

2012-12-01

Ligia Hiomara Vargas Cubillos. Diseño de productos de información. (Apunte de Clase 61). Bogotá: Ediciones Unisalle, 2012. 68 p.

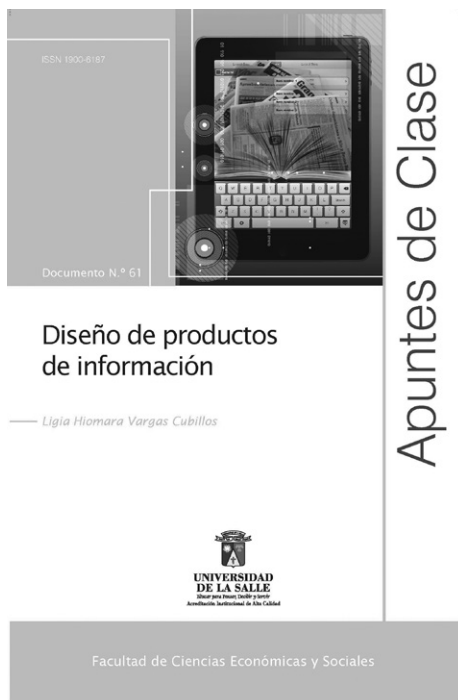
Ligia Hiomara Vargas
Universidad de La Salle, Bogotá, revista-codices@lasalle.edu.co

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/co>

Citación recomendada

Vargas, Ligia Hiomara (2012) "Ligia Hiomara Vargas Cubillos. Diseño de productos de información. (Apunte de Clase 61). Bogotá: Ediciones Unisalle, 2012. 68 p.," *Códices*: Iss. 2 , Article 8.
Disponibile en:

This Artículo de Divulgación is brought to you for free and open access by the Revistas descontinuadas at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Códices by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.



RESEÑA

Ligia Hiomara Vargas

Ligia Hiomara Vargas Cubillos. *Diseño de productos de información*. (Apunte de Clase 61). Bogotá: Ediciones Unisalle, 2012. 68 p.

Por casi cinco años de práctica docente en el Programa de Sistemas de Información y Documentación de la Universidad de La Salle, he venido direccionando el espacio académico de productos de información como parte de la malla curricular de los estudiantes de séptimo semestre.

Durante la planeación de la asignatura, específicamente en el desarrollo de la bibliografía encontré escasa literatura en el área, hecho que me instó a tomar parte de esta última sobre el tema en el área administrativa y adaptarla a las ciencias de la información. Como resultado de este proceso surgió la idea de escribir este libro como documento guía para los profesionales en información y documentación.

Adicionalmente, las unidades de información sin excepción alguna, deben crear productos de información como parte de su gestión administrativa y como respuesta a la satisfacción de las necesidades de información de usuarios tanto internos como externos.

La estructura del texto está soportada en siete partes, desarrolladas brevemente y pretenden ser una orientación sobre el tema. En un primer capítulo se tratan someramente algunos conceptos de producto, se hace un recuento histórico de estos, se explican algunas herramientas administrativas que permiten realizar la clasificación de los productos existentes dentro de las diferentes unidades de información, se presenta el desglose de los atributos o las características de los productos y finaliza con el ciclo de vida que atraviesan en la unidad de información.

En el segundo capítulo, el lector podrá encontrar los elementos de diseño del producto de información, los cuales muestran la importancia de iniciar este proceso basado en la planeación estratégica de la unidad de información, la necesidad de realizar un análisis y evaluación de los productos con que cuenta la unidad de información, con el fin de conocer el comportamiento de este durante un periodo y bajo la influencia real de los que lo usan. Adicionalmente se explica la prioridad de realizar un inventario de usuarios y el respectivo estudio de las necesidades. Este capítulo finaliza con la importancia de utilizar la filosofía del Diseño Centrado en el Usuario, como teoría clave para involucrar al usuario desde el nacimiento del producto hasta la utilización real de este, es decir, el usuario hace parte del diseño, no utiliza un producto creado sin su percepción.

El cuarto capítulo se centra en el desarrollo del producto, es allí donde se crea el concepto, la idea que se convertirá en producto, esta actividad se apoya en elementos de innovación y creatividad. Se muestran los métodos para buscar ideas y se ejemplifica mediante la aplicación de la técnica Brainstorming o generación y filtrado de ideas, para llegar a la creación del concepto mismo del producto de información. Adicionalmente se muestra cómo el profesional en información y documentación se convierte en arquitecto de la información, en la medida en que

es el responsable de crear las bases y la maqueta misma del producto, antes de su diseño final.

El quinto capítulo explica el desarrollo de prototipos; este aparte muestra cómo, apoyado en herramientas de software y hardware, se le da vida al producto de información. Hoy en día, los usuarios utilizan productos de información en su mayoría virtuales que les permitan la fácil utilización y la comodidad de usarlos de forma digital, es decir, exigen diseños dinámicos e interactivos.

Pruebas de diseño en el sexto capítulo explica cómo el prototipo del producto debe ser sometido a la aplicación de pruebas de diseño. Se mencionan algunas técnicas que se utilizan con los clientes quienes serán los consumidores finales de este. Esta labor se realiza con el fin de conocer la percepción del usuario y realizar los ajustes que la unidad de información considere necesarios.

Todo proyecto tiene inmerso un análisis financiero. El séptimo capítulo argumenta cómo el diseño de un producto es un elemento para tener en cuenta en el presupuesto de la unidad de información, puesto que se requiere de recursos y se incurre en gastos que deben ser retribuidos mediante la utilización del producto, es decir, el estudio costo-beneficio de este. También se trabaja el superávit que genera la unidad de información en términos de utilidades intangibles, que a fin de cuentas, son utilidades que muestran la gestión administrativa de la unidad de información y su contribución al desarrollo social.

Como reflexión final, se invita a los colegas a revisar el documento y a animarse a diseñar productos de información de cara a la satisfacción de las necesidades sentidas por los usuarios. El diseño de productos de información no es tarea fácil, ya que requiere de un método, es una labor que se debe asumir con responsabilidad, que requiere tiempo, presupuesto y dedicación.

Estoy convencida de que como profesionales del área debemos gestionar los procesos que se desarrollan en cada unidad de información, imprimir calidad en las actividades desde su inicio hasta su finalización y ofrecer los mejores productos de información como respuesta a una labor social como contribución a la creación de un mejor país.