirlo como un proyecto abierto y honesto en el cual podrían exponer su trabajo.

Una vez más se determinó que la actual estructura que tiene esta sección, tanto en el primer sitio web como en el texto que se había formado para el nuevo sitio, no es el adecuado. Habría entonces que crear inicialmente las siguientes páginas: “Historia”, “Suscripción”, un extracto de la última edición (esta sería la página inicial de la sección), “Anunciantes”, “Catálogo”, “Especies Digital” y finalmente un vínculo que lleve a la “Tienda” del sitio para realizar un pedido

Durante esta junta también se propuso que se incluyera la sección de “EspeCitas” en la nueva sección “Infórmate” para compartir con los usuarios este rico acervo de especies endémicas de México. Así pues podrían hacerse fichas que incluyesen: nombre común, nombre científico y dos o tres datos curiosos, como ecosistema y hábitos, por mencionar algo. Esta información deberá ser lo más resumida posible para no abarcar demasiado espacio ni saturar al lector.

Dirección General

En esta junta se trataron los siguientes temas:

1. Contratación de PayPal: presentar plan de costos
2. Contratación y programar fecha de cambio de Hosting:
3. Contenidos de Oscar (“Quiénes somos” y algunos de “Conservación”):
 - a. Misión, Visión y Objetivos
 - b. Historia
 - c. Lobo mexicano
 - d. Janos
 - e. ConservAcción
 - f. Noticias (sugiero Cuadritos, Animal Celebration ó Wild9)

4. Aún faltan textos de Gerardo
 - a. ParksWatch
 - b. Reservas
 - c. Río San Pedro (incluir Castor)
5. Programar revisión de contenidos
6. Revisar registros de “Apoya” y destinatarios de registros de membresías, tienda y donativos. Se necesitarán uno o varios encargados de dar continuidad a los correos de escribenos@naturalia.org.mx incluidos en las secciones de “Políticas de privacidad” y “Términos de Uso”.
7. ¿Quién recibe los correos de info@naturalia.org.mx?
8. Traducción de textos: ¿Quién lo va hacer?
9. Logo de Naturalia: revisar estatus de la propuesta de Ogilvy y posible fecha de entrega para saber si coincide con la fecha de lanzamiento del nuevo sitio.
10. Establecer perfiles de permisos para el administrador de contenidos.

4.3.2 Evolución de los mapas de navegación

Como se explicó anteriormente, la estructura del primer sitio cambiaría drásticamente debido a la reevaluación sobre la relevancia de cada proyecto con respecto a su público cautivo y potencial. La evolución del mapa de navegación estaría fundamentada en los acuerdos resueltos durante las sesiones de trabajo y el presupuesto asignado.

Considerando todo esto, el primer mapa muestra una estructura jerárquica y sufriría modificaciones a partir de las reuniones sostenidas con el equipo de trabajo hasta el mapa final (ver anexos "Mapas de navegación", págs. 324 a 332).

En una primera fase se realizaría un esquema del mapa de navegación a fin con todas las secciones organizadas tal cual aparecen en la semblanza de Naturalia, A.C. En este primer mapa se aprecia que "Nuestros Proyectos" es demasiado extenso y podría dificultar la navegación a través del sitio (ver anexo "Mapas de navegación", Fase 1, pág. 324).

A fin de darle espacio suficiente a cada proyecto para que presentara toda su información. Habría que cuidar que esto no comprometiera la fluidez de la navegación y por ello se propusieron tres menús principales organizados de la siguiente manera (ver Anexo "Mapa de navegación", Fase 2, pág. 326):

- Menú 1 contendría la presentación de Naturalia, A. C. y todos los proyectos: “Quiénes somos”, “Conservación”, “Educación”, “Reforestación”, “Revista Especies”, “Nuestras Reservas” y “Nuestras Campañas”.
- Menú 2 secciones que informan e implican una toma de acción: “Apoya”, “Voluntarios”, “Galería” e “Infórmate”.
- Menú 3 contiene información referente al uso del sitio, así como algunas secciones que inciten al usuario a participar de otros modos: “Mapa del sitio”, “Privacidad”, “Términos de Uso”, “Anúnciate” y “Bolsa de trabajo”.

En una tercera etapa, se trabajaría con el Director General para refinar esta organización, por lo que se reubicarían y eliminarían algunas secciones. Así pues, “Apoya” pasaría al Menú 1 (que visualmente desatacaría por encima de los otros dos), ya que finalmente uno de los objetivos principales del sitio es recaudar fondos. Por otro lado, se eliminarían las secciones de “Bolsa de Trabajo” y “Anúnciate” ya que se argumentó que se volverían secciones fantasmas que nadie actualizaría (ver anexo “Mapas de navegación”, Fase 3, pág. 328)

Más adelante se diseñarían las primeras plantillas de la diagramación del sitio y se asignaría a cada sección una plantilla de acuerdo al tipo de contenido que habría de mostrar. El mapa de navegación final, mismo que se replicaría en la sección del sitio “Mapa del Sitio” (ver anexo “Mapas de navegación”, Fase 4, pág. 330)

4.3.3 Versión en inglés

Como parte de los requisitos solicitados desde la primer reunión con el cliente, se solicitó una versión en idioma inglés, por lo que, además de traducir los textos, habría que cotizar con el proveedor de programación una versión idéntica en estructura, y que desde el administrador del sitio se pudieran ajustar los contenidos para esta versión. Una vez aprobada la versión en español, se comenzaría a ajustar el diseño, también habría que adaptar la interfaz al inglés, tales como los títulos de las secciones en botoneras, etc.. Una vez terminada la programación del sitio en español, se comenzaría a trabajar en la otra versión.

Adicionalmente, se contemplaría la posibilidad de solicitar el servicio profesional de un traductor, pero al no entrar en presupuesto, se solicitaría a la Diseñadora la traducción.

4.4 Propuesta de diseño y programación

Esta etapa sería quizá la más demandante de todas. Mientras se diseñaba y se ajustaba todo el material necesario para que el sitio tuviera su propio estilo y carácter, habría que reunir el material del contenido, traducir los texto al inglés y trabajar estrechamente con el proveedor de programación para revisar el funcionamiento del sitio. El diseño se iría acoplando poco a poco a las demandas expresadas durante las sesiones con los líderes de proyecto a fin de que fuera tanto funcional como atractivo.

4.4.1 Diseño de la interfaz y contenidos gráficos

Antecedentes

Antes de comenzar a trabajar en el diseño del sitio, se recopilarían visualizaciones del sitio anterior para detectar las deficiencias, a fin de tratar de evitarlas. La nueva aplicación sería más ambiciosa, pero este ejercicio inicial permitiría un “recuento de los daños” y permearía mejor las decisiones de diseño que eventualmente se tomarían.

Durante las diversas reuniones de trabajo y el desarrollo del mapa de navegación, se trabajaría en distintas ideas que pudiesen funcionar para darle una mejor presentación al sitio. Muchos de los colaboradores de Naturalia, A.C. expresarían no sólo sus necesidades funcionales, sino sus expectativas visuales del sitio e incluso serían ellos quienes propondrían algunos de los sitios estudiados durante la etapa de planeación (ver figuras 4.1 a 4.6).

Figura 4.1



Figura 4.2



Figura 4.3



Figura 4.4



Figura 4.5



Figura 4.6



Proceso de bocetaje

En este punto quedó claro que no se retomaría nada de la diagramación del sitio anterior. Sería más sencillo comenzar de cero que tratar de remediar la decadencia y falta de funcionalidad del primer sitio. La base de todos los bocetos sería la página de inicio, por ser la primera y más vista (generalmente) por los usuarios y por consiguiente, establecería el tono, la forma y los elementos principales que debían estar presentes en el resto de las páginas. Este es el proceso que surgió.

El primer intento de boceto (ver anexos "Bocetos"), fue una primera experimentación que replicaba una estructura HTML convencional: cabezal, menú, cajas de texto e imágenes. En este punto, aún no se contaba con un mapa de navegación formal y por ello no contemplaba el tipo de contenidos que eventualmente se incorporarían. La propuesta muestra en el cabezal, la identidad gráfica, un slogan y las imágenes de una guacamaya y un jaguar (ambas especies en peligro de extinción). Los recortes resultaron ser muy toscos y en general la vista era muy segmentada. También propone una diagramación basada en tres columnas, que finalmente solo reforzaban esa sensación desligada de los elementos.

En la segunda propuesta se reubica el logo y se coloca con un fondo a partir de una imagen. Sin embargo, falta el contraste necesario para hacer la distinción entre ambos. En este boceto ya que contemplan los tres menús, aunque aún no tienen la jerarquización y ubicación final. Se manejan varios *banners* para promover los proyectos e incluso uno de ellos contiene uno de los menús. Aún cuando la estructura rompe un poco más con lo rígido de las tres columnas, persiste la segmentación de los contenidos. La navegación ya empieza a cobrar forma en esta página y es de arriba abajo, pero en la parte inferior se vuelve un tanto caótica, haciéndola menos atractiva para la lectura.

Para el siguiente boceto, se opta por separar el menú integrado en uno de los banners y se colocan de manera separada en varios bloques, mismos que son sucedidos por otra serie de bloques más similares en dimensión y forma. Este

principio se adaptaría posteriormente a la siguiente propuesta. La navegación sigue siendo vertical, así como la estructura global de la página, aunque se rige por una diagramación de tres columnas, pero si verse tan rígida como el primer bosquejo.

En la cuarta propuesta, se rompe que esa estructura vertical y se adapta al tamaño del formato de 1024 x 940 pixeles (un poco más grande que el convencional 1024 x 768 px de una pantalla de 13"), ya que se genera una serie de bloques destinados a servir los proyectos principales con una presentación atrayente e imponente. A primera vista el usuario pueden ver los dos menús principales, dejando hasta abajo el menú de legales. Estos bloques podrían ser animados o estáticos. También destaca el cabezal que incluye el logo e imágenes que variarían de plantilla en plantilla. Sobre esto se habla en la siguiente sección.

Sistema de plantillas

Desde la primera sesión, el proveedor explicó que una vez diseñadas y aprobadas las plantillas (las cuales se diseñarían desde Adobe Illustrator), habría que recopilar y organizar todo el contenido gráfico complementario, para posteriormente programarlo y finalmente, subirlo al administrador del sitio. Esto implicaría hacer un cronograma definiendo tiempos de elaboración y de entrega de aquellas partes (como botoneras, fondos, banners y demás) para iniciar la programación y después, hacer la detección de todas las fallas antes del lanzamiento (programado a principios de noviembre). El cronograma,

Desde la primera sesión, el proveedor explicó que una vez diseñadas y aprobadas las plantillas (las cuales se diseñarían desde Adobe Illustrator), habría que recopilar y organizar todo el contenido gráfico complementario, para posteriormente programarlo y finalmente, subirlo al administrador del sitio. Esto implicaría hacer un cronograma definiendo tiempos de elaboración y de entrega de aquellas partes (como botoneras, fondos, banners y demás) para iniciar la programación y después, hacer la detección de todas las fallas antes del lanzamiento (programado a principios de noviembre). El cronograma, a pesar de ser una herramienta de organización, no funcionó a pesar de que la Diseñadora entregó todos los contenidos a tiempo. Esto se debió a las constantes en las reuniones de trabajo (y los continuos cambios que ello implicaba), retrasos en la entrega descripciones de proyectos por parte de los líderes de proyecto y los avances hechos por parte del programador.

Tras el estudio de mercado y el sitio anterior de Naturalia, A.C. se detectaron recursos visuales que podrían solventar mejor la propuesta de diseño. Esto además permitió un acercamiento a distintos esquemas de diagramación que normalmente seguían un patrón, lo que ayudaba a que se percibiera un orden y una lógica que seguía, no sólo parámetros del diseño de un sitio, sino que respondían al tipo de contenidos mostrado, ayudándolo a resaltar y lucir más. Se diseñaría un sistema de plantillas que funcionara a favor del contenido y la imagen global del sitio. Preferentemente, las plantillas habrían de ser suficientemente flexibles para ajustarse a más de una sección. Tomando en cuenta este panorama, lo platicado

durante las reuniones de trabajo y conociendo el tipo de contenido habría de publicarse, se elaborarían seis plantillas (ver anexos: “Mapas de navegación”, Fase 4, pág. 330 y anexo “Sistema de plantillas”, págs.338 a 345): página de inicio, páginas prioritariamente para texto y/o video, acompañadas de imágenes y texto, otras para imágenes con poco texto, para catálogos y galería de fotos.

Banners

Como parte de la formación de contenidos y de diseño habría que realizar una lista de banners a partir de las solicitudes expresadas durante las reuniones de trabajo y entonces hacer los diseños respectivos. Los motivos de los banners abarcaban desde proyectos, productos, o aliados que se quisieran promover. Abajo se muestra la lista final y sobre la cual se trabajarían las propuestas: (ver anexo “Banners” pág. 348).

Página de inicio

- “Revista Especies”
- “Apoya”
- “Voluntarios”
- “Conservación: “Rescate del jaguar del norte”
- “Noticias”

Páginas secundarias

- Cinturón Verde
- Aula Verde
- Boletín Voluntarios
- Ecolíderes
- Desarrollo Sustentable en San Juan Atzingo
- Playeras: HOLA LOBO, jaguar y Especitas⁴.
- Paquete especial del lobo mexicano
- Tarjetas de rescate
- Revista *Especies* (o vínculo a la página), colección (vinculado a la tienda) y *Especies* digital (descarga del documento)
- *Northern Jaguar Project*

Fotografías

Todas las imágenes se tomarían del acervo fotográfico de Naturalia, A.C., el cual está compuesto por fotografías tomadas exclusivamente por miembros del equipo y colaboradores externos con los cuales ya se tenía un acuerdo de uso libre e ilimitado. Por otra parte, habría que hacer una relación entre usuario y naturaleza, que se lograría evocando emociones empáticas del primero.

⁴ Estas playeras no se refieren a la sección “EspeCitas” de la revista *Especies*, sino a una serie de playeras para niños con ilustraciones del jaguar, el lobo mexicano, la tortuga jicotea, el oso negro y el perrito llanero (o perrito de las praderas).

El uso de fotografías de naturaleza ayudaría a vestir el sitio y a darle mayor identidad. Por ejemplo, la plantilla seis incluye una animación de fotos sobre el proyecto, colocado en un módulo separado del texto principal y los *banners*. Para la “Galería” también se prepararían las imágenes de acuerdo al formato específico de la plantilla y se dividirían desde el administrador en subsecciones de acuerdo al tema fotografiado, tales como: "Fototrampeo", "Lobo mexicano", "Jaguar del norte", etc. A fin de que no se distorsionasen, se ajustarían a una medida estándar y además se incluiría un “sello de agua” del logotipo de Naturalia, A.C. para que evitar la violación de los derechos de propiedad de las fotos. Para la sección de "EspeCitas", se acordaría que sólo se incluirían las especies cuya fotografía hubiese sido tomada del acervo fotográfico a fin de evitar conflictos de derechos de autor (ver anexo "Sistema de plantillas", Plantilla 5, pág. 344).

Colores

El diseño del sitio tendría un estilo sencillo, con una tonalidad neutral para destacar las fotografías de naturaleza (ver anexo "Bocetos", "4E (Final)", pág. 327). En algunas botoneras se manejarían degradados muy sutiles para dar más volumen a la imagen, pero sin la intención de dificultar la lectura de los títulos. Algunos accesos quedarían sobre un fondo con imagen (como el Menú 2), así que se optó por un tono más oscuro (ver anexo “Botoneras”, pág. 346).

Tipografía

La fuente tipográfica seleccionada a partir de las normas establecidas por el *World Wide Web Consortium* (W3C) fue la Arial. En el caso de los botones y algunos *banners*, se escogió la fuente Cronos Pro y se manejarían como imagen, no texto, para que se pudieran visualizar correctamente desde cualquier navegador y plataforma (ver anexo “Botoneras”, pág. 346).

Formularios de registro

A fin de que los usuarios interesados en comprar productos, membresías anuales, suscripciones a la revista *Especies* o recibir información sobre los programas de voluntariado y reforestación, se incluirían formularios de registro, los cuales tendrían propósitos muy distintos de acuerdo a la función de la sección en la cual estuvieran insertados. Por ejemplo, para la “Tienda” el formulario mostraría los artículos disponibles y para los cuáles únicamente se podría enviar un registro de solicitud, no de compra, debido a la probable escasez de productos. Otro formulario sería el de suscripción a la revista *Especies*, aunque en este caso si sería posible adjuntar un comprobante o ficha del pago previamente escaneado y con el cual podrían asegurar su suscripción. Uno más sería para inscribirse como voluntario y otro para solicitar el boletín digital de voluntarios (enviado en forma de correo electrónico), ambos sin costo alguno. Para “Reforestación” también se incluiría un formato para el registro de empresas (ver anexo "Formularios", pág. 347).

Todos estos formatos tendrían algunas cualidades similares. Por ejemplo, al final de cada uno se incluirían opciones para recibir información concerniente a los distintos proyectos de Naturalia, A.C. También, para hacer válida la recaudación de la información, algunos campos serían obligatorios, como por ejemplo el nombre del solicitante y su correo electrónico, esto a fin de obtener suficiente información en caso de reclamos.

A partir de cada formato se crearía una base de datos, misma que los líderes de proyecto podrían visualizar y exportar desde el administrador de contenidos. Además, una vez que el usuario llenara el formato exitosamente, aparecería un mensaje personalizado desde el administrador con el número de referencia de su pedido y un agradecimiento. Al mismo tiempo, el responsable administrativo de dichas secciones recibiría un correo electrónico con la información del solicitante y su solicitud. De esta manera, los usuarios podrían estar seguros que su petición se envió, y los administradores podrían darle seguimiento a los mismos.

***Chat* para “Reforestación”**

La instalación del *chat* estaría a cargo programador, mismo que propuso al proveedor de este servicio, el cual fue Comm100 (<www.comm100.com>). El *chat* estaría inserto en la sección de “Reforestación” > “Empresas” a fin de que las empresas interesadas en este proyecto pudiesen contactar directamente al responsable por parte de Naturalia, A.C. Se colocaría entonces un banner con una imagen indicando si el contacto estaba disponible o no.

Figura 4.7



4.4.2 Programación *web*

La selección del proveedor de la programación sería decisión del Consejo Directivo de Naturalia, A.C., mismo que se encargaría de financiarlo. Como ya se mencionó, la programación del sitio estaría fundamentada en el sistema de plantillas y utilizando el *software* llamado .NET Framework. Con la finalidad de aclarar dudas y revisar pendientes, se programarían diversas reuniones antes de la producción del sitio. También se harían los ajustes necesarios al mapa de navegación para apegarse al presupuesto asignado. Una vez aprobado el mapa y el diseño de interfaz, se comenzaría la producción únicamente de la versión en español. Una vez que se comenzara a programar (lo cual llevaría un mes en realizarse), se harían revisiones y correcciones sobre los avances entregados por parte del proveedor.

El proveedor hizo una demostración sobre el funcionamiento del administrador de contenidos y su aplicación en otros sitios. Uno de los beneficios que se mostraron sería la facilidad con que se podían subir fotos y cambiar textos, lo cual permitiría agilizar las actualizaciones de las páginas, sin la necesidad

de tener conocimientos de programación o un *webmaster*. A través del administrador sería posible tener acceso a todas las secciones y administrarlas individualmente, incluidos los *banners*, la galería de fotos y las bases de datos creadas a partir de los formularios de registro. También sería posible crear perfiles con accesos restringidos para que sólo los asignados a subir contenido al sitio lo hicieran exclusivamente en las secciones que les competían. Este sistema permitiría programar por separado los contenidos permanentes (menú y módulos con contenido) de los rotativos (textos, imágenes y *banners*).

Adicionalmente, se implementaría la herramienta de *PayPal* para que los usuarios pudiesen hacer los pagos de las membresías. Este servicio ha estado aumentando rápidamente en popularidad, y sería una manera de facilitarle a los usuarios el pago, sobre todo si viven lejos de las oficinas de Naturalia, A.C. en el Distrito Federal.

Por otra partes, se migraría al sitio a un nuevo proveedor de hospedaje, menos costoso que el anterior y con la opción de aumentar la cantidad de correos electrónicos, lo cual se incluiría como un servicio adicional del servicio de programación. El proveedor del hospedaje sería *Aplus.net*.

Además se solicitaría la cotización para un *blog* de “Voluntarios”, un *chat* para la sección “Reforestación” y un buscador interno. El primero se descartaría por el elevado costo y los demás se aplicarían como parte del lanzamiento.

Producción y correcciones

Una vez que se reunió todo el material, tanto las plantillas como el contenido rotativos, se haría un primer envío al proveedor de programación con las plantillas (retículas con medidas y *dummies* con contenido simulado), algunos *banners* (incluyendo las galería animadas con fotografías para las secciones de “Conservación”), y los menús y submenús. A continuación se muestra el correo con todas las especificaciones hechas:

Especificaciones de archivos enviados

La carpeta “Naturalia.org.mx”, contiene las siguientes carpetas: “Animaciones”, “Banners”, “Imágenes”, “Plantilla General y dummies”; y un documento llamado “Sitio Naturalia.ai”. En este último, podrás ver desde guías, retículas, imágenes, textos simulados, botoneras (3 menús, submenús, horizontales y verticales, “English”), fondos de plantillas (6), y el logo de Naturalia, que fungirá como hipervínculo a la página de inicial del sitio. El logo de Naturalia, es posible que se rediseñe, pero entre que si son peras o son manzanas, utiliza el que está en este documento (capa 19, si no me equivoco). Todo lo convertí en curvas como me dijiste, espero no se me haya pasado nada.

Hago notar varias cosas:

- Los archivos de Illustrator, Photoshop y Flash están en versión CS3.

- Te estoy mandando archivos en formato .png, .jpg, .ai, .psd, .fla, y .swf.
- Te mando las imágenes originales, tanto en la imagen final que se ve en “Sitio Naturalia.ai” (aunque funga como dummy), como en el archivo original donde las diseñé (esto en caso de que necesites checar algo, como efectos, ahí lo encontrarás).
- Te separé las animaciones de los banners y las imágenes, para que puedas hacer pruebas con éstas. También te incluyo los documentos originales de Flash por si acaso.
- No estoy incluyendo contenidos de texto en este disco porque aún no tengo los finales, pero si los necesitas avísame y veré que puedo darte.
- Te recomiendo veas mis guías de las plantillas, porque el espacio que les asigné a todos los elementos pueden variar de tamaño entre la retícula y la imagen. No sé qué tanto ayuden, pero pueden ser una guía.
- Tanto en el archivo de “Sitio Naturalia.ai” como en “Dummies.pdf” estoy incluyendo ejemplos de algunos formatos de registro, échales un ojo y me avisas si están bien para que te mande los archivos con el diseño y la información completos.
- En este documento, “Dummies.pdf”, podrás identificar las distintas plantillas (con su respectivo fondo); también la visualización de los botones en sus tres estados.
- Los *banners* ya están al tamaño que deben ir.

Índice

1. Animaciones

a. HP (Home Page):

- i. B2: Lobo (*.fla, *.html y *.swf)
- ii. B4: BANNER-PROYECTOS-Jaguar del norte (*.fla, *.swf, *.psd y *.jpg)
- iii. Photo slide: Photo slide (*.fla, *.swf, *.html y *.psd)

b. P3 (Plantilla 3):

- i. Educación: Educación1 (*.fla, *.html, *.swf y *.psd)
- ii. ESPECIES: Especies1 (*.fla, *.html, *.swf y *.psd)

c. P6 (Plantilla 6):

- i. Reforestación: Reforestación1 (*.fla, *.html, *.swf y *.psd)
- ii. Voluntarios: Plantilla.psd y Voluntarios1 (*.fla, *.html, *.swf)

2. *Banners:*

a. HP:

- i. B1: Especies 4-09 (*.ai y *.jpg)
- ii. B3: Ecolíderes-cartel.jpg
- iii. B5: NOTICIAS-Animal Celebration.jpg
- iv. Photo slide: Lobo-mexicano.jpg (esta es la imagen que aparece en “Sitio Naturalia.ai”, en HP)

b. P2:

- i. Afiliate_P2.jpg
- ii. Animal Celebration.jpg

- iii. Apoya.jpg
- iv. Boletín Voluntarios.jpg
- v. Cinturón Verde.png
- vi. Colabora_P2.jpg
- vii. Dona_P2.jpg
- viii. Ecolíderes.jpg
- ix. Ecoturismo tlahuica.jpg
- x. Especies.jpg
- xi. Tarjetas de rescate.jpg
- c. P6:
 - i. Afiliate_P6.jpg
 - ii. Animal_Celebration_P6.jpg
 - iii. Apoya.jpg
 - iv. Boletín Voluntarios.jpg
 - v. Cinturón Verde.jpg
 - vi. Colabora_P6.jpg
 - vii. Dona_P6.jpg
 - viii. Ecolíderes.jpg
 - ix. Ecoturismotlahuica.jpg
 - x. NJP.jpg
 - xi. Tarjetas de Rescate.jpg

3. Imágenes

a. Botones

- i. Botones flechas.ai
- ii. Botones subir y bajar.ai
- iii. Buscador.ai

b. Logos

- i. Facebook.ai
- ii. hi5.ai
- iii. myspace_com.eps

c. Plantilla 2

- i. Consejo: Nicolás-Grepe.jpg
- ii. Informes: "Video Nat".flv
- iii. Mapa del sitio: Mapa del sitio.ai

d. Plantilla 3

- i. Educación: Edu01.jpg a Edu04.jpg, Niños-comunidad.jpg, Plantilla.psd
- ii. Especies: Cascadas.jpg, Cocodrilos.jpg, Huellas.jpg, Patos.jpg, Plantilla, Portada-4-09.jpg

e. Plantilla 4

- i. Galería Fototrampeo: Cachorros, gato-montes, jaguar, puma-2.jpg

f. Plantilla 5

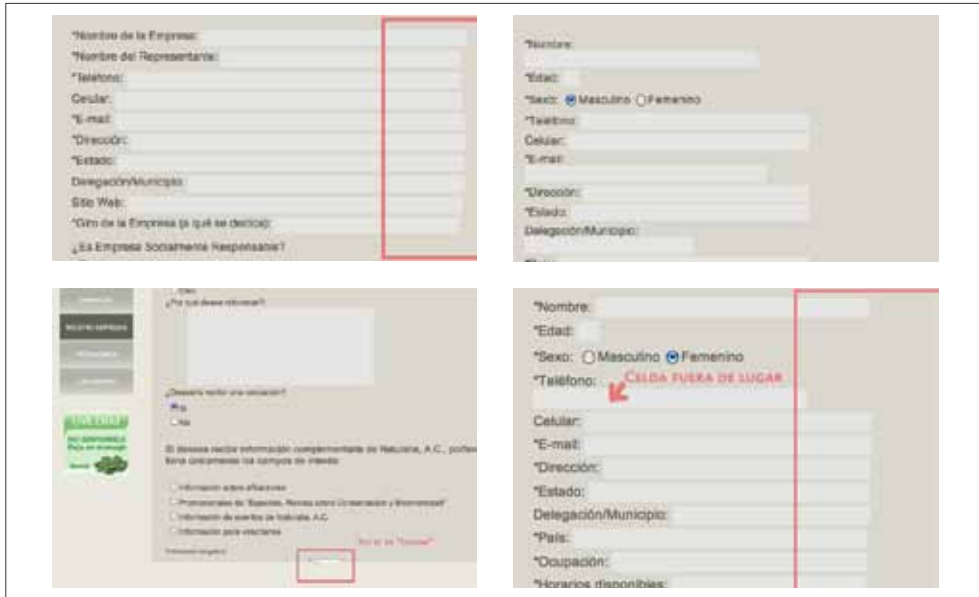
- i. Alianzas: varios y Plantilla.eps

- ii. Aves: png y jpg, Plantilla.eps
- iii. Peces: estos docs son nada más para que veas cómo sería con foto vertical
- iv. Staff: versión png y jpg de las fotos, también incluye Plantilla.ai
- g. Plantilla 6
- i. Jaguar: Jaguar6.jpg
- ii. Lobo mexicano: Lobo-dummy-animación.jpg
- iii. Reforestación: Bosque-panorámica.jpg
- iv. Voluntarios: Tortuguitas.jpg
- 4. Plantilla General y *dummies***
- a. DUMMIES.pdf
- b. Fondos Plantillas: jpgs y .psd
- c. Fotos originales: Foto Plantilla 2.jpg a Foto Plantilla HP.jpg

En cuanto al tema de las revisiones y correcciones, sería un trabajo muy minucioso. Se tendría que probar el sitio (subido hasta ese momento al servidor del programador) desde las plataformas de PC y Mac, y los distintos navegadores (Internet Explorer, Mozilla Firefox, Safari y Google Chrome) en sus diferentes versiones. Debido a que este sitio contendría animaciones de Flash, no se podría visualizar en versiones anteriores a Internet Explorer 8.0. Se detectaría que la visualización de los colores cambiaban de una plataforma a otra, mientras que desde PC el fondo se veía con un tono azulado, desde Mac (plataforma desde la cual se diseñó el sitio), se percibía más rojizo. Los

formatos serían especialmente difíciles de corregir, ya que solía ocurrir que los campos para ingresar texto, solían moverse y desfasarse (ver figura 4.8).

Figura 4.8



4.5 Evaluación y mantenimiento

4.5.1 Herramientas de medición

A fin de contar con métricas sólidas para evaluar el rendimiento del sitio, se aplicaría la herramienta de Google Analytics. Gracias a ella, se podrían visualizar las páginas más visitadas, los días y horarios con mayor tráfico de usuarios, las palabras más buscadas, etc. Recabar esta información permitiría usar estratégicamente el sitio. Así por ejemplo, si se quería lanzar una campaña, se podría programar hacerlo

el día de la semana y en el horario con mayor número de usuarios. Las páginas más visitadas se podrían actualizar con más frecuencia a fin de que si los usuarios pretendían regresar, pudiesen visualizar información más fresca.

En noviembre, mes en el cual se lanzó el sitio, se registraron 1,916 visitas, de las cuales un 32.01% regresó, dando un total 13,131 páginas vistas, que en promedio representa cinco páginas vistas por usuario, con aproximadamente 5 minutos 17 segundos invertidos en el sitio. Ese mes, las cinco páginas más visitadas fueron: “Inicio”, “Revista Especies”, “Quienes somos”, “Voluntarios”, y “Tienda”. A un año de su lanzamiento, en noviembre de 2010, se registró un total de 2,292 visitas, se visualizaron 10,549 páginas, de las cuales en promedio fueron visualizadas cuatro páginas por cada usuario, en un tiempo estimado de 3 minutos 51 segundos. Dos años más tarde, el número de visitas aumentó a 2,777 visitas, que vieron en promedio tres páginas y pasaron 3 minutos 25 segundos en el sitio. Para ver los reportes completos ver los anexos "Estadísticas", pág. 349.

Adicionalmente, se realizaría una encuesta nivel interno para evaluar la calidad del sitio tras su lanzamiento. La encuesta se aplicó a todo el equipo de Naturalia, A.C. y abrió camino a un mayor número de correcciones y modificaciones. En algunos casos se hicieron sugerencias sobre nuevas secciones o la presentación de la información. A continuación se muestra la encuesta aplicada y posteriormente el resumen de resultados con todos los comentarios hechos.

¡Queremos saber tu opinión!

Evaluación del sitio *web* de Naturalia, Comité para la Conservación de Especies Silvestres, A.C.

Por favor responde honestamente las siguientes preguntas. No hay respuestas correctas o incorrectas, simplemente queremos saber qué opinas del rediseño de este sitio, su contenido y programación. Por favor contéstala sólo una vez.

Instrucciones: Para las respuestas abiertas contesta dentro del cuadro de texto (trata de no excederte del espacio, tus preguntas deberán ser breves y concisas). Para las preguntas de una o varias opciones de respuesta, selecciona el recuadro, haz doble clic y al abrir la ventana de “Formato”, escoge un color de relleno y da “Aceptar”.

1) ¿Cómo te enteraste del sitio?

2) ¿Conocías el sitio anterior de Naturalia, A.C.?

Sí

¿Mejóro?

¿Empeoró?

No

3) ¿Cuál fue tu primera impresión del sitio nuevo?

4) ¿Cuál(es) crees que sea(n) la Fortaleza(s) del sitio? (Puedes escoger más de una)

Contenido de texto

Contenido de imágenes

Estructura

Diseño

Formularios de registro

Banners

Las nuevas secciones

5) ¿Cuál(es) crees que sea(n) la Debilidad(es) del sitio? (Puedes escoger más de una)

Contenido de texto

Contenido de imágenes

Estructura

Diseño

Formularios de registro

Banners

Las nuevas secciones

6) ¿Qué fue lo que más te gustó?

7) ¿Qué fue lo que menos te gustó?

8) ¿Te has registrado en alguno de los formularios?

Sí, ¿cuál(es)?

No

9) ¿Has recomendado el sitio?

Sí ¿Por qué?

No ¿Por qué?

10) ¿Volverías a visitar el sitio?

Sí ¿Por qué?

No ¿Por qué?

11) Si te has enfrentado con algún problema de programación, por favor especifica cuál y qué página (p.e. “Aparece un mensaje de error después de enviar un registro, en ‘Registro de voluntarios’” o, “No vincula correctamente el texto ‘Suscríbete aquí’ en la página de ‘Historia’ en la sección ‘Revista Especies’”)

12) Si has detectado un error de redacción, ortográfico, o de información, especifica cuál y dónde.

13) ¿Has tenido problemas para visualizar algún contenido?

¿Cuál?

14) Si tienes alguna sugerencia o idea para mejorar el sitio, que no involucre programación adicional (p.e. una nueva página ó cambio en las botoneras), por favor háznosla saber.

¡MUCHAS GRACIAS!

Resumen de evaluación interna de sitio *web* Naturalia, A.C.

No. de personas que contestaron: 10 personas

1) ¿Cómo te enteraste del sitio?

- “Comunicación interna” (seis personas)
- “Ya lo conocía”.
- “Cuando estaba en el proceso de entrar de voluntaria a la DGZVS, vi un correo proveniente del servidor de Naturalia y me llamó la atención”.
- “Cuando busque información para realizar mi servicio social en 2005”.
- “Por la tarjeta de presentación de Oscar Moctezuma”.

2) ¿Conocías el sitio anterior de Naturalia, A.C.?

- Sí: 10
- Mejoró: 6
- No: 0

3) ¿Cuál fue tu primera impresión del sitio nuevo?

- “Que mejoró ostensiblemente con relación al anterior. Que tiene un diseño ordenado y muy agradable a la vista”.

- “Más ordenada que la versión pasada”.
- “De innovación, frescura, crecimiento y desarrollo”.
- “Mucho más claro que el anterior respecto a lo que hacemos”.
- “Del anterior... que su labor era muy importante pero que le urgía una consultoría de diseño/imagen. Del nuevo, que se ve mucho más profesional. Me da más confianza y ahora que trabajo aquí, el sitio nuevo sí se presume”.
- “Fresco y limpio, con colores mucho más cercanos a los de
- la naturaleza, con una página de inicio mucho más acorde con ortos sitios de la red, y la inclusión de animaciones lo hace mucho más atractivo que se veía mucho mejor mas organizado y unificado”.
- “Se ve bien, dinámico, expresivo y con mucha información para explorar dentro de éste. Sin embargo en algunas partes tiene poca información ó la información está muy resumida”.
- “Un sitio evidentemente actualizado, limpio, fresco, amigable y con información actual”.
- “Que era un sitio bastante sencillo en cuanto a diseño pero completo en cuanto a información”.

4) ¿Cuál(es) crees que sea(n) la Fortaleza(s) del sitio? Puedes escoger más de una.

- Contenido de texto: 3
- Contenido de imágenes: 9
- Estructura: 5
- Diseño: 4
- Banners: 3
- Las nuevas secciones: 1
- Formularios: 2

5) ¿Cuál(es) crees que sea(n) la Debilidad(es) del sitio? (Puedes escoger más de una)

- Banners: 1
- Diseño: 1
- Formularios: 5
 - El de suscripción a Especies hay que corregirlo *
- Contenido de texto: 3
 - Algunos son muy extensos

6) ¿Qué fue lo que más te gustó?

- “Tiene un uso muy completo de fotos que dan una buena idea de lo que hacemos. Tiene una estructura ordenada y es muy fácil

navegar por el sitio. Está muy completa la información. El diseño es limpio”.

- “La imagen del Home la siento un poco saturada; tal vez podría unificarse en criterios de diseño, aunque se trate de distintos proyectos, p.e. definiendo algunos criterios como color, o incluir sólo fotos, para que no dé la impresión de
- estar tan heterogéneo y saturado”.
- “El banner que está cambiando con los diferentes sitios al
- iniciar la pagina”.
- “La sección de EspeCitas”.
- “Las imágenes”.
- “Que es mucho más atractivo que el anterior y que el manejo de los contenidos es muy claro. Creo que eso lo hace más fácil para el usuario”.
- “Las animaciones y explotar las imágenes que no siempre se ven en la web de gente que dice lo que hace y como lo hace con sus propias fotos, y no tomadas del Google o flickr”.
- “El diseño”.
- “Las imágenes dinámicas, por ejemplo en educación las imágenes que se ponen en un collage de eventos realizados”.
- “Lo forma amigable de navegarla y que tiene información actualizada”.
- “Las fotografías que cambian cuando abres el sitio”.

7) ¿Qué fue lo que menos te gustó?

- “El fondo con las siluetas al iniciar la pagina. (pero casi no se ven al cargarse los demás elementos)”.
- “En realidad, que ha generado mucho tráfico lo cual implica una chambota extra para dar respuesta a toda la gente que pide información. ¿No sería posible programar un auto-reply?”
- “Demasiado texto y el tono, muy explicativo. Tal vez algo informativo primero (Como abstract ampliado, lo que hacemos) para la gente que que probablemente no esta TAN familiarizada con el rollo de la conservación, y luego toda la explicación de cómo lo hacemos para los clavados y gente del medio”.
- “La versión en Inglés está incompleta y hay secciones que no tienen contenido”.
- “Que cuando estás leyendo información hay una barrita para moverse dentro del texto”.
- “Que hay secciones que todavía no están terminadas”.
- “No hay nada en realidad que no me guste del sitio, me parece bastante amigable ara navegar en él”.

8) ¿Te has registrado en alguno de los formularios?

- No contestaron: una persona
- No: seis personas
- Sí: tres personas
- “Pedidos”.
- “Hice un test para recibir información de Especies y de suscripción”.
- “Suscripción a Especies”.

9) ¿Has recomendado el sitio?

- Sí (10 personas)
- “Porque tiene muy bien diseño, y conozco a personas interesadas en la causa de Naturalia”.
- “Para darle publicidad a nuestros proyectos”.
- “Me gusta y da la oportunidad de que la gente sepa lo que hacemos”.
- “Porque aquí trabajo y quería saber la opinión de personas cercanas”.
- “Para avisar a suscriptores y mostrar el nuevo diseño a amigos”.
- “Para que mis contactos conozcan el sitio y vean donde trabajo”.
- “El de registro de empresas”.
- “Porque independientemente de que trabajo en Naturalia me parece que es un sitio que puede ser de interés para cualquier persona”.

10) ¿Volverías a visitar el sitio?

- Sí (10 personas)
- “Buscando noticia nuevas y actualizaciones”.
- “Porque tiene información sobre la revista Especies, porque me quiero mantener informado de lo que ha sucedido en Naturalia”.
- “Porque el contenido es de mí interés”.
- “Porque todavía no lo conozco en su totalidad”.
- “Tengo curiosidad por ver qué le van cambiando y porque aquí trabajo”.
- “Actualizar el contenido”.
- “Para ver si hay mas imágenes de fauna silvestre”.
- “Para revisar cambios y actualizaciones de diferentes secciones”.
- “Lo visito constantemente por el trabajo”.

11) Si te has enfrentado con algún problema de programación, por favor especifica cuál y qué página (p.e. “Aparece un mensaje de error después de enviar un registro, en ‘Registro de voluntarios’” o, “No vincula correctamente el texto ‘Suscríbete aquí’ en la página de ‘Historia’ en la sección ‘Revista Especies’”).

- “En la página de ‘Anunciantes de Especies’, hay una parte que dice ‘La versión digital de Especies tiene un contador de visitantes

que registra el número de lectores expuestos a la publicidad del anunciante' y en realidad no hay tal contador de visitantes como se había acordado. Esto también está especificado en el Tarifario”.

- “En la sección de la revista Especies no abre ninguna página en el botón Catálogo ni en Especies Digital”.
- “En la tienda, aunque cargues la imagen del producto en inglés, esta versión coloca la imagen que está en español”.
- “En ocasiones, al cargar un registro nuevo pierde el formato de tamaño y tipo de letra”.
- “Las notificaciones de los pedidos me llegan a mi cuenta con toda la información (estado civil, edad, ocupación, etc.) pero NO me pone lo que es el pedido por lo que tengo que ingresar a la página cada vez que quiero contestar a un cliente potencial”.
- “Los formularios deberían de contar con muchos campos obligatorios, entre otros la ficha de depósito anexada en el formato de suscripción a Especies, y bueno, básicamente los del formato de suscripción impreso que viene en la revista”.
- “Y no se por qué a veces no se actualiza la pagina sino hasta que se cierra el navegador y se abre de nuevo, y no sólo con actualizarla!”
- “El formulario de Inscripción a la revista no manda el código postal, aparte de que permite mandar los datos al servidor sin que estén completos”.

- No o no comentaron nada: cinco personas

12) Si has detectado un error de redacción, ortográfico, o de información, especifica cuál y dónde.

- “En la página de ‘Reforestación’, si la recuperación de bosques no va a ser sólo en el Valle de México, hay que corregir las referencias a la Cd. de México y alrededores”.
- “En ‘Alianzas’, sugeriría quitar Reforestamos México y tal vez Bimbo”.
- “En ‘Conservación’> ‘Jaguar del norte’> ‘La vida del jaguar’, hay un banner (el central de la derecha) totalmente barrido e ilegible. Aquí mismo ‘Estrategia’ está en blanco o yo no lo puedo ver”.
- “En la página de ‘Apoya’> ‘Colabora’, quitaría la palabra vacante de la presentación de S.S. de diseño gráfico y la
- fecha. Esto lo dejaría permanentemente así”.
- “Fotos de la sección de ‘Noticias’ q no aparecen”.
- “En la sección del ‘Consejo Directivo’ en la descripción de Manolo Ruiz Ingelmo, dice Sydeny en lugar de Sydney”.
- Asumo que es problema de la computadora porque cuando trabajo otra, o inclusive desde mi casa, no hay complicaciones”.
- “Sí, pero es cuestión de la computadora”.

- “La sección de ‘Jaguar’, pero tal vez ya se arregló”.
- No/no escribieron nada: cinco personas

13) ¿Has tenido problemas para visualizar algún contenido? ¿Cuál?

- “Sí, justo hoy (26 de enero, 5.43 PM) al entrar a la página
- de ‘Especies’, no se ve la portada del centro con todos los cambios con información de la revista.
- “En ‘Noticias’ no puedo visualizar adecuadamente todo el contenido. Se repite la referencia al video cada vez que doy un clic para avanzar”.
- “A veces los banners no se actualizan hasta que cierras el navegador y lo vuelves a abrir”.
- No/no escribieron nada: ocho personas.

14) Si tienes alguna sugerencia o idea para mejorar el sitio, que no involucre programación adicional (p.e. una nueva página ó cambio en las botoneras), por favor háznosla saber:

- “Como única observación de diseño, sustituiría el gris del fondo (color relacionado más con el medio ambiente urbano), por el color arena y sus variantes (más relacionado con la naturaleza) lo cual le daría más vida a todo el sitio y sería más armónico con las fotos y los colores de éstas, particularmente de campo y animales”.

- “Si es posible, sería bueno que en la ‘Tienda’ al señalar cada producto se pudiera ver en mayor tamaño para que
- se distinguiera mejor, porque en el tamaño en que se presentan no se aprecian claramente, particularmente los carteles”.
- “En la página ‘Nuestras Campañas’, no hay un solo logotipo de ConservACCIÓN, ni fotografías de la campaña del jaguar. Considero que al menos debería haber dos o tres fotos, y el logotipo, por supuesto”.
- “En ‘Quiénes somos’ > ‘Equipo’ hay que invertir la
- colocación de las fotos de Adrián y Jimena Mejía para que el equipo coordinador aparezca completo al principio”.
- “En ‘Galería’> ‘Reservas’ faltan fotos, hay muchas en el archivo. Creo que es importante agregar para que se conozcan (es una de nuestras mayores fortalezas como institución) y apoyar el proyecto a futuro de Ecoturismo”.
- “En ‘Galería’> ‘EspeCitas’ hay que abrir un apartado para ‘Reptiles’ y colocar allí todos los que están en ‘Otros’. La raya es un pez, hay que reubicarlo”.
- “Incluir una página de descarga de archivos con formatos para impresión de material referente a educación ambiental para maestros para que utilicen como dinámicas en clase”.

- “También incluir la descarga de *wallpapers* o aplicaciones de *software* de conservación ambiental”.
- “Me gustaría que tuviera información nueva constantemente, no solamente de lo que compete a Naturalia, sino de aspectos a nivel nacional e internacional, aunque sean notas cortas pero que siempre se mantenga actualizada y muestre la imagen de una organización de alcance nacional con preocupación por los aspectos internacionales”.
- “No sé si cambiar el texto de un botón implique programación, pero creo que en campañas pudiera ser bueno que no se considere que ConservACCIÓN es la única que se manejara por los siglos de los siglos”.
- “Intercalar imágenes en los textos, porque es mucha información y no hay imágenes que ilustren específicamente lo que se habla, solo los animados que están junto, pero son muy generales. Y que sigamos poniéndole cosas nuevas para que la gene no pierda el interés y los cautivemos y se mochen con una lana!!!”
- “Que los banners sean rotativos y que solo tengamos que subirlos una sola vez de manera este se reparta a todo el sitio automáticamente, ya que es muy tardado sustituir los *banners* uno por uno y adivinar en que páginas están”.
- “Que se pongan titulares de noticias en la página principal”.
- “Por favor que alguien actualice el Twitter, hi5, etc. porque tiene

meses que no les hacen caso”.

- “Poner más imágenes dinámicas de lo que se hace Naturalia”.
- “Sugiero que tengamos un chico de servicio social en
- diseño web que nos ayude a estar actualizando y dando mantenimiento a la página de manera permanente para evitar abandonarla, situación que ya nos ha pasado anteriormente”.
- “Por el momento no tengo sugerencias y espero pronto poder colaborar con material visual y videos”.
- No: una persona.

4.5.2 Mantenimiento del sitio

El mantenimiento del sitio estaría inicialmente a cargo de la Diseñadora/ Coordinadora del proyecto. Una vez subido el contenido al administrador, se haría la migración al nuevo servidor de hospedaje (para lo cual habría que dar de alta todos los correos).

Para ingresar al administrador, se necesitaría un usuario y contraseña asignado primeramente por la Diseñadora, pero modificable por cada usuarios posteriormente. La interfaz sería muy amigable y fácil de utilizar. Un menú principal se ubicaría en la parte superior de la interfaz (muy similar al Menú 1

del sitio), donde se mostrarían las distintas secciones, con la excepción de que algunos contenidos, como *banners* y formularios de registros tendrían su propia pestaña. La organización de las secciones se ajustaría en gran medida al sistema de plantillas, creando a su vez otro sistema de plantillas. También se consideraría la cantidad de páginas que incluyese cada sección para ordenar las secciones, por ejemplo, a pesar de que “Educación” y “Revista Especies” tienen el mismo formato de plantilla (tanto en el sitio como en el administrador), la primera está compuesta de una página, mientras que la otra, tiene siete páginas subsecuentes, por lo que sería más sencillo colocarlas por separado el sistema del administrador. Entonces quedarían de la siguiente manera: “Administración”, “Quienes somos”, “Apoya”, “Conservación”, “Reforestación”, “Revista”, “Reservas”, “Voluntarios”, “Infórmate”, “Otros”, “Formularios”.

Mediante el editor de contenidos, se podrían subir imágenes, videos, textos, hipervínculos, entre otros. Lo único que no se podría modificar a través del administrador sería la ubicación de los módulos de contenidos y menús, así como el formato de los textos (color, tamaño y fuente) y los formularios de registro (a excepción de los mensajes de agradecimiento).

Esta plataforma no serviría sólo para subir o modificar el contenidos, también sería posible analizar cierta información realizada desde el sitio. Aquí, por ejemplo, se concentrarían las bases de datos generadas a partir de los

formularios. También sería posible conocer cuándo y qué acciones se realizan desde el administrador.

Administración

Esta sección compete algunas funciones del sistema, lo cual incluye la creación de perfiles y usuarios, así como una bitácora de las acciones realizadas.

Uno de los beneficios clave de este programa sería la creación de perfiles. Es decir, habría un perfil llamado "Administrador" que no sólo tendría acceso a todas las secciones modificables del sitio, sino que también se encargaría de crear dichos perfiles para miembros del equipo de Naturalia, A.C. que necesitasen modificar los contenidos en sus correspondientes proyectos. Al crear estos perfiles primero se seleccionarían las secciones a las cuales cada perfil pudiese ingresar y después se crearía el usuario y la contraseña.

La bitácora muestra las acciones realizadas en el sistema. Reporta la pantallas modificada, la actividad, la hora y el usuario que lo ejecutó.

Editor de textos

El sistema ha sido programado con una herramienta para editar textos. Esta herramienta es una aplicación llamada CKEditor (ver figura 4.9), que permite dar formato al texto, subir imágenes, editar animaciones y añadir

hipervínculos. Se integra perfectamente a la plataforma administrativa y no es necesario tener conocimientos del código HTML para editar los contenidos.

Figura 4.9



Plantillas dentro del administrador

El sistema sería creado para eficientar el manejo y actualización de contenidos. Con esto en mente, se diseñarían plantillas administrativas que se aplicarían a las páginas del sitio correspondientes a cada una de las seis plantillas que estructuran el sitio. La relación quedó de la siguiente manera:

Plantilla del sitio:

2

Plantilla del administrador

A



Plantilla del sitio:	Plantilla del administrador
3	B



Plantilla del sitio:	Plantilla del administrador
4	C



Plantilla del sitio:	Plantilla del administrador
4	C

EDITAR/AGREGAR FOTOS

Tipo:

Nombre:

Imagen: 

CAMPOS OBLIGATORIOS

Plantilla del sitio:	Plantilla del administrador
5	D

General Settings

Home

General Director

Basic

Technical

Adverts

Others

Reported Finances

Adverts

Nombre: Title:

ID	Nombre	Titulo
1	Primer Foto	
2	Administración de Recursos de Recursos, A.C.	
3	Arca S.C.	
4	Administración de Recursos de Recursos de Recursos, A.C.	
5	Administración de Recursos de Recursos	
6	Administración de Recursos	
7	Administración de Recursos de Recursos de Recursos	
8	Administración de Recursos de Recursos de Recursos	
9	Administración de Recursos de Recursos de Recursos	
10	Administración de Recursos de Recursos de Recursos	
11	Administración de Recursos de Recursos de Recursos	
12	Administración de Recursos de Recursos de Recursos	
13	Administración de Recursos de Recursos de Recursos	
14	Administración de Recursos de Recursos de Recursos	
15	Administración de Recursos de Recursos de Recursos	
16	Administración de Recursos de Recursos de Recursos	
17	Administración de Recursos de Recursos de Recursos	
18	Administración de Recursos de Recursos de Recursos	
19	Administración de Recursos de Recursos de Recursos	
20	Administración de Recursos de Recursos de Recursos	

Plantilla del sitio:	Plantilla del administrador
5	D

EDITAR/AGREGAR DATO

Nombre: Africum Safari

Texto (es):

Texto (en):

Archivo (es): 160 w * 111 h

Archivo (en): 160 w * 111 h

CAMPOS OBLIGATORIOS

Aceptar Cancelar Eliminar

Plantilla del sitio:	Plantilla del administrador
6	E

Administración | Gestión Sitio | Apps | **Comentarios** | Subscripción | Revista | Reservas | Noticias | Informes | Desc. | Formatos | Salir

Labes medicina

Información General

Nombre (es): PROYECTO DE RESCATE DE LUPUS

Nombre (en): RESCUE THE REDGANG WOLF

Imagen (es): 487w * 217h

Imagen (en): 487w * 217h

TEXTOS

Labes	Bandas de	Nombre de	Estado
Labes	Bandas de	Nombre de	Estado
Labes	Bandas de	Nombre de	Estado

Reservados 2

Aceptar/Cancelar

Plantilla del sitio:	Plantilla del administrador
6	E

EDITAR/AGREGAR DATO

Nombre (es):

Nombre (en):

Título (es):

El lobo mexicano (*Canis lupus baileyi*), es la raza de lobo gris de menor tamaño en América y la que habita más al sur. Como ha ocurrido con lobos en otras partes del mundo, al lobo mexicano se le ha perseguido intensamente en nuestro país, principalmente mediante cacería ilegal y por medio de campañas de envenenamiento. La destrucción de los bosques y pastizales templados del norte de la República Mexicana, que constituyen su hábitat, contribuyó también a que a mediados de los años 70's se volviera muy escaso, llegando prácticamente a desaparecer. Hoy sólo se conoce con certeza la situación de los lobos mexicanos que se encuentran en cautiverio.

Título (en):

By the end of the 70's in the 20th century, Mexican wolves (*Canis lupus baileyi*) still living in Mexico's mountains, were captured to start a captive breeding program intended to prevent their extinction. This took place soon after an intense eradication campaign in Southwestern USA and Northern Mexico.

The last wild wolves were hunted over thirty years ago, closing the final chapter of their history in the forests and grasslands of the Western Sierra Madre.

After years of work and efforts with Zoos and Breeding Centers both in the USA and Mexico, the captive population of Mexican wolves increased to reach the current 350 estimated individuals.

Conservation groups and researchers, in coordination with government agencies,

CAMPOS OBLIGATORIOS

En el caso de la plantilla para la "Galería" y la "Tienda", las imágenes que se suban deberán estar en las medidas correspondientes. Lo mismo aplica para todos los *banners* y animaciones que se inserten en los espacios respectivos. También es posible cambiar el orden de las fotos o productos insertados, según sea el caso.

Revista Especies Digital y Catálogo

Dentro de la sección del sitio “Revista Especies”, sería posible descargar tanto una versión digital de la última edición publicada, como del catálogo completo. Ambas estarían incluidas dentro del submenú de esta sección, sin embargo no se mostrarían en el sitio como páginas, sino que se descargarán automáticamente al dar clic en el hipervínculo. Esto afectaría la forma de subir las al administrador, ya que no se incluiría una plantilla como en los otros casos, simplemente se ingresaría a esa pestaña y se subiría el archivo. El administrador mostraría un historial de los archivos subidos con hora y fecha. El inconveniente de este registro, sería que no mostraría el nombre del archivo, simplemente se le otorgaría un número secuencial de acuerdo a la fecha en que fue cargado.

The screenshot shows the 'Especies Digital' section of the iedit system. The navigation menu on the left includes 'Inicio', 'Subscripción', 'Anuncios', 'Revista especies', 'Especies Digital', and 'Catálogo'. The main content area is titled 'Especies Digital' and features a search bar with 'Fecha de:' and 'Fecha a:' fields. Below the search bar are buttons for 'Buscar', 'Limpiar', and 'Cancelar PDF'. A table displays a list of records with columns for 'ID' and 'Fecha'. The table contains 20 rows of data, with the last row being '3019' and '2016-03-16 09:29'. At the bottom of the table, it says 'Exportar a Excel' and 'Resultados: 3025'.

ID	Fecha
3011	2016-03-16 09:27
3012	2016-03-16 09:27
3013	2016-03-16 09:28
3014	2016-03-16 09:28
3015	2016-03-16 09:28
3016	2016-03-16 09:28
3017	2016-03-16 09:28
3018	2016-03-16 09:28
3019	2016-03-16 09:29
3020	2016-03-16 09:29
3021	2016-03-16 09:29
3022	2016-03-16 09:29
3023	2016-03-16 09:29
3024	2016-03-16 09:29
3025	2016-03-16 09:29
3026	2016-03-16 09:29
3027	2016-03-16 09:29
3028	2016-03-16 09:29
3029	2016-03-16 09:29
3030	2016-03-16 09:29
3031	2016-03-16 09:29
3032	2016-03-16 09:29
3033	2016-03-16 09:29
3034	2016-03-16 09:29
3035	2016-03-16 09:29
3036	2016-03-16 09:29
3037	2016-03-16 09:29
3038	2016-03-16 09:29
3039	2016-03-16 09:29
3040	2016-03-16 09:29
3041	2016-03-16 09:29
3042	2016-03-16 09:29
3043	2016-03-16 09:29
3044	2016-03-16 09:29
3045	2016-03-16 09:29
3046	2016-03-16 09:29
3047	2016-03-16 09:29
3048	2016-03-16 09:29
3049	2016-03-16 09:29
3050	2016-03-16 09:29
3051	2016-03-16 09:29
3052	2016-03-16 09:29
3053	2016-03-16 09:29
3054	2016-03-16 09:29
3055	2016-03-16 09:29
3056	2016-03-16 09:29
3057	2016-03-16 09:29
3058	2016-03-16 09:29
3059	2016-03-16 09:29
3060	2016-03-16 09:29
3061	2016-03-16 09:29
3062	2016-03-16 09:29
3063	2016-03-16 09:29
3064	2016-03-16 09:29
3065	2016-03-16 09:29
3066	2016-03-16 09:29
3067	2016-03-16 09:29
3068	2016-03-16 09:29
3069	2016-03-16 09:29
3070	2016-03-16 09:29
3071	2016-03-16 09:29
3072	2016-03-16 09:29
3073	2016-03-16 09:29
3074	2016-03-16 09:29
3075	2016-03-16 09:29
3076	2016-03-16 09:29
3077	2016-03-16 09:29
3078	2016-03-16 09:29
3079	2016-03-16 09:29
3080	2016-03-16 09:29
3081	2016-03-16 09:29
3082	2016-03-16 09:29
3083	2016-03-16 09:29
3084	2016-03-16 09:29
3085	2016-03-16 09:29
3086	2016-03-16 09:29
3087	2016-03-16 09:29
3088	2016-03-16 09:29
3089	2016-03-16 09:29
3090	2016-03-16 09:29
3091	2016-03-16 09:29
3092	2016-03-16 09:29
3093	2016-03-16 09:29
3094	2016-03-16 09:29
3095	2016-03-16 09:29
3096	2016-03-16 09:29
3097	2016-03-16 09:29
3098	2016-03-16 09:29
3099	2016-03-16 09:29
3100	2016-03-16 09:29

Calendario

Otra sección que debido a su programación también cambiaría el formato de su administración, sería el “Calendario”, perteneciente a la sección “Reforestación”. Desde el sistema se ingresaría, editaría y eliminarían los acontecimientos agendados para sólo mostrarlos desde el sitio. Debido a que el Área de Reforestación quería que las empresas interesadas visualizaran las fechas en que podía apartar una actividad, entonces se generaría un código crómico: las fechas libres en azul, las reservadas en rojo y las de inauguración y clausura en amarillo. Al ingresar un dato, se podría seleccionar una de estas opciones, un texto adicional y la fecha en la cual se aplicaría. Así pues, una vez publicado en el sitio, se visualizaría el código de color y al colocar el cursor en la fecha marcada, se desplazaría una “burbuja” con el texto agregado.

The screenshot displays the 'Calendario' (Calendar) section of the IEDIT system. The top navigation bar includes 'Administración', 'Quienes somos', 'Acerca', 'Contactación', 'Reforestación', 'Reserva', 'Reservas', 'Inscripción', 'Sitios', 'Otras', 'Formulario', and 'SAP'. The 'Reforestación' menu is active. On the left, a sidebar contains 'Reforestación', 'Consultar ventas', 'Empresas', 'Región de empresas', 'Calendario', and 'Módulos'. The main content area is titled 'Datos del Calendario' and features a form with the following fields: 'Texto (en)', 'Fecha de', 'Tipo' (with a dropdown menu), 'Fecha a', and 'Texto (en)'. Below the form are buttons for 'Buscar', 'Limpiar', and 'Agregar'. A table below the form lists calendar events with columns for 'Fecha', 'Detalle', and 'Detalle'. The table contains 23 rows of data, including dates from 2012-01-01 to 2012-01-17, with details such as 'Reforestación - 100 personas' and 'Reforestación - 100 personas'. At the bottom left, there is a 'Escribir a Desc' button, and at the bottom right, it shows 'Resultados: 23'.

EDITAR/AGREGAR CALENDARIO

Tipo:

Fecha:

Texto (es):

Texto (en):

CAMPOS OBLIGATORIOS

EDITAR/AGREGAR CALENDARIO

Tipo:

Fecha:

Texto (es):

Texto (en):

CAMPOS OBLIGATORIOS



Banners

A lo largo del sitio existen *banners* que pueden ser cambiados. La página de inicio se compondría enteramente de *banners*, por lo que en lugar de tener una plantilla dentro del sistema administrativo, se manejarían desde este apartado. En algunos casos las imágenes e hipervínculos cambian, en otros simplemente cambia la liga. En la sección “Otros” del administrador, se encuentra la plataforma de edición. Muchos *banners* se repetirán y por eso sería importante mantener un registro de los publicados, en qué página(s) y la fecha en que deben publicarse o quitarse del sitio.

The screenshot displays the 'Banners del Sitio Web' management interface. At the top, there is a navigation bar with the 'iedit' logo and various menu items like 'Administración', 'Quiénes Somos', 'Ayuda', 'Comunicación', 'Redes sociales', 'Servicio', 'Temas', 'Voluntarios', 'Informes', 'Otras', 'Formulario', and 'Salir'. Below the navigation bar, there is a sidebar on the left with a 'Banners' section containing links for 'Banner FHS', 'Comunicación', 'Evento importante', 'Situación', 'Cambio', 'Mapa del sitio', 'Noticias', 'Previdat', 'Temática de año', and 'Otras'. The main content area is titled 'Banners del Sitio Web' and features a form with fields for 'Nombre' and 'Liga', and a 'Tipo' dropdown menu. Below the form are 'Añadir' and 'Limpiar' buttons. A table lists the following banners:

ID	Nombre	Liga
102	ALTA VELOCIDAD	http://www.naturalia.org/multimedia/...
103	GRATIS	http://www.naturalia.org/multimedia/...
104	Trabajo de campo	http://www.naturalia.org/multimedia/...
105	APROXIMACIÓN a las aves	http://www.naturalia.org/multimedia/...
114	ALTA VELOCIDAD	http://www.naturalia.org/multimedia/...
115	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
116	Avifauna	http://www.naturalia.org/multimedia/...
117	Comunicación	http://www.naturalia.org/multimedia/...
118	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
119	ALTA VELOCIDAD	http://www.naturalia.org/multimedia/...
120	Comunicación	http://www.naturalia.org/multimedia/...
121	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
122	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
123	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
124	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
125	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
126	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
127	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
128	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
129	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
130	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
131	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
132	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
133	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
134	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
135	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
136	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
137	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
138	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
139	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
140	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
141	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
142	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
143	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
144	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
145	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
146	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
147	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
148	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
149	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...
150	Previdat	http://www.naturalia.org/multimedia/...

At the bottom of the table, there is a 'Escribir a Desc' button and a 'Resultados: 1/17' indicator.

EDITAR/AGREGAR BANNER

TIPO: ANUNCIANTES

Nombre: AULA VERDE

Liga(es): <http://www.naturalia.org.mx/aulaverde>

Liga(en): <http://www.naturalia.org.mx/aulaverde>

Liga: Interna Externa

Archivo (es):

Archivo (en):

CAMPOS OBLIGATORIOS

Cada vez que una persona da clic en un *banner*, se registra el *hit* en el sistema. Para ver este reporte, hay que entrar a “Otros” > “Banner hits”. Entonces se despliega un reporte mostrando página del sitio, nombre del archivo del *banner*, y fecha. Esta base puede exportarse en formato Excel a fin de analizar los datos.

Formularios de registro

Cada vez que un usuario se registra, su información se guarda en las bases de datos. Para ver los registros se ingresa a “Formularios” > “Tipo de registro deseado”, en el cual se despliega un reporte. En si, no es posible editar los datos, pero si se puede editar el estatus o eliminar el registro.

CRUCES

Status:

Detalle	ID	Nombre	Edad	Institucion	Ocupacion
Detalle	21	Lucia Galindez Pérez	21		Estudiante
Detalle	20	Franjón García García	33	ZOOPTERIS	COMERCIAL
Detalle	29	Emilia Cueto Mares	33		contador p/ho
Detalle	28	Roar E. M.	18		estudiante
Detalle	27	Yana	18		estudiante
Detalle	26	Francisco emilio pulpi	71		comerciante
Detalle	25	Francisco emilio pulpi	71		comerciante
Detalle	24	Paola Guzmán Jasso	27		empresaria
Detalle	23	Rosalia Miraflores Palomino	14		Estudiante
Detalle	22	Rosalia Miraflores Palomino	14		Estudiante
Detalle	21	eduardo pedro hermandad Ortega	21		estudiante
Detalle	20	Miguel Gonzalez Guzman		Kalixto Quinto Sol	Empresario
Detalle	18	DAVID TELADA RINZA	30		CONSULTOR
Detalle	18	Juan José Luis Ferrer	18	UJAF	Estudiante
Detalle	17	Olga Herminio	27		Profesora
Detalle	16	Andrés Nolasco Acosta	18		estudiante de
Detalle	15	Lorena Jeronima Lopez	13	Escuela Obispos	Estudiante
Detalle	14	Esther Alarcón Domínguez	25		Estudiante

Resultado: 27

DETALLE DE LA SUSCRIPCIÓN

Status:

ID 31	CP 45037
Nombre Lucia Galindez Pérez	Telefono 3312078451
Edad 21	Email lucy_love_pulpi@hotmail.com
Institucion	Renovacion NO
Ocupacion Estudiante	Ficha
Sexo FEMENINO	RazonSocial
Domicilio Av. Beethoven #5757	DomicilioFiscal
Estado Jalisco	RFC
Delegacion Zapopan	RecibirInformacion Información de eventos de Naturalia, A.C. Información para voluntarios
Estado1 Jalisco	Status NUEVO
Pais México	Fecha de Alta 23/06/2010 18:07

CAMPOS OBLIGATORIOS

Al registrarse un usuario, se envía un correo con la información del usuario al miembro del equipo de Naturalia, A.C. asignado de administrar ese formulario. El sistema permite redactar estos correos, así como los mensajes que aparecen en el sitio una vez que el usuario ha hecho su registro exitosamente. Esto permite que todas las partes se cercioren que la información ha sido recibida

y, en caso de tener que dar seguimiento a la petición hecha por el usuario, se genera un número de registro.

EDITAR/AGREGAR TEXTO DE GRACIAS

Pantalla:

Nombre (es):

Nombre(en):

Texto (es):

Texto(en):

CAMPOS OBLIGATORIOS

Redacción de Correos

CORREO:

TIPO: Texto Html

NOMBRE:

TITULO(SUBJECT):

MENSAJE:

Se ha registrado una suscripción con la siguiente información:

CodigoPostal = XXCPXX
Delegación = XXDelegacionXX
Domicilio = XXDomicilioXX
DomicilioFiscal = XXDomicilioFiscalXX
Edad = XXEdadXX
Email = XXEmailXX
Estado = XXEstadoXX
Fecha = XXFechaXX
FechaAlta = XXFechaAltaXX
FichaDeposito = XXFichaDepositoXX
ID = XXIDXX

Pendientes

Por otro lado, a modo de complementar y aumentar los contenidos del sitio, se creó una lista de pendientes a cumplir en el mediano y largo plazo. Dentro de estos cambios se consideraría el cambio del nuevo logo ya que para el momento de lanzamiento del sitio aún no se contaba con la propuesta de Ogilvy. Otros cambios serían agregar y/o cambiar ciertos contenidos, e incluso parte de la programación que no generara costo alguno. A continuación se muestra el documento elaborado con todos los detalles.

Pendientes sitio Naturalia, A.C.

Programación

1. Cambio de logo

2. Galería:

- Cambio marca de agua x nuevo logo.
- Agregar leyenda descriptiva para cada foto, quizá debajo de la caja de la imagen.
- Tener la posibilidad de modificar el Orden.

3. Revista:

- Hacer el campo de ficha de depósito obligatorio

- Problemas para descargar Catálogo y Especies Digital: algunas máquinas no lo descargan, ¿por qué?
 - ¿Por qué en algunas computadoras no se actualiza la animación en la página inicial de la sección?
 - ¿Dónde está el contador del Catálogo y Especies Digital?
4. Tienda: cuando subes foto para versión en inglés aparece la de español
 5. Reforestación:
 - En la sección de “Companies” el ícono del chat está en español, no en inglés
 - En esta misma sección, el Calendario no despliega la ventana con la información
 6. Bases de datos en iedit: editables
 7. Correos de aviso:
 - ¿Cómo hacer para que aparezca el C.P.?
 - Que aparezca el “Detalle” del pedido en tienda.
 8. Direcciones URL: posibilidad de hacerlos más cortos
 9. ¿Cómo cambiar el fondo con la siluetas?
 10. ¿Cómo hacer el respaldo?
 11. Especitas: cambiar el botón “Anfibios” por...

Diseño

1. Tienda: se repite la playera verde
2. Galería: terminar de subir fotos para las secciones
3. Especitas: terminar de subir fotos
4. Home: darle una direccion URL al banner de las fotos
5. Hacer un programa de actualización de animaciones con fotos, galerías y banners
6. Volver a poner la imagen “En construcción”
7. Banner de Noticias en inglés
8. Agregar logo y fotos de ConservAcción
9. Subir un formato de suscripción para descargar

Contenidos escritos que faltan:

1. Español
 - Estrategia (Jaguar del Norte)
 - Parkswatch
 - Reservas Hermanas
2. Inglés
 - History
 - Jaguar of the North, A Jaguar’s Life, Our Actions, Strategy
 - Parkswatch

- Reservas Hermanas
- Otros
- Reforestation, Cinturón Verde y Companies
- Especies Magazine: History, Sponsors
- Los Fresnos
- Conservación
- Sustainable Development
- Noticia de Guíame
- *Wildlife Trade*

Sugerencias

Reducir los textos

- Agregar resultados de monitoreos de fauna silvestre
- Si es posible, sería bueno que en la “Tienda”, al señalar cada producto se pudiera ver en mayor tamaño para que se distinguiera mejor, porque en el tamaño en que se presentan no se aprecian claramente los productos, particularmente los carteles.

Darle continuidad a este proyecto será de gran importancia y a pesar de que esta etapa ha concluido, hay que actualizarlo cuántas veces sea necesario para que no decaiga el tránsito de usuarios y se proyecte una imagen actual y vigente de Naturalia, A.C.



CONCLUSIÓN

Este proyecto representó un gran reto debido al nivel de organización desde todos los ámbitos, tanto administrativos como logísticos que se tuvieron que hacer. Desde un punto de vista de diseño, fue un proceso de exploración que partió de la apreciación de tendencias del medio, su ejecución y sus posibilidades, para entonces realizar bocetos que eventualmente forjarían una propuesta sólida y bien fundamentada para responder las necesidades de Naturalia, A.C.

Podría afirmar que este fue un proyecto muy democrático en el cual todas las partes pudieron exponer sus inquietudes e ideas. Eso sí, las decisiones presupuestales serían tomadas por el Director General y el Consejo Directivo. Sin embargo, la estructura editorial del sitio y todo lo referente al diseño de interfaz y contenidos quedó enteramente en mis manos. A través de este proyecto no sólo asumí algunas responsabilidades administrativas y editoriales, también tuve que asumir algunas decisiones estratégicas que podrían favorecer al sitio. Algunas fueron aciertos, otras no tanto, pero al final el nivel de aprendizaje fue enorme.

La iniciativa de rediseñar el nuevo sitio nació del interés personal por apoyar en la mejora de imagen institucional de Naturalia, A.C., para la cual yo colaboré como Diseñadora en la revista *Especies* durante dos años. Esto me permitió incursionar en el medio editorial, muy distinto al digital para el cual yo haría esta propuesta y la decisión la hice con el fin de ampliar mis conocimientos del medio y sobre todo, del proceso tan complejo que implica trabajar en la reestructura y rediseño de un

sitio. Estar familiarizada con los proyectos y la forma de trabajar de la institución, me permitió tener una visión más amplia de las necesidades y expectativas del sitio. Este proyecto también estrechó la colaboración entre líderes de proyecto, Dirección General y Consejo Directivo, de tal manera que la retroalimentación sobre las propuestas y los resultados era más inmediata y proactiva.

Uno de los ejercicios más fructíferos durante la etapa de planeación fue la lluvia de ideas. Gran parte de mis ideas surgieron a partir del estudio de mercado, el cual me permitió tener una visión más amplia sobre las posibilidades comunicativas y tecnológicas que se podrían explotar. Además de complementarse con las aportaciones del equipo de Naturalia, A.C.

Si bien uno de los mayores desafíos fue armar el mapa de navegación a fin de que se ajustara al presupuesto. Este fue el proceso más tardado y complicado debido a que las demandas no necesariamente representaban una prioridad presupuestal y hubo que buscar consensos a fin de satisfacer el mayor número de peticiones. Otro factor que complicó el proceso fue el reacomodo de las secciones, el cual rompía con el esquema de la semblanza de Naturalia, A.C. Inicialmente se quería continuar con el mismo mapa de navegación del sitio anterior, pero cuando esto probó ser poco práctico (debido a que muchos proyectos terminaban “ocultos” y llegar a ellos era como estar perdido en un laberinto), el cambio fue progresivo. Muestra de ello es la separación de la sección de “Conservación” con los proyectos de “Reforestación”, “Nuestras Reservas” y

"Desarrollo Sustentable". También se colocaron por separado (incluso en distintos menús) "Voluntarios", "Educación" y la "Revista "Especies", a pesar de que eran proyectos de concientización y difusión. Esto se debió a que algunas de estas iniciativas eran conocidas independientemente del resto. En dado caso de que un usuario quisiera suscribirse a la revista, le costaría mucho trabajo inferir que era parte de los proyectos de concientización y educación, tal y como venían asignados en la semblanza institucional. Por esto, lo óptimo fue colocarlos por separado. Decisiones como ésta propiciaron la creación de los tres menús principales: la información general de la institución, los proyectos de conservación, educación y desarrollo sustentable, así como la información relevante a la formación de la institución; un segundo de difusión y participación; y un último con la información legal del sitio. De esta manera, se pudo ampliar la gama de secciones. A partir de esta jerarquización y bajo esta lógica de pensamiento, fue mucho más simple agregar y quitar secciones según las necesidades.

Un aspecto que quedó totalmente fuera de mis manos fue la selección del proveedor de la programación. A pesar de mi sugerencia de cotizar con diferentes proveedores, se limitaron a recurrir a un proveedor, bajo la consigna de que aplicaría un descuento, pero sin considerar que estaban cayendo en la necesidad de tener que recurrir a él para futuros cambios —que seguramente implicarían un costo adicional. Por otro lado, el sistema de plantillas que se empleó probó ser muy eficaz y funcional. A nivel diseño, simplifiqué la organización de los elementos, que a su vez unificó el aspecto del sitio y volvió mucho más sencilla y eficiente su navegación. Una vez que se

entregaron los archivos para programar el sitio, comenzó un proceso de corrección que fue bastante cansado debido a que constantemente se presentaban los mismos errores y los tiempos de entrega por parte del proveedor eran irregulares. Sin embargo, resultó ser un ejercicio de observación meticuloso a través del cual se perfeccionó el funcionamiento del sitio.

La inclusión de *PayPal*, el *chat* y el calendario fueron grandes herramientas que eventualmente (y desgraciadamente) se desaprovecharon. En el caso de la primera, se debió en parte a que en México la cultura de los pagos electrónicos aún no es tan popular como en los países más desarrollados por la gran desconfianza sobre el medio. Por otra parte, el *chat* y el calendario jamás se utilizaron por parte del Área de Reforestación, a pesar de que fueron ellos lo que los solicitaron. Las razones las desconozco, finalmente son herramientas muy sencillas de utilizar y los responsables fueron debidamente capacitados para usarlas, por lo que me inclino a pensar que finalmente no hubo un suficiente interés por incorporarlas como nuevas formas de trabajo, ni de promoverlas con los usuarios meta.

El sitio cuenta con una versión completamente en inglés. Inicialmente, la traducción de los textos recayó en mí (más como un apoyo adicional que como una responsabilidad). Al poco tiempo, el Director General me deslindó de este encargo y lo entregó al nuevo Coordinador del Área de Promoción, pero al día de hoy muchos contenidos siguen sin traducirse.

Administrar el sitio fue una encrucijada desde el primer sitio. Entonces, se tenía que recurrir a un *webmaster* (quien había colaborado en el pasado para Naturalia, A.C. y por lo mismo no cobraba por su trabajo; lo cual económicamente resultaba favorecedor, pero administrativamente era un pesar ya que se tardaba semanas en hacer cambios elementales y sin gran complicación). Él era el único con acceso a la estadísticas del sitio, por lo que resultaba poco práctico obtener los datos, ni qué decidir analizarlos y usarlos como parte de una estrategia de comunicación para la institución. Gracias al nuevo sistema administrativo, cualquier miembro del equipo con los permisos correspondientes puede realizar modificaciones y dar de alta nueva información. Tras el lanzamiento del sitio, se delegó a cada líder de proyecto la administración de sus secciones y se les capacitó debidamente para que pudiesen hacerlo, otorgándoles la autonomía que había solicitado.

El nuevo sitio cuenta con una herramienta de medición, a través de la cual el equipo puede acceder fácilmente a las estadísticas, permitiéndoles conocer cuáles contenidos tienen mayor audiencia, qué tanto utilizan los usuarios los *banners* forma de navegación, cuántas personas han descargado la revista "Especies Digital", cuántos nuevos voluntarios se han registrado en un mes, en fin. Algunos de ellos han aprovechado este recurso, como es el caso la Directora de la revista *Especies*, quien constantemente consulta este tipo de datos para así promover espacios publicitarios de la revista. Otros, no tanto. Estadísticamente y desde una lectura global, se muestra un incremento de

usuarios año con año que puede deberse tanto a la mejoría del sitio como al incremento de usuarios en la Red. Sin embargo, por una serie de factores ajenos al rediseño del sitio, no se han utilizado a fin de canalizar y potencializar el uso de contenidos como fuente de atracción para los usuarios.

Este sitio está dirigido a una diversidad muy vasta de usuarios. Al no hacerse un estudio mercadológico del caso, se obviaron muchas cosas y quizá faltó un serio análisis. Sin embargo, el cliente sabía cómo quería dirigirse, en mí quedó la forma, extensión y estilo del contenido. Saber distinguir cuándo era una página en la cual debía predominar texto, sobre imágenes, cuándo era lo opuesto y cuándo debía equilibrarse fue un proceso difícil ya que habría que integrarlos para que tuviesen una cohesión editorial y gráfica, sin olvidar que este sitio debía navegarlo cualquier usuario con mínimos conocimientos del medio *web*.

Este proyecto me deja con grandes satisfacciones a nivel profesional. El sitio cumple con las solicitudes expresadas por el cliente y ahora cuentan con la independencia necesaria para que sigan actualizándolo de acuerdo a sus necesidades emergentes. Su diseño es amigable y refleja el carácter ambientalista de la institución. Sus contenidos están más ordenados, actualizados, son llamativos y fomentan la navegación de página en página. Ahora hay un espacio especialmente creado para quien quiera apoyar a Naturalia, A.C. (a través de la compra de productos, membresías o donativos) pueda hacerlo y cumple una de las peticiones más

importantes cuando se comenzó el proyecto. También se promocionan todos los proyectos y campañas mediante los *banners*, que incluidos en la mayoría de las páginas. Además, ya se pueden difundir las últimas alianzas y noticias de la institución, así como consultar información sobre especies mexicanas. Este es un portal con increíble potencial que de usarlo apropiadamente, puede darle grandes resultados a Naturalia, A.C.

La mejora del diseño y el cumplimiento de los objetivos es certera. La información ahora está perfectamente estructurada y su presentación es digna de Naturalia, A.C. Ahora se integran los elementos editoriales con los visuales (enfocados en propiciar el interés de los usuarios) y lo hacen por la precisión y claridad de sus textos, por su presentación, o por la diversidad de contenidos. A pesar de que el sitio no ha sido actualizado tan recurrentemente como inicialmente se pretendió, sigue siendo una carta de presentación muy completa y atractiva para quien lo visita. Creo que esta es una gran herramienta y que sabiéndola administrar desde un punto de vista mercadológico tiene un gran potencial para Naturalia, A.C. Quedará ahora en sus manos decidir si la explotarán o la dejarán en el olvido.



BIBLIOGRAFÍA

- Arana, Federico. *Ecología para principiantes*. Trillas, México, 1982
(reimp. 2007).
- Alba, Rodrigo. “Ganadería: consecuencias y riesgos”. *Equilibrio*, Mayo 2010,
Num. 21.
- Beer, Günther. *Web design index by content*. The Pepin Press/Agile Rabbit
Editions, Amsterdam & Singapur: 2005.
- Bravo, Juan Carlos G. “Sumando esfuerzos por los carnívoros de Sonora”.
Especies, Año 17, Vol. 16, No. 5, septiembre-octubre, 2007.
- Caballero, Helga. “Educación ambiental evolución continua”. *Especies*, Año
20, Vol. 19, No. 2, mayo-junio, 2010.
- Cadena, Olga. “Ecolíderes el rostro consciente de la juventud”. *Especies*,
Año 20, Vol. 19, No. 1, enero-febrero, 2010.
- Carlson, Jeff et al. *Color*. Ediciones G. Gili, S.A. de C.V., México: 1999.
- . *Navegación*. Ediciones G. Gili, S.A. de C.V., México, 1999.

---. *Tipografía*. Ediciones G. Gili, S.A. de C.V., México, 1999.

Carter, Rob. *Working with Computer Type*. RotoVision SA, Nueva York, 1995.

Conabio. *La diversidad biológica de México: Estudio de País 1998*. Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad, México, 1998.

Concepcion, Anne Marie. *Professional web site design from start to finish*. HOW Design Books, Estados Unidos, 2001.

Choudry, Aziz. "Conservation International: privatizando la naturaleza y saqueando la biodiversidad" *Grain*, 2003. Marzo 2010 <www.grain.org>

Deléage, Jean Paul, Christian Souchon. *La energía como tema interdisciplinar en la educación ambiental. Serie de educación ambiental*. UNESCO-PNUMA, 1996.

Dinerstein, E., D.M. Olson, et al. *Conservation Assessment of the Terrestrial Ecoregions of Latin America and the Caribbean*. The World Bank / The World Wildlife Fund, Washington, 1995.

Dondis, D.A. *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Ediciones G. Gili, S. A. de C.V., México, 2003.

Ford, Rob, Julius Wiedermann ed. *Guidelines for online success*. Taschen, 2008.

Glenwright, Jerry. *www.layout*. Editorial Gustavo Gili, S.A. de C.V., México, 2001.

Gómez Lomelí, Luis Felipe. *El ambientalismo*. Nostra Ediciones S.A. de C.V., México, 2009.

Kimberly, Elam. *Sistemas reticulares: principios para organizar la tipografía*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona SA, 2006.

Johansson, Kaj. *Manual de producción gráfica: recetas*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona SA, 2004.

Lynch, Patrick J., Sarah Horton. *Web Style Guide. Basic Design Principles for Creating Web Sites*. Yale University Press, New Haven 3ª edición, 2008.

Marcelli, Héctor. “El Cinturón Verde para la Ciudad de México”. *Especies*, Año 17, Vol. 16, No. 2, marzo-abril, 2007.

---. “Reforestar a largo plazo es un reto”. *Especies*, Año 18, Vol. 18, No. 6, noviembre-diciembre, 2008.

Miller, G. Tyler, Jr. *Ciencia ambiental. Desarrollo sostenible. Un enfoque integral*. Cengage Learning, 8º edición, México, 2007.

Mittermeier, R. y C. Goettsch. *La importancia de la diversidad biológica de México*. Asociación mexicana de Mastozoología, A.C., Publicación Especial No. 2, 1992.

Moctezuma, Oscar. “15 años de Naturalia: poco tiempo y mucho que celebrar”. *Especies*, Año 15, Vol. 14, No. 6, noviembre-diciembre, 2005.

---. “ConservACCIÓN avances en la campaña”. *Especies*, Año 17, Vol. 16, No. 3, mayo-junio, 2007.

---. “En camino a la recuperación del lobo mexicano”. *Especies*, Año 17, Vol. 16, No. 6, noviembre-diciembre, 2007.

Müller-Brockmann, Joseph. *Sistemas de retículas: un manual para diseñadores gráficos*. Ediciones G. Gili S.A. de C.V., México, 1992.

Mumaw, Stefan. *Redesigning Websites: retooling for the changing needs of business*. Rockport, Estados Unidos, 2003.

Pearrow, Mark. *Web site usability handbook*. Charles River Media, Estados Unidos, 2000.

Pring, Roger. *www.color*. Ediciones G. Gili S.A. de C.V. México, 2001.

---. *www.tipografia*. Editorial Gustavo Gili, SA, Barcelona, 2000.

Samara, Timothy. *Diseñar con y sin retícula*. Editorial Gustavo Gili, SA, Barcelona, 2004.

Valdés-Miranda Cros, Claudia et al. *Creación y diseño web*. Ediciones Anaya Multimedia, S.A., España, 2005.

Valqui, Kelly et al. *Web design and Development*. Charles River Media, Estados Unidos, 2001.

Waters, John. *The real business of web design*. Allworth Press, NY, 2003.

Willberg, Hans Peter. *Primeros auxilios en tipografía: consejos para diseñar con tipos de letra*. Editorial Gustavo Gili SA, Barcelona, 2002.

Referencias web

Cajiga, Juan Felipe. “El concepto de Responsabilidad Social Empresarial”.
Marzo 2010 <www.cemefi.org/esr>

CONABIO. Marzo 2010 <<http://www.biodiversidad.gob.mx/>>

CONANP. Marzo 2010 <<http://www.conanp.gob.mx/>>

CONAFOR. Marzo 2010 <www.conafor.gob.mx>

Coordinadora de Organizaciones Campesinas e Indígenas de la Huasteca
Potosina. Marzo 2010 <www.redindigena.net/cocihp/index.html>

“Caen 69.7% utilidades de Coca-Cola Femsa en cuarto trimestre” El
Economista, Febrero 2009. Marzo 2010 <<http://eleconomista.com.mx/>>

Gómez, Carolina. “México reconvertirá tierras agropecuarias en forestales, afirma Cárdenas Jiménez”. *La Jornada*, 2003. Mayo 2010
<www.jornada.unam.mx>

Gudynas, Eduardo. “Falleció Eugene Odum uno de los padres de la ecología contemporánea”. *Ambiental.net* <<http://www.ambiental.net/noticias/hechos/GudynasOdumObituario.htm>>

PROFEPA. Mayo 2010 <www.profepa.gob.mx/profepa>

The World Factbook. Central Intelligence Agency. Mayo de 2010
<www.cia.gov>

Wild9. Diciembre 2009 <www.wild9.org>

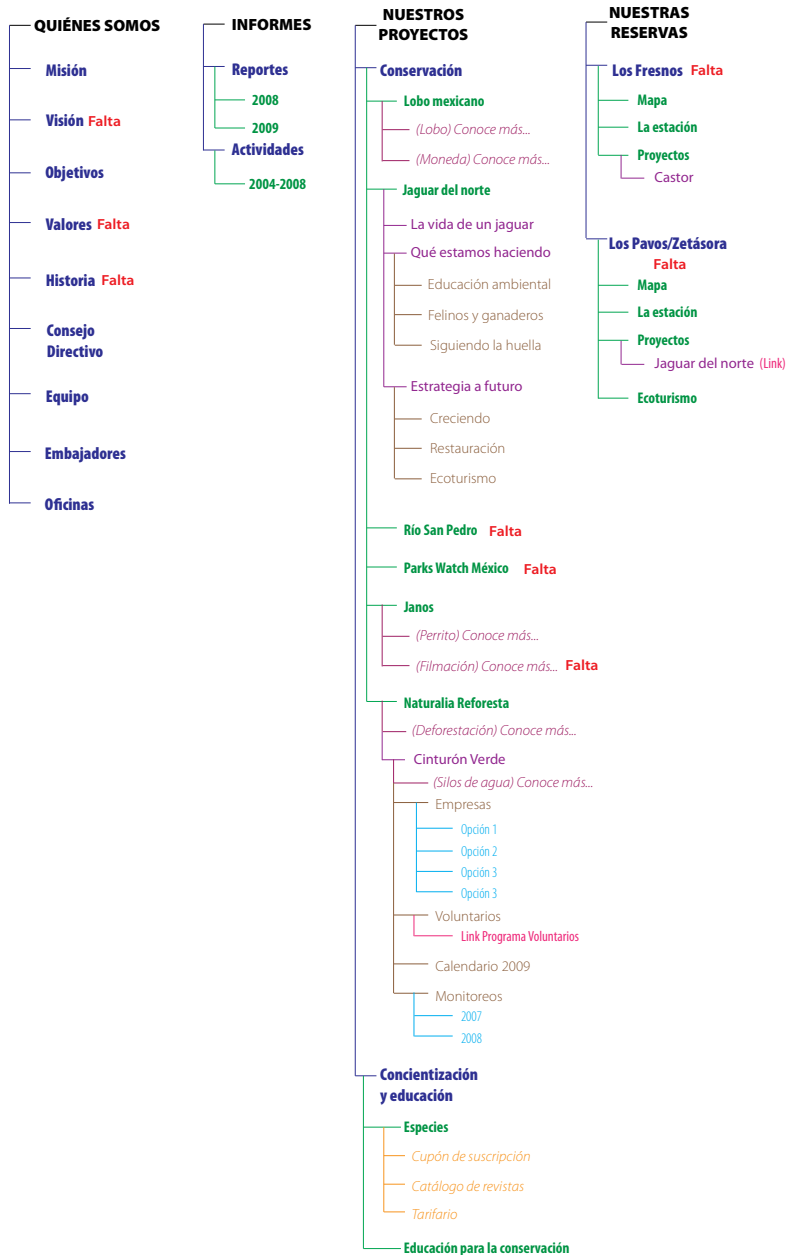
World Wide Web Consortium. Marzo 2010 <http://www.w3.org>

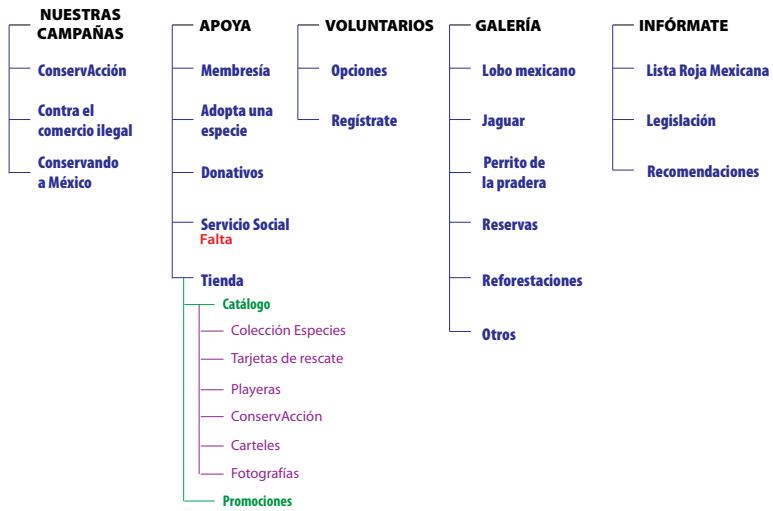


ANEXOS

Mapas de navegación

Fase I: Mapa mayo de 2009



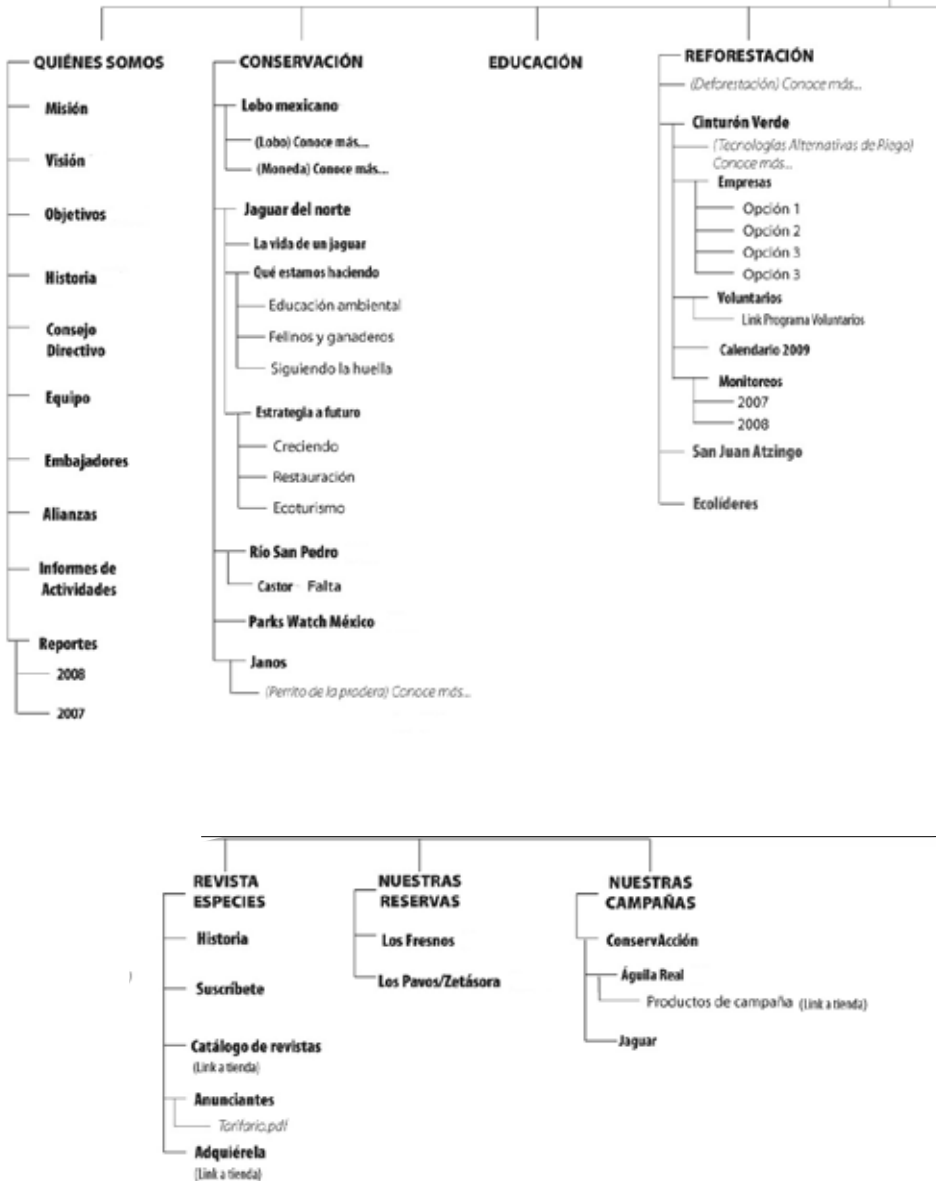


Mapas de navegación

Fase 2: Mapa 4 de junio de 2009 con menú 1, 2 y 3.

Menú 1

INICIO



Menú 2



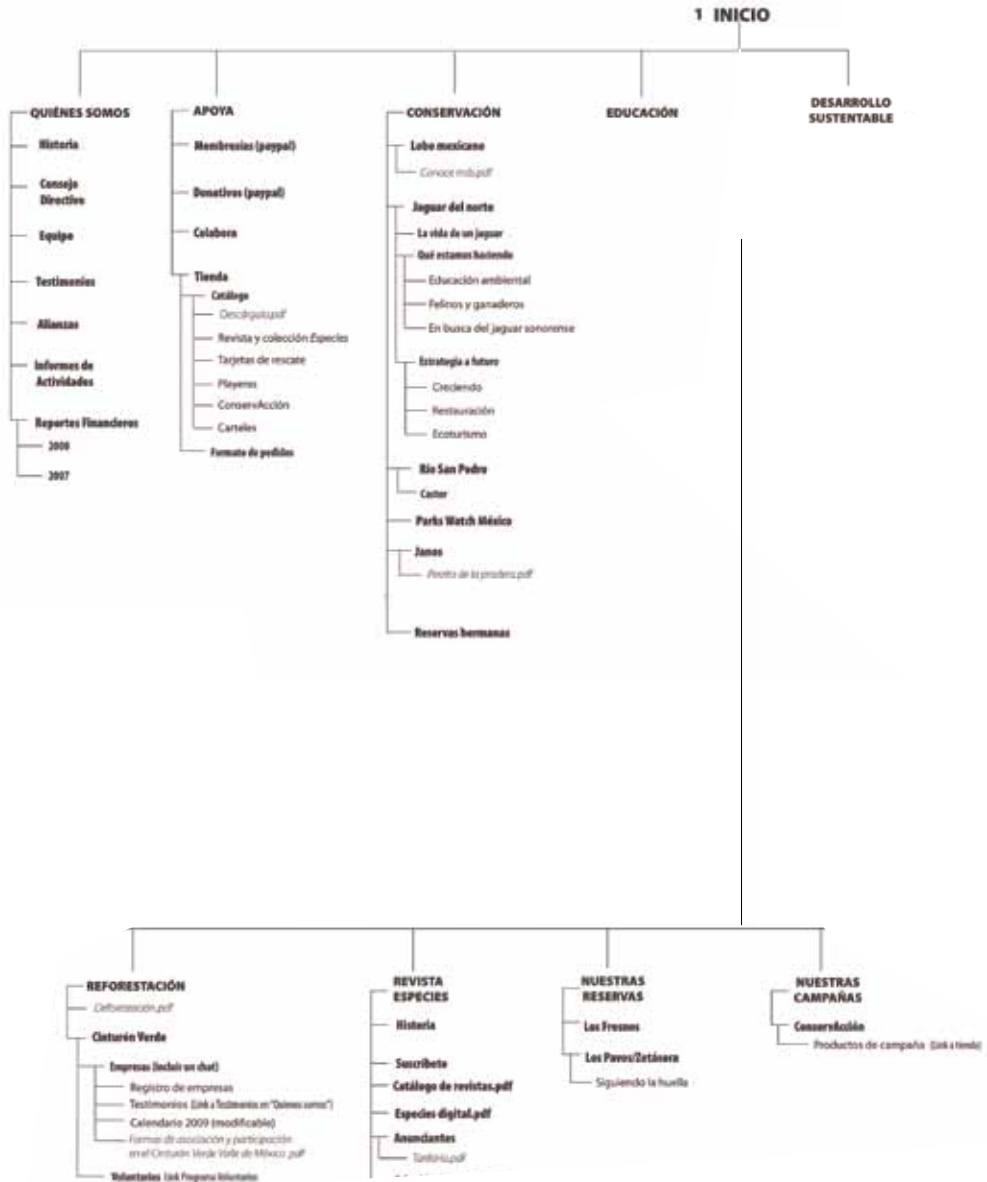
Menú 3



Mapas de navegación

Fase 3: Mapa 14 de septiembre de 2009, menú 1, 2 y 3.

Menú 1



Menú 2



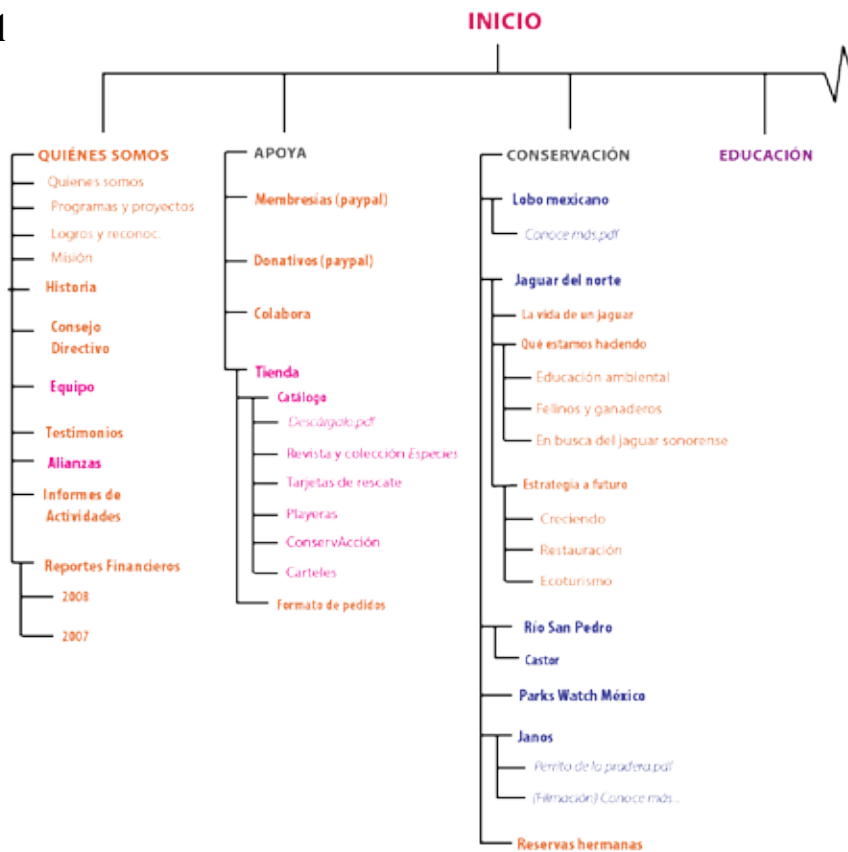
Menú 3



Mapas de navegación

Fase 4: Mapa final, Menú 1

Menú 1





 **Plantilla 1**

 **Plantilla 2**

 **Plantilla 3**

 **Plantilla 4**

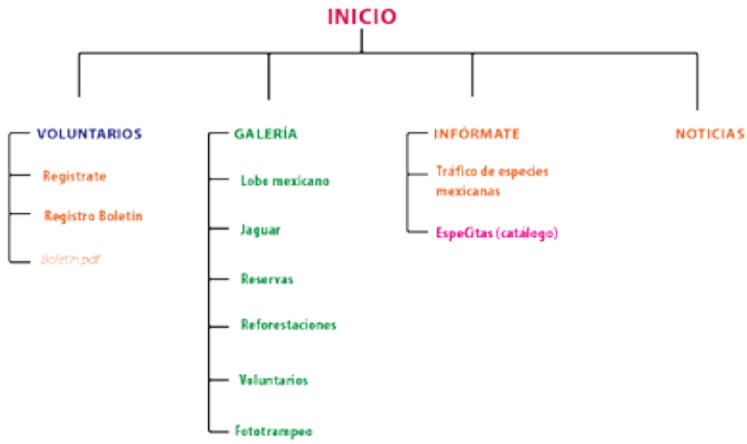
 **Plantilla 5**

 **Plantilla 6**

Mapas de navegación

Mapa final: Menú 2 y 3

Menú 2



Menú 3



Bocetos

10



EL ORGULLO DE SER PARTE DE UNA NUEVA CONCIENCIA AMBIENTAL

Naturalia
Comité para la Conservación de Especies Misioneras, A.C.

QUIENES SOMOS NUESTROS PROYECTOS NUESTRAS RESERVAS NUESTRAS CAMPAÑAS

- Misión
- Visión
- Objetivos
- Valores
- Historia
- Consejo Directivo
- Especies**
 - América
 - Guatemala
- Oficinas

NUESTRO EQUIPO

Dirección General
Oscar Moctezuma O.
direccion@naturalia.org.mx

Dirección Revista Especies
Amelia Moctezuma O.
especies@naturalia.org.mx

Dirección de Conservación
Gerardo Carreón A.
parkswatch@naturalia.org.mx

Representación para el Noroeste de México
Juan Carlos Gutiérrez Bravo
sonora@naturalia.org.mx

Coordinación de Promoción y Relaciones Públicas
VACANTE
promocion@naturalia.org.mx

SUBLINK
SUBLINK
SUBLINK



ESPECIES

Sólo \$20.00!

Ciclo Cine Ambiental
Ambientalista
PROXIMAMENTE

Bocetos

2°



El orgullo de ser parte de una nueva conciencia ambiental

[QUIERES SABER](#) |
 [CONSERVACIÓN](#) |
 [EDUCACIÓN](#) |
 [RESTAURACIÓN](#) |
 [REVISTA ESPECIES](#) |
 [NUESTROS SERVICIOS](#) |
 [NUESTRAS CAMPAÑAS](#)

CONÓCENOS



[APOYA](#) |
 [VOLUNTARIOS](#) |
 [GALERÍA](#) |
 [INFÓRMATE](#)



CINTURÓN VERDE
VALLE DE MÉXICO

RECUPERACIÓN DE FAUNA





¡Adquítrela por sólo \$20.00!

ESCRIBENOS A:
info@naturalia.org.mx

"LOS PAVOS"



Oficina Ciudad de México
 Avenida #1148
 Cal. Durango, Col. Santa Lucía
 C.P. 06700 México D.F.
 Teléfono: 5559-2220 Fax: 5559-9098
 Ubicación: Ver Mapa

Oficina Sonora
 Quinta Blanco # 40-A
 Col. Las Quintas,
 C.P. 83240 Hermosillo, Sonora
 Teléfono: 5534-6142 Fax: 5534-9595
 Ubicación: Ver Mapa



EspeCitas

Aplicaciones
 (disponibles en Android)
 Modelos: 12 idiomas
 Modelos: con logos y textos personalizables
 de sus Logos y Modelos
 Modelo: gratis

[Mapa del Sitio](#) |
 [Privacidad](#) |
 [Términos de Uso](#) |
 [Contactarnos](#) |
 [Búsqueda de Trabajo](#) |
 [Avisos](#)

Derechos Reservados © 2009 Naturalia, Comité para la Conservación de Especies Silvestres, A.C.

Bocetos

3º

ESPAÑOL / ENGLISH

Naturalia

El orgullo de ser parte de una nueva conciencia ambiental

QUIÉNES SOMOS | CONSERVACIÓN | EDUCACIÓN | REFORESTACIÓN | REVISTA ESPECIES | NUESTRAS RESERVAS | NUESTRAS CAMPAÑAS

CONÓCENOS



APOYA



GALERÍA



VOLUNTARIOS



INFÓRMATE





¡Adquírela por sólo \$20.00!



AYÚDANOS A CRECER

¡DONA!





EspeCitas

Agude picador a (Elaenia melanura)
Medidas: 15 x 12 cm
Material: tela, papel y otros materiales
de bajo costo para el estudiante.
Alimento: grillos.

BUSCAR

Difusión Ciudad de México
Av. Insurgentes # 1126
Col. Doctores, CDMX, México, D.F.
C.P. 06702, México, D.F.

Difusión Sonora
Quinta Blanca # 40-A
Calle Las Brisas
C.P. 83045, Hermosillo, Sonora

Teléfono: 5559-6330
Fax: 5559-9860

Teléfono: 5559-6930
Fax: 5559-9860

VISÍTANOS EN

facebook | myspace | hi5

ESCRIBENOS A:

info@naturalia.org.mx

Mapa del Sitio | Privacidad | Política de Lic. | Contacto | Política de Priv. | Noticias

Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

Bocetos

4A

ESPAÑOL / ENGLISH QUIÉNES SOMOS CONSERVACIÓN EDUCACIÓN REFORESTACIÓN REVISTA ESPECIES NUESTRAS RESERVAS NUESTRAS CAMPAÑAS

Naturalia
Comité para la Conservación de Especies Silvestres, A.C.

El orgullo de ser parte de una nueva conciencia ambiental

BUSCAR

ESPECIES
Revista de Especies Silvestres

**PROGRAMA DE REFORESTACIÓN
CINTURÓN VERDE
2009
VALLE DE MÉXICO**

CONÓCENOS

¡Adquiere-la por sólo \$20.00!

AYÚDANOS A CRECER ¡DONA!

Águila pescadora
(Presencia Nacional)
Medidas: 12 x 90 cm
Habitat: ríos, lagos y costas marítimas de Baja California a Sonora.
Alimento: peces

EspeCitas

APOYA GALERÍA VOLUNTARIOS INFORMATE

VER MÁS

Oficina Ciudad de México Teléfono: 5558 - 8330 Oficina Sonora Teléfono: 5558 - 8330
Anuncios #1194 Fax: 5558 - 5696 Cuatro Blancos # 46-A Fax: 5558 - 5696
Cajal de Valle, San Benito, México C.P. 53340, Hermosillo, Sonora

VISITANOS EN facebook myspace® hi5

Mapa del Sitio Privacidad Términos de Uso Contacto Bolsa de Trabajo Anuncie

Derechos Reservados © 2009 Naturalia, Comité para la Conservación de Especies Silvestres, A.C.

Bocetos

4E (Final)

Naturalia
Comité para la Conservación de Especies Silvestres, A.C.

VOLUNTARIOS | INFORMATE | GALERÍA | NOTICIAS | ENGLISH

buscador 12 pts

QUIÉNES SOMOS | APOYA | CONSERVACIÓN | EDUCACIÓN | REFORESTACIÓN | REVISTA ESPECIES | NUESTRAS RESERVAS | NUESTRAS CAMPAÑAS | DESARROLLO SUSTENTABLE

Lobo mexicano (Canis lupus baileyi)

ESPECIES
¡Suscríbete aquí!
Ahora también en versión digital

¡APOYA! Afiliate

ECOInicias 2009
¡ÚNETE!

NOTICIAS
¡Únete a la celebración!

PROYECTOS
RESCATE DEL JAGUAR DEL NORTE

Ciudad de México
Avenida #1166
Calle 1964 Norte
C.P. 06700
México, D.F. 55 59 63 30
55 59 56 96

Sonora
C. Cigón # 6
C. C. Santa Fe
C.P. 83246
Hermosillo, Sonora 01 (062)
262 11 70

Tepic
Calle de Santa Arzobispo
S/N, Barrio de San José
C.P. 42100
Tepic, Jalisco 01 (220)
395 49 43

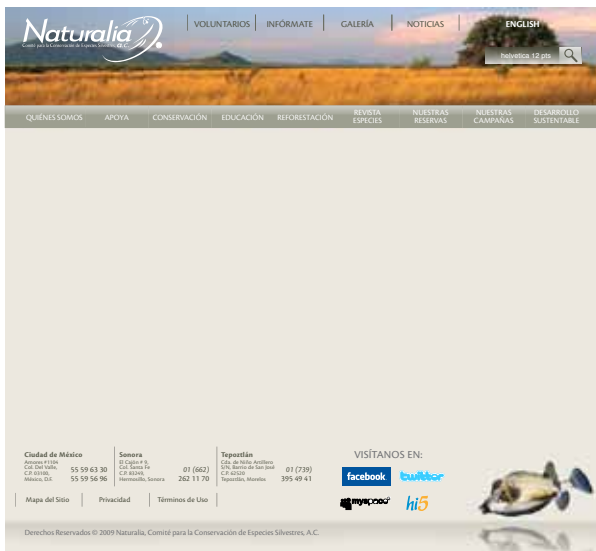
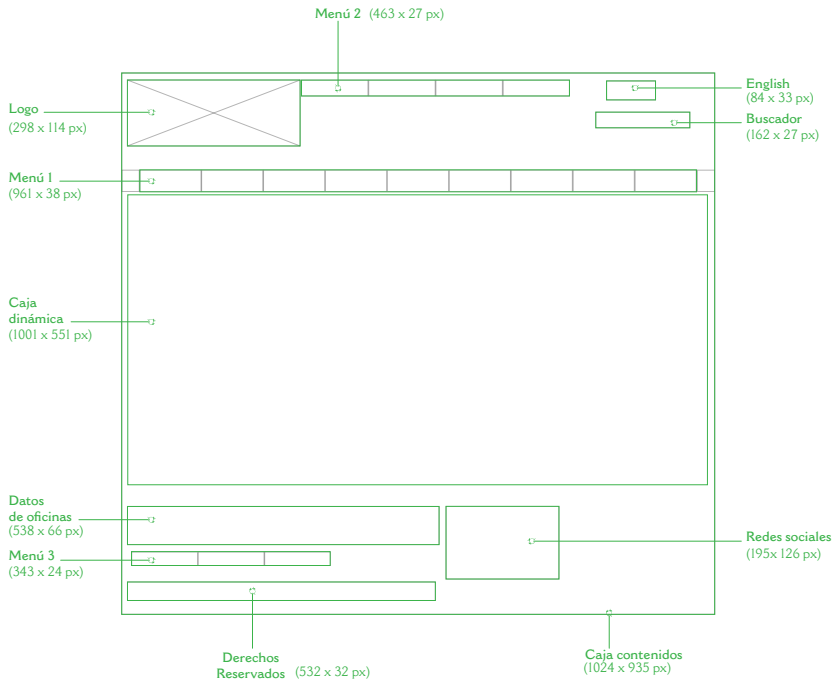
VISÍTANOS EN:
facebook | twitter | myspace | hi5

Mapa del Sitio | Privacidad | Términos de Uso

Derechos Reservados © 2009 Naturalia, Comité para la Conservación de Especies Silvestres, A.C.

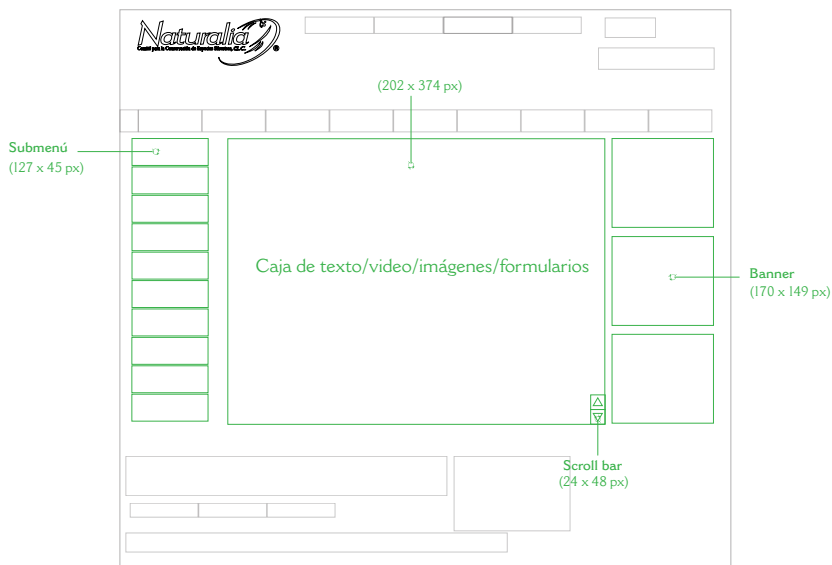
Sistema de plantillas

Plantilla base: Menús, datos legales, buscador interno y redes sociales



Sistema de plantillas

Plantilla 2: Primordialmente texto con posibilidad de incorporar imágenes y/o videos. También funciona para formularios.



Captura de pantalla de la página web de **Naturalia**. El encabezado muestra el logo y un menú de navegación con opciones como VOLUNTARIOS, INFORMAR, GALERIA, NOTICIAS y ENGLISH. Una barra de búsqueda indica 'helvetica 12 pts'. La barra de navegación principal incluye: QUIÉNES SOMOS, APOYA, CONSERVACIÓN, EDUCACIÓN, REFORESTACIÓN, BIENESTAR ESPECIES, NUESTROS RESERVAS, NUESTRAS CAMPAÑAS y DESARROLLO SUSTENTABLE.

El contenido principal se divide en:

- QUIÉNES SOMOS**: Consejo Directivo de **Naturalia, A.C.**
 - PRESIDENTE**: Nicolás Grepe Philip. Descripción: Empresario mexicano dedicado al ramo editorial a través del Grupo Editorial Benemérita, S. A. de C.V., del cual es Director General desde su fundación en el año de 1983.
 - Descripción de la actividad editorial y apoyo a la educación ambiental y generación de una cultura ambiental en México.
 - Miembro activo en diversos proyectos de **Naturalia, A.C.** y apoyo a la educación ambiental en escuelas públicas y privadas de México.
 - Miembro de **Naturalia, A.C.** desde el año de 1999, en que se integró también al Consejo Directivo de esta asociación civil y del cual, desde el año 2004, fungió como Presidente.
- APOYA!**: Sección de apoyo con un botón de 'APOYA!' y un ícono de un árbol.
- Reforestación 2009**: Campaña con un ícono de un árbol y el texto 'Reforestación 2009'.

El pie de página incluye:

- Ciudad de México**: Avenida Héroles, C.P. 06700, México, D.F. Teléfono: 55 99 63 30, Fax: 55 99 56 56.
- Sonora**: El Encino # 8, C.P. 83000, Hermosillo, Sonora. Teléfono: 262 11 70.
- Tepic**: C. de los Héroles, C.P. 45200, Tepic, Jalisco. Teléfono: 01 (739) 395 49 41.
- VISITANOS EN:** Logos de Facebook, Twitter, MySpace y Hi5.
- Mapa del Sitio, Privacidad, Términos de Uso.
- Derechos Reservados © 2009 Naturalia, Comité para la Conservación de Especies Silvestres, A.C.

Naturalia COMITÉ PARA LA CONSERVACIÓN DE ESPECIES SILVESTRES

VOLUNTARIOS | INFORMATE | GALERIA | NOTICIAS | ENGLISH

helvetica 12 pts

QUIÉNES SOMOS | APOYA | CONSERVACIÓN | EDUCACIÓN | REFORESTACIÓN | REVISTA ESPECIES | NUESTRAS RESERVAS | NUESTRAS CAMPAÑAS | DESARROLLO SUSTENTABLE

QUIÉNES SOMOS

CONSEJO DIRECTIVO

EQUIPO


TESTIMONIALES

ALIANZAS

INFORMES

REPORTES FINANCIEROS

Informe de actividades 2004-2008



¡APOYA! Calabona

Reforestación 2009

Biblioteca de Teconeros

Regístrate Aquí

Ciudad de México: Avenida 19A, C.P. 06702, México, D.F. \$5,99 \$63.30 \$5,99 \$6,96

Senora: E. C. de la R. 4, C.P. 82004, Tepic, Jalisco, México 01 (822) 262 11 70

Tepic: Col. de Santa Fe, C.P. 82004, Tepic, Jalisco, México 01 (739) 395 49 41

VISÍTANOS EN:

facebook | twitter | myspace | hi5

Mapa del Sitio | Privacidad | Términos de Uso

Derechos Reservados © 2009 Naturalia, Comité para la Conservación de Especies Silvestres, A.C.

Naturalia COMITÉ PARA LA CONSERVACIÓN DE ESPECIES SILVESTRES

VOLUNTARIOS | INFORMATE | GALERIA | NOTICIAS | ENGLISH

helvetica 12 pts

QUIÉNES SOMOS | APOYA | CONSERVACIÓN | EDUCACIÓN | REFORESTACIÓN | REVISTA ESPECIES | NUESTRAS RESERVAS | NUESTRAS CAMPAÑAS | DESARROLLO SUSTENTABLE

REVISTA ESPECIES

HISTORIA

SUSCRIPCIÓN

ANUNCIANTES

ADQUIERELA

SUSCRIPCIÓN REVISTA ESPECIES

Suscripción personal

Suscripción institucional

Fecha: (dd/mm/aaaa) 19 / 09 / 1983

Nombre: **Andrea Pacheco**

Edad: 25 años

Institución: **Naturalia, A.C.**

Ocupación: **Diseñadora grafica**

Sexo: Masculino Femenino

Domicilio: **Rinconada de Chiconcuac 98**

Estado: **México, D.F.**

Delegación/Municipio: **Benito Juárez**

País: **México**


Teléfono (incluar país): **965050900**

E-mail: **andrea.spiral@gmail.com**

¿Deseas renovar tu suscripción?

Si No

* Fecha de depósito: **Adjuntar**



¡APOYA! Dama

Mapa del Sitio | Privacidad | Términos de Uso

Ciudad de México: Avenida 19A, C.P. 06702, México, D.F. \$5,99 \$63.30 \$5,99 \$6,96

Senora: E. C. de la R. 4, C.P. 82004, Tepic, Jalisco, México 01 (822) 262 11 70

Tepic: Col. de Santa Fe, C.P. 82004, Tepic, Jalisco, México 01 (739) 395 49 41

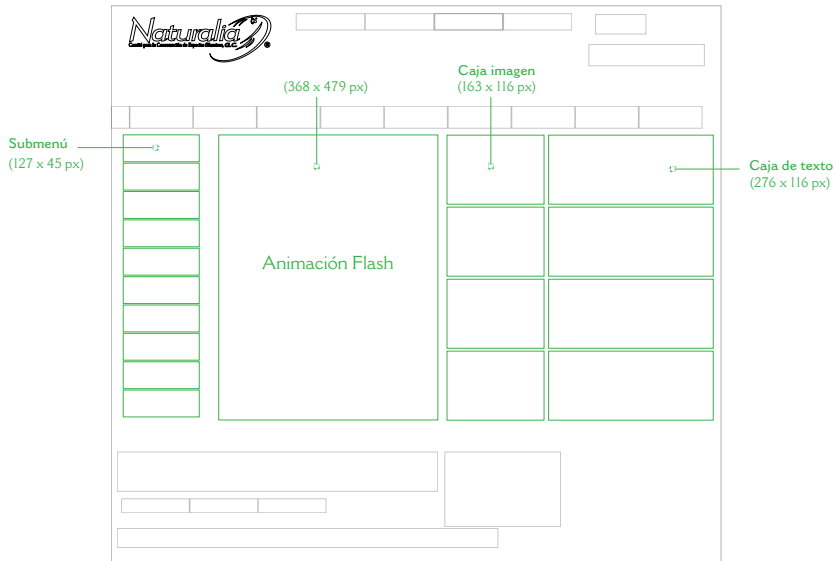
VISÍTANOS EN:

facebook | twitter | myspace | hi5

Derechos Reservados © 2009 Naturalia, Comité para la Conservación de Especies Silvestres, A.C.

Sistema de plantillas

Plantilla 3: Revista Especies y Educación



The screenshot shows the actual website layout for 'Especies y Educación'. The header features the **Naturalia** logo and navigation links: VOLUNTARIOS, INFORMATE, GALERÍA, NOTICIAS, and ENGLISH. A search bar is located on the right. Below the header is a horizontal menu with categories: QUÉNES SOMOS, APOYA, CONSERVACIÓN, EDUCACIÓN, REFORESTACIÓN, NUESTROS ESPECIES, NUESTRAS RESERVAS, NUESTRAS CAMPAÑAS, and BIODIVERSIDAD SUSTENTABLE.

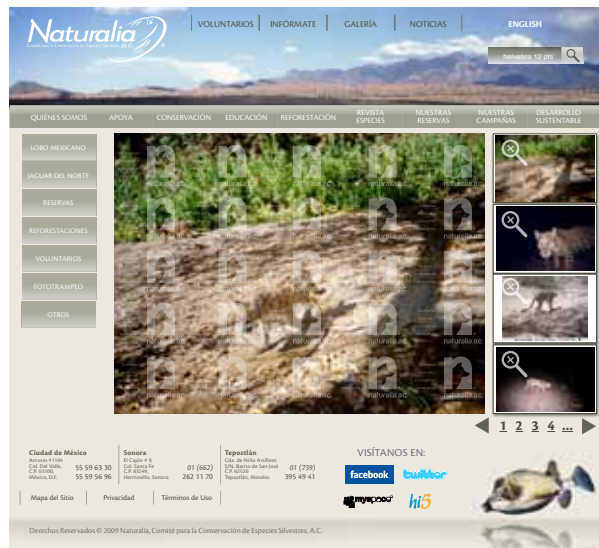
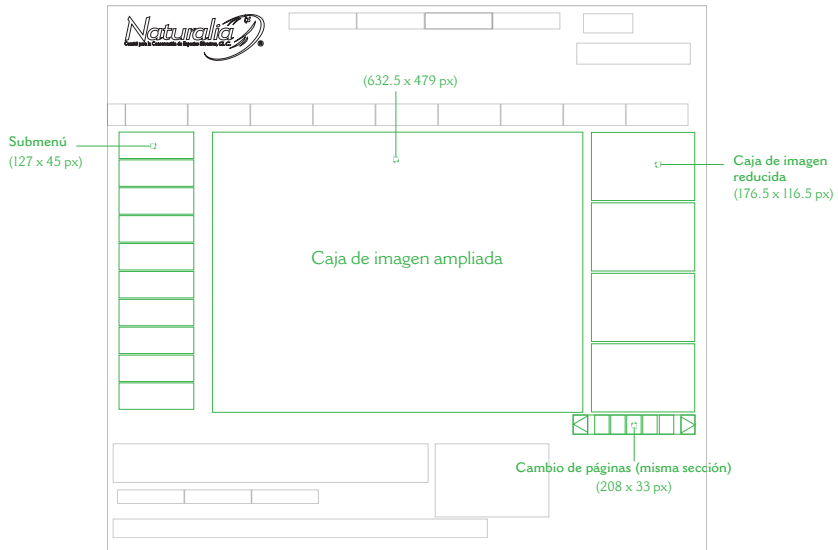
The main content area is divided into two columns. The left column contains a sidebar with links: REVISTA ESPECIES, HISTORIA, SUSCRIPCIÓN, ANUNCIANTES, ADQUIÉRELA, CATALOGO, and ESPECIES DIGITAL. The right column features a large image of a duck with the text **ESPECIES** and **PATOS JARDINEROS**. Below this are several article teasers:

- Aves acuosas con la misma pinta** by M. en C. Pablo Casar. Teaser: "Hasta como el aguilón, el colibrí, el loropérez o el quetzal, muchos gran parte de la relación mística que los habitantes del México antiguo sostenían con lo divino, ya que encarnaban a sus dioses, eran redivividos en ellos..."
- Azul turquesa y verde, la magia de Cascadas de Agua Azul** by: una memoria viva. Teaser: "Al sureste de la República Mexicana en la zona norte de Chiapas se encuentra esta maravillosa río, reconocido internacionalmente por sus bellas cascadas, unas de las más grandes de nuestro país..."
- Ayudando a caimanes y cocodrilos** by: Jose Antonio Domínguez. Teaser: "Como señala el Dr. Jorge Sánchez "El ser humano es un incontrolable destructor de especies", y las especies que precisan este movimiento en los ecosistemas, pueden ser heridas, causando incluso la desaparición..."
- Leyendo el lenguaje de los rastros** by M. en C. Marcos Arellano. Teaser: "El mundo puede ser tan bonito como sólo saber leer la presencia de una especie en un alto dado, o tan complicado como llegar a una información más completa, que sólo los conocimientos y la experiencia..."

The footer contains contact information for Ciudad de México, Sonora, and Tepic/Jalisco, along with social media links for Facebook, Twitter, and YouTube, and the **hi5** logo. It also includes a map of the site, privacy policy, and terms of use. The copyright notice at the bottom reads: Derechos Reservados © 2009 Naturalia, Comité para la Conservación de Especies Silvestres, A.C.

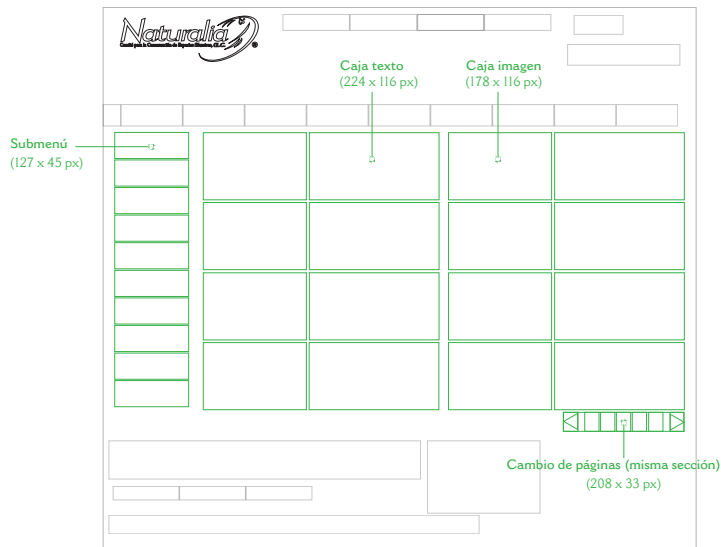
Sistema de plantillas

Plantilla 4: Galerías



Sistema de plantillas

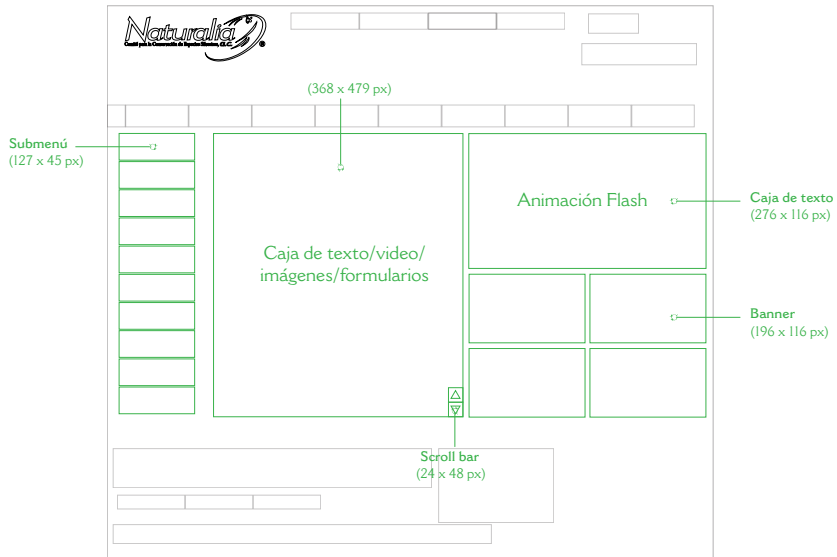
Plantilla 5: Alianzas, Tienda y EspeCitas.



The screenshot shows the 'Naturalia' website interface. The header includes the logo and navigation links: VOLUNTARIOS, INFORMATE, GALERÍA, NOTICIAS, and ENGLISH. A search bar is located on the right. Below the header is a horizontal menu with categories: QUIÉNES SOMOS, APOYA, CONSERVACIÓN, EDUCACIÓN, REFORESTACIÓN, NUESTROS ESPÉCIES, NUESTROS RESERVAS, NUESTRAS CAMPAÑAS, and BIODIVERSIDAD SUSTENTABLE. The main content area displays a grid of species profiles. Each profile includes a photo of the species, its name, and a brief description. The species shown are: Zanzonero Corona Rayada (*Alimphila ruficauda*), Colibri berillo (*Amazilia beryllina*), Loro cachete amarillo (*Amazona autumnalis*), Loro corona azul (*Amazona farinaosa*), Carreta canela (*Anas cyanoptera*), Águila Real (*Aquila chrysaetos*), Tocoilote oriental (*Asio otus*), and Ganso canadiense (*Branta canadensis*). The footer contains contact information for three locations: Ciudad de México, Sonora, and Tepic, along with social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube, and a search bar.

Sistema de plantillas

Plantilla 6: Texto, imágenes, animaciones y banners.



Captura de pantalla de la página web de Naturalia. El encabezado muestra el logo de Naturalia y un menú de navegación con opciones como VOLUNTARIOS, INFORMATE, GALERÍA, NOTICIAS y ENGLISH. El contenido principal está dedicado al 'PROYECTO DE RESCATE DEL LOBO MEXICANO', con secciones para Antecedentes y Objetivos. El pie de página contiene información de contacto para Ciudad de México, Sonora y Tepic, así como enlaces a redes sociales y un mapa del sitio.

Botoneras

Despliegue de menús.



Formularios

Tienda, registro de empresas (“Reforestación”) y boletín de voluntarios.

<input type="checkbox"/> Colección Revista Especies 44 ejemplares por \$450.00 pesos + gastos de envío Código: ESPCR44 Cantidad: <input type="text"/>	
<input type="checkbox"/> Paquete Lobo Mexicano Cuatro revistas con contenidos de Lobo Mexicano. Incluye Tarjeta de Rescate. \$90.00 + gasto de envío Cantidad: <input type="text"/>	
<input type="checkbox"/> Colección Aves 12 ejemplares con contenidos de aves de México. \$240.00 + gasto de envío Cantidad: <input type="text"/>	
<input type="checkbox"/> Especies Jaguar Playera para niños de jaguar \$100.00 + gastos de envío Tallas: 2-4, 6-8, 10-12, 14-16	

REGISTRO PARA EMPRESAS

Cada contribución empresarial hace crecer al Distrito Verde, año con año, lo cual equivale a más árboles plantados y a más trabajo temporal otorgado a comunidades rurales del Distrito Federal, Estado de México y Morelos.

¡Regístrate a tu empresa y nosotros te contactaremos de inmediato!

* Nombre de la empresa:
 * Nombre del representante:
 * Teléfono:
 Celular:
 * E-mail:
 * Dirección:
 Estado:
 Delegación/Municipio:
 Tipo de Web:
 * Otro de la Empresa (a qui se dedica):
 Es Empresa Socialmente Responsable.

REGISTRO AL BOLETIN VOLUNTARIOS

* Nombre: Andrea Pacheco
 Edad: 26
 E-mail: andrea.pacheco@gmail.com
 Ciudad: México
 País: México
 Ocupación: Diseñadora gráfica

Si deseas recibir información complementaria de Naturalia, A.C., porfavor llena únicamente los campos de interés:

Boletín de Naturalia, A.C.
 Información sobre alianzas
 Promocionales de "Especies, Revista sobre Conservación y Biodiversidad"
 Información de eventos de Naturalia, A.C.
 Información para voluntarios

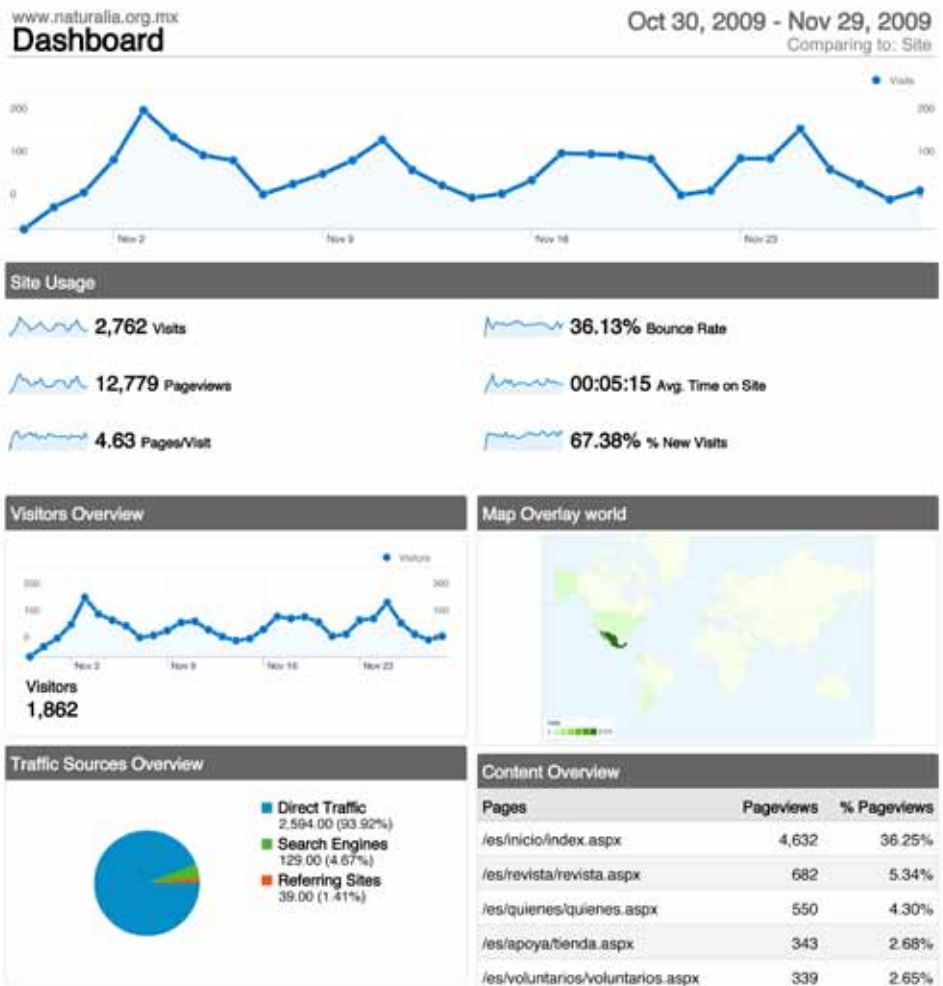
Banners

Algunos *banners* diseñados para la fecha de lanzamiento.



Estadísticas

Datos del primer mes del sitio tras su renovación.



Estadísticas

Actividades de los usuarios (resumen).

www.naturalia.org.mx
Visitors Overview Oct 30, 2009 - Nov 29, 2009
 Comparing to: Site



1,862 people visited this site

2,762 Visits

1,862 Absolute Unique Visitors

12,779 Pageviews

4.63 Average Pageviews

00:05:15 Time on Site

36.13% Bounce Rate

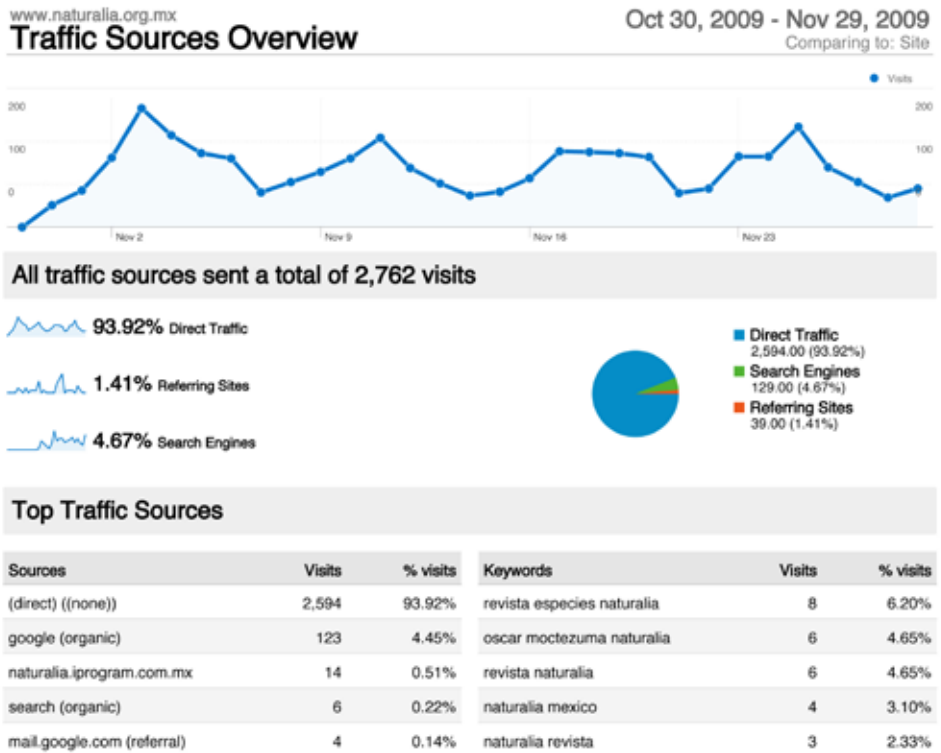
67.38% New Visits

Technical Profile

Browser	Visits	% visits	Connection Speed	Visits	% visits
Internet Explorer	1,717	62.17%	DSL	1,941	70.28%
Firefox	579	20.96%	Cable	390	14.12%
Safari	370	13.40%	Unknown	286	10.35%
Chrome	80	2.90%	T1	116	4.20%
Opera	10	0.36%	Dialup	29	1.05%

Estadísticas

Formas de accesos al sitio.



Estadísticas

Ubicación de usuarios.

www.naturalia.org.mx
Map Overlay

Oct 30, 2009 - Nov 29, 2009
Comparing to: Site

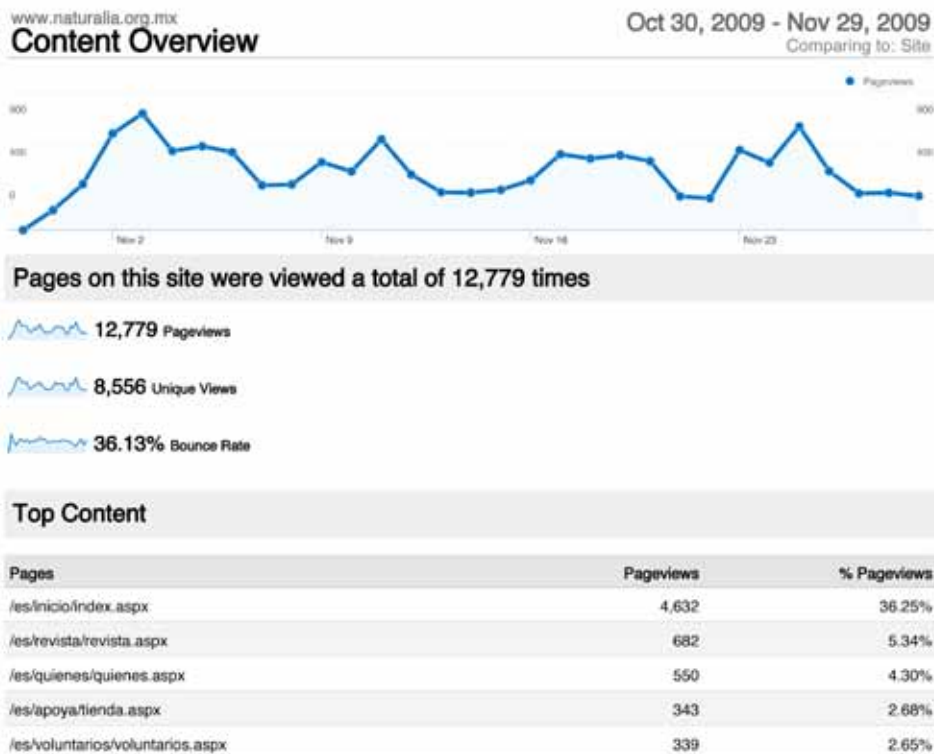


2,762 visits came from 38 countries/territories

Site Usage					
Visits	Pages/Visit	Avg. Time on Site	% New Visits	Bounce Rate	
2,762 % of Site Total: 100.00%	4.63 Site Avg: 4.63 (0.00%)	00:05:15 Site Avg: 00:05:15 (0.00%)	67.67% Site Avg: 67.38% (0.43%)	36.13% Site Avg: 36.13% (0.00%)	
Country/Territory	Visits	Pages/Visit	Avg. Time on Site	% New Visits	Bounce Rate
Mexico	2,513	4.73	00:05:32	65.38%	35.81%
United States	76	4.84	00:03:07	84.21%	31.58%
Spain	37	2.11	00:00:42	97.30%	54.05%
Colombia	28	4.32	00:03:06	96.43%	25.00%
Argentina	21	2.48	00:02:39	80.95%	42.86%
Peru	21	3.43	00:03:18	100.00%	23.81%
Venezuela	7	4.29	00:01:34	85.71%	42.86%
Chile	6	2.83	00:00:22	100.00%	33.33%
Canada	6	3.67	00:02:44	100.00%	16.67%

Estadísticas

Contenidos más vistos.

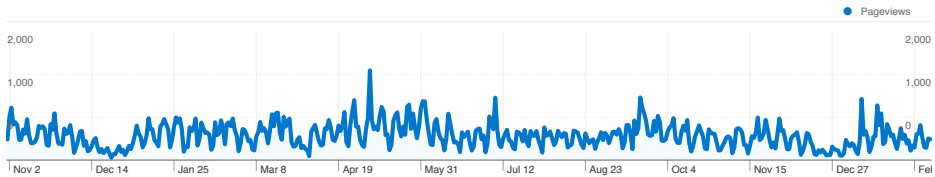


Estadísticas

Datos desde el lanzamiento del sitio a febrero de 2011. Contenidos más vistos.

www.naturalia.org.mx
Top Content

Nov 1, 2009 - Feb 15, 2011
 Comparing to: Site



1,253 pages were viewed a total of 180,683 times

Content Performance

Page	Pageviews	Unique Pageviews	Avg. Time on Page	Bounce Rate	% Exit	\$ Index
Pageviews 180,683 % of Site Total: 100.00%	Unique Pageviews 121,882 % of Site Total: 100.00%	Avg. Time on Page 00:01:28 Site Avg: 00:01:28 (0.00%)	Bounce Rate 40.29% Site Avg: 40.29% (0.00%)	% Exit 24.58% Site Avg: 24.58% (0.00%)	\$ Index \$0.00 Site Avg: \$0.00 (0.00%)	
/es/inicio/index.aspx	59,591	33,957	00:01:26	36.33%	32.21%	\$0.00
/es/revista/revista.aspx	8,891	5,601	00:01:48	45.31%	23.23%	\$0.00
/es/quienes/quienes.aspx	8,874	6,542	00:01:27	35.91%	21.84%	\$0.00
/es/apoya/tienda.aspx	8,787	4,031	00:01:07	45.79%	14.01%	\$0.00
/es/voluntarios/voluntarios.aspx	4,974	3,324	00:01:36	44.62%	19.10%	\$0.00
/es/conservacion/lobo.aspx	4,507	3,156	00:01:31	55.58%	18.22%	\$0.00
/es/quienes/equipo.aspx	3,995	3,224	00:02:13	43.69%	30.04%	\$0.00
/es/campanas/conservacion.aspx	3,952	3,083	00:01:16	58.77%	19.59%	\$0.00
/es/apoya/colabora.aspx	3,705	2,443	00:01:45	58.68%	23.45%	\$0.00
/es/informate/comercio.aspx	3,645	2,649	00:01:51	68.78%	63.48%	\$0.00
/es/apoya/membresias.aspx	3,487	2,614	00:01:04	31.60%	11.70%	\$0.00
/es/otras/educacion.aspx	3,271	2,494	00:01:16	44.83%	19.84%	\$0.00
/es/otras/desarrollo.aspx	3,189	2,586	00:01:33	48.91%	24.96%	\$0.00
/es/reforestacion/reforestacion.aspx	3,075	2,116	00:01:30	54.01%	18.50%	\$0.00
/es/conservacion/jaguar.aspx	2,897	2,264	00:01:55	44.66%	22.33%	\$0.00
/es/quienes/consejo.aspx	2,865	2,224	00:01:44	51.08%	19.44%	\$0.00
/es/otras/noticias.aspx	2,817	2,237	00:01:54	61.57%	31.24%	\$0.00
/es/reforestacion/cinturon.aspx	2,710	1,959	00:01:24	47.52%	17.79%	\$0.00
/es/galeria/galeria.aspx?id=LOBO	2,438	1,807	00:01:12	45.90%	16.49%	\$0.00
/es/voluntarios/boletin.aspx	2,387	1,702	00:01:10	48.21%	15.37%	\$0.00
/es/reservas/fresnos.aspx	2,230	1,723	00:01:22	41.29%	14.57%	\$0.00

Estadísticas

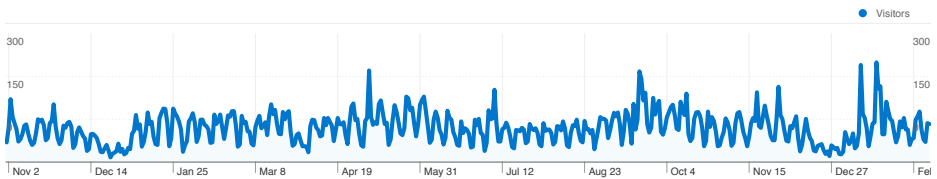
Actividades de los usuarios.

www.naturalia.org.mx

Visitors Overview

Nov 1, 2009 - Feb 15, 2011

Comparing to: Site



29,292 people visited this site

44,408 Visits

29,292 Absolute Unique Visitors

180,683 Pageviews

4.07 Average Pageviews

00:04:29 Time on Site

40.29% Bounce Rate

65.93% New Visits

Technical Profile

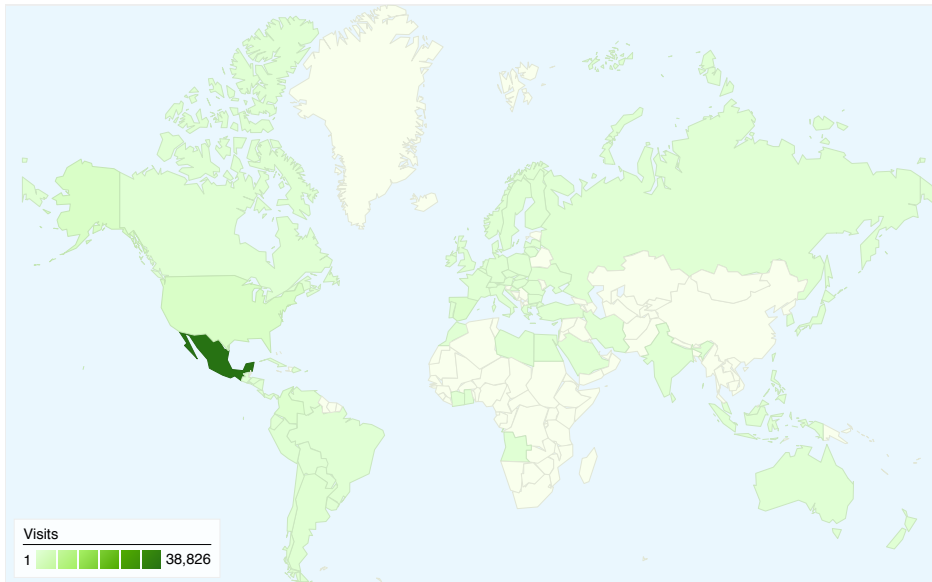
Browser	Visits	% visits	Connection Speed	Visits	% visits
Internet Explorer	24,610	55.42%	DSL	30,182	67.97%
Firefox	10,636	23.95%	Cable	5,990	13.49%
Safari	5,474	12.33%	Unknown	5,456	12.29%
Chrome	3,343	7.53%	T1	2,358	5.31%
Opera	200	0.45%	Dialup	412	0.93%

Estadísticas

Ubicación de usuarios.

www.naturalia.org.mx
Map Overlay

Nov 1, 2009 - Feb 15, 2011
 Comparing to: Site



44,408 visits came from 79 countries/territories

Site Usage						
Visits	Pages/Visit	Avg. Time on Site	% New Visits	Bounce Rate		
44,408	4.07	00:04:29	66.09%	40.29%		
% of Site Total: 100.00%	Site Avg: 4.07 (0.00%)	Site Avg: 00:04:29 (0.00%)	Site Avg: 66.93% (0.23%)	Site Avg: 40.29% (0.00%)		
Country/Territory	Visits	Pages/Visit	Avg. Time on Site	% New Visits	Bounce Rate	
Mexico	38,826	4.20	00:04:50	63.02%	39.03%	
United States	1,559	4.01	00:03:14	75.30%	44.26%	
Spain	995	2.45	00:01:02	92.26%	52.66%	
Colombia	716	3.31	00:02:10	94.55%	47.35%	
Argentina	303	2.26	00:01:05	95.71%	57.43%	
Peru	230	2.55	00:01:34	93.91%	50.87%	
Venezuela	199	2.86	00:01:48	94.47%	55.28%	
Chile	192	2.68	00:01:33	91.67%	49.48%	
Ecuador	143	3.01	00:01:58	93.01%	48.25%	

Estadísticas

Actividades de los usuarios.

www.naturalia.org.mx

Length of Visit

Nov 1, 2009 - Feb 15, 2011

Comparing to: Site

Most visits lasted: 0-10 seconds

Duration of visit	Visits with this duration	Percentage of all visits
0-10 seconds	18,973.00	42.72%
11-30 seconds	2,995.00	6.74%
31-60 seconds	2,960.00	6.67%
61-180 seconds	6,283.00	14.15%
181-600 seconds	7,185.00	16.18%
601-1,800 seconds	4,764.00	10.73%
1,801+ seconds	1,248.00	2.81%

www.naturalia.org.mx

Visitor Loyalty

Nov 1, 2009 - Feb 15, 2011

Comparing to: Site

Most visits repeated: 1 times

Count of visits from this visitor including current	Visits that were the visitor's nth visit	Percentage of all visits
1 times	29,348.00	66.09%
2 times	4,301.00	9.69%
3 times	1,601.00	3.61%
4 times	867.00	1.95%
5 times	557.00	1.25%
6 times	405.00	0.91%
7 times	339.00	0.76%
8 times	287.00	0.65%
9-14 times	1,109.00	2.50%
15-25 times	1,001.00	2.25%
26-50 times	1,210.00	2.72%
51-100 times	1,254.00	2.82%
101-200 times	1,371.00	3.09%
201+ times	758.00	1.71%

Estadísticas

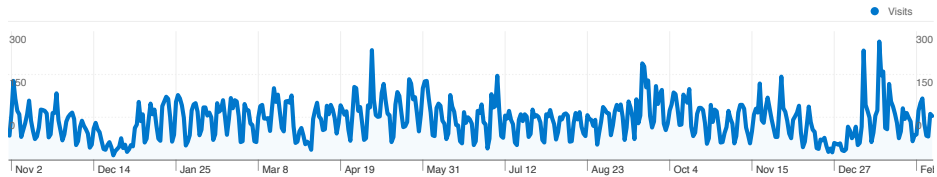
Datos desde el lanzamiento del sitio a febrero de 2011.

www.naturalia.org.mx

Traffic Sources Overview


Nov 1, 2009 - Feb 15, 2011

Comparing to: Site



All traffic sources sent a total of 44,408 visits

 78.03% Direct Traffic

 8.08% Referring Sites

 13.88% Search Engines



■ **Direct Traffic**
 34,652.00 (78.03%)
■ **Search Engines**
 6,166.00 (13.88%)
■ **Referring Sites**
 3,590.00 (8.08%)

Top Traffic Sources

Sources	Visits	% visits	Keywords	Visits	% visits
(direct) ((none))	34,652	78.03%	revista especies	387	6.28%
google (organic)	5,523	12.44%	naturalia	265	4.30%
google.com.mx (referral)	873	1.97%	revista especies naturalia	256	4.15%
facebook.com (referral)	304	0.68%	naturalia.org.mx	134	2.17%
bing (organic)	283	0.64%	revista naturalia	130	2.11%