



Revista Virtual Universidad Católica del Norte
ISSN: 0124-5821
asanchez@ucn.edu.co
Fundación Universitaria Católica del Norte
Colombia

Tejada Ramírez, Julián Andrés; Sabogal Urresti, Flor Aurora
Segundo avance de investigación. Primeros pasos para la consolidación del Manual de redacción y
edición para ambientes digitales
Revista Virtual Universidad Católica del Norte, núm. 23, febrero-mayo, 2008
Fundación Universitaria Católica del Norte
Medellín, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194220391008>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org



Segundo avance de investigación

Primeros pasos para la consolidación del *Manual de redacción y edición para ambientes digitales*

Second Research Advance in the Field of Digital Communication

First steps in the *Writing and Edition for Digital Environments Handbook's consolidation*

Autores

Julián Andrés Tejada Ramírez
Comunicador Social – Periodista
Cooinvestigador y facilitador virtual
jatejadar@ucn.edu.co

Flor Aurora Sabogal Urresti
Comunicadora Social – Periodista
Auxiliar de investigación y facilitadora virtual
ausabogal@une.net.co

Coordinación de la investigación
Alexánder Sánchez Upegui
Comunicador Social – Periodista
edicion@une.net.co

Recibido: 10 de diciembre del 2007
Aprobado por árbitro: 15 de enero de 2007

Interventoría¹
Sistema de Investigación

¹ El arbitraje para la publicación de este artículo estuvo a cargo de Carlos E. Román M. Sociólogo. Investigador Asistente del Sistema de Investigación de la Católica del Norte Fundación Universitaria. ceromanm@ucn.edu.co

Contenido

Introducción

Punto de partida

- Algunos conceptos necesarios: Arquitectura de la Información, Ciberperiodismo, Ciberredacción periodística, Diseño centrado en el usuario, Reportaje digital, Usabilidad.

Aproximaciones a la formulación del marco teórico para el *Manual de redacción y edición para ambientes digitales*

- Teorías preliminares que sustentan la formulación del marco teórico.
- Propuesta de temas y subtemas para constituir el *Manual de redacción y edición para ambientes digitales*.
- Recomendaciones preliminares a partir de los hallazgos.

Conclusiones

Anexo 1 - Propuesta para el diseño y publicación del *Manual de redacción y edición para ambientes digitales* en formato hipertexto

Bibliografía

Resumen. El presente artículo es un segundo avance² del proyecto de investigación *Manual de redacción y edición para ambientes digitales*. La propuesta se inscribe en la línea de investigación *Comunicación digital* del programa de Comunicación Social de la Católica del Norte Fundación Universitaria cuyo sistema de estudios es virtual.

En este segundo artículo de revisión se informa acerca de las teorías que servirán como fundamento teórico del proyecto *Manual de redacción y edición para ambientes digitales*; además ofrece una propuesta inicial para la construcción del marco teórico del manual y una base para la formulación de la tabla de contenidos con base en los hallazgos encontrados en esta segunda fase. También se propone la creación de un espacio virtual para la difusión de los avances, la discusión y el debate académico en línea y como punto de encuentro en los distintos momentos de la investigación.

² El primer avance se puede consultar en TEJADA RAMÍREZ, Julián Andrés. Comunicación digital: nuevos medios, nuevos retos. En: Revista Virtual Universidad Católica del Norte. (On line). No 22 (sept.-dic., 2007). Disponible en internet: <http://www.ucn.edu.co/portal/uzine/volumen22/html/articulo2.html>



Palabras y expresiones claves. Arquitectura de la Información, Ciberperiodismo³, Ciberredacción periodística, Comunicación digital, Diseño centrado en el usuario, Hipermédia, Hipertexto, Multimedia, Sistemas de administración de contenidos, Usabilidad.

Abstract. The present article is the second advance of the Writing and Edition for Digital Environments Handbook Research Project. The proposal is engaged in the Digital Communication line of research at the Social Communication Program of the Católica del Norte Fundación Universitaria, institution offering virtual studies.

This second review article accounts for the theories comprising the Writing and Edition for Digital Environments Handbook Research Project's theoretical basis. Besides, this article sets forth an initial proposal for the construction of the handbook's theoretical framework and a basis for establishing the table of contents from the basis of these second stage's findings. It is also proposed the creation of a virtual space with the purposes of wide spreading the research advances, providing a space for online academic debate, and serving as a meeting point for every research stage.

Key Words and Expressions. Content Management Systems, Cyber-Journal Edition, Cyber Journalism, Digital Communication, Hypermedia, Hypertext, Information Architecture, Multimedia, Usability, User-Centered Design.

³ **Ciberperiodismo:** periodismo que se ejerce desde y para la producción de contenidos en diversos formatos hipermédia. No hace referencia solo a los periodistas tradicionales que producen textos para publicarlos en la red, sino en mayor grado, se refiere a aquellos que tienen competencias en el manejo de herramientas tecnológicas y las integran a su ejercicio profesional para producir contenidos con formato hipermédial.



Introducción

Si bien es válido y pertinente afirmar que la información en la red es mucho más perecedera que en el mundo físico, también es cierto que las técnicas y estrategias para la publicación de contenidos se están reevaluando constantemente por cuenta de las necesidades que los usuarios de la información en línea van marcando con sus hábitos de lectura y de consumo. Un claro ejemplo de ello es la rápida evolución que han presentado las herramientas de publicación de contenidos en línea, cuyo usuario es quien decide qué leer, qué ver o qué escuchar, pero además de eso, tiene el poder de publicar sin más restricciones que la autocensura y bajo el amparo de una supuesta libertad⁴ de expresión en la red donde las normas moralmente aceptadas no son universales y comunes a todos los usuarios de la misma.

La proliferación de contenidos en línea que hablan acerca de las nuevas tendencias en la comunicación digital y afirman que la comunicación en la red ya no depende tanto de los medios de comunicación o de los proveedores de contenidos, sino de los usuarios, permite formular el interrogante acerca de ¿qué técnicas y normas se deberían tener en cuenta para garantizar la calidad de la información que se publica y circula en la red? Es así como en este segundo momento de la investigación se pretende brindar más luces acerca de las tendencias que en la actualidad están marcando la pauta para la publicación de contenidos informativos en línea.

Punto de partida

Algunos conceptos necesarios: Arquitectura de la Información, Diseño Centrado en el Usuario, Usabilidad.

Como parte fundamental de todo proceso de investigación relacionado con la comunicación, el poner los términos al alcance de todos hace parte de lo que también podríamos denominar como “inclusión informativa”⁵ que es una de las propiedades de la información pública. Esto aplicado a nuestro proceso de investigación, consiste en ofrecer la suficiente ilustración a nuestros lectores acerca de aquellos términos que por su carácter técnico pueden resultar confusos e impedir la normal comprensión de los argumentos esbozados en el presente artículo de investigación.

⁴ Que podría leerse como un “libertinaje en la red” por cuenta de los servicios gratuitos de publicación de contenido como son los blogs, los CMS, las bitácoras, los Spaces (espacios virtuales), el Facebook y otras tantas herramientas que permiten la publicación de contenidos en línea casi sin restricción alguna.

⁵ **Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos:** “*Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión*”.



He aquí la ampliación de algunos términos necesarios para la comprensión de este artículo:

1. Arquitectura de la Información:

En términos de Richard Saul Wurman⁶ (1975), la Arquitectura de la Información es “*El estudio de la organización de la información con el objetivo de permitir al usuario encontrar su vía de navegación hacia el conocimiento y la comprensión de la información*”.

Aplicando este término a la organización de la información para la web, podemos encontrar una definición derivada de la de Wurman que se ajusta más a lo que es la arquitectura de la información y su impacto en la publicación de contenidos en la red. Esta definición más precisa fue acuñada por Louis Rosenfeld y Peter Morville en su libro “Information Architecture for the World Wide Web 2nd Edition⁷”, donde la definen como “*El arte y la ciencia de estructurar y clasificar sitios web e intranets con el fin de ayudar a los usuarios a encontrar y manejar la información*”.

Para los fines que persigue esta investigación, es fundamental servirse de la definición de arquitectura de la información ya que ésta no sólo comprende la labor de organizar la información, sino que también abarca los sistemas que se utilizan para dicha labor, el proceso de clasificación, rotulado y etiquetado de la misma, los procesos de recuperación de la información, las funciones del arquitecto de la información y las estructuras de navegación que el sistema provea al usuario final.

⁶ Arquitecto por formación, ha participado desde los inicios de su carrera en actividades relacionadas con la arquitectura, el diseño y con su motivación principal, hacer la información comprensible. Autor de numerosos libros y origen de la denominación 'Arquitecto de Información' para su profesión / pasión. Destacan entre sus títulos más relevantes *Information Anxiety* e *Information Architects*. Su último libro es *Understanding USA*, de acceso libre en la red. Ha participado también en las conocidas guías de viajes Access, por los que ha recibido el premio Kevin Lynch, del MIT, entre otros muchos. Actualmente es uno de los gurús de la Arquitectura de Información. Fuente: <http://wurman.com/rsw/index.html>

⁷ Tras el aporte de Wurman, otros tomaron sus definiciones y comenzaron a poblar el paisaje de la Arquitectura de Información, ampliando y al mismo tiempo haciendo más certera la definición sobre su ámbito de acción. Probablemente quienes mejor lo hicieron fueron **Louis Rosenfeld y Peter Morville**, quienes en febrero de 1988 publicaron “Information Architecture for the World Wide Web - Designing Large-scale Web Sites” (200 páginas, O'Reilly Books), más conocido como el libro del oso polar, por llevar una imagen de ese animal en la portada. Su éxito fue inmediato y se transformó en la biblia de quienes desarrollan este tipo de tareas. Incluso una segunda edición de 500 páginas fue publicada en Agosto de 2002. Fuente: http://www.usando.info/main_file.php/us_uv/8485/



Para ampliar este término y otros relacionados, se recomienda leer el artículo “¿Qué es la Arquitectura de la Información?”⁸ Disponible en <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/ai.htm>

2. Ciberperiodismo:

En términos del Profesor Ramón Salaverría⁹, el ciberperiodismo se define como “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos”.

Esta es una definición fundamental para los fines del *Manual de edición y redacción para ambientes digitales*, en el cual el ciberperiodismo se visualiza desde y hacia la producción de contenidos en diversos formatos hipermedia.

Ésta definición no hace referencia sólo a los periodistas tradicionales que producen textos para publicarlos en la red, sino en mayor grado, se refiere a aquellos que tienen competencias en el manejo de herramientas tecnológicas y las integran a su ejercicio profesional para producir contenidos informativos en formato hipermedia aplicando todas las propiedades de la narrativa hipertextual en la producción hipertextos informativos para medios digitales.

3. Ciberredacción periodística

Es el tipo de redacción que está tomando cada vez más fuerza en los medios de comunicación que han extendido sus labores periodísticas hacia el ciberespacio conservando aún las características y los géneros del periodismo tradicional, pero complementándolo con elementos propios del lenguaje multimedia e hipermedia donde el usuario tienen un alto nivel de participación en la noticia que sucede a la par con la información en tiempo real.

“El ciberperiodismo no obliga a hacer borrón y cuenta nueva en la redacción periodística. De hecho, el estilo periodístico clásico, basado en los tres criterios esenciales de precisión, concisión y claridad, se ajusta como un guante a las exigencias de comunicación rápida y clara de la Red”¹⁰

Desde esta perspectiva, la ciberredacción periodística se puede entender como la redacción que se realiza en el ciberespacio y que involucra en su producción estructuras hipertextuales, arquitectura de la información y narrativa hipermedial para fortalecer la construcción de los mensajes.

⁸ Martín Fernández, Francisco y Hassan Montero, Yusef. ¿Qué es la Arquitectura de la Información? Publicado en No Solo Usabilidad journal, nº 2. 16 de Febrero de 2003. ISSN 1886-8592. Extractado de <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/ai.htm>

⁹ Salaverría, Ramón. Redacción periodística en Internet. Pamplona, Eunsa, 2005, 180 pp.

¹⁰ Ibid. P 40.

4. Diseño centrado en el usuario:

De acuerdo con Yusef Hassan Montero¹¹ “*Un buen diseño de la información, desde el punto de vista organizativo y de su usabilidad, será aquel que ayude al usuario a encontrar la información que busca de la forma más fácil, rápida y cómoda posible*”.

Esto implica que el proceso de diseño de un medio digital¹² no se circumscribe solamente a la construcción de interfaces gráficas atractivas o impactantes a la vista del usuario, sino que también incluye la forma como se elaboran los mensajes propios del medio digital, en este caso la web, donde no sólo lo gráfico juega un papel preponderante sino también el valor visual y de fondo del texto, las estructuras hipertextuales de navegación, la aplicación del color, el tamaño de las fuentes y la disposición de los elementos en la ventana del navegador (diagramación).

Al respecto, el Profesor Hassan agrega que “*Un Diseño Centrado en el Usuario es aquel en el que todo el proceso de diseño se encuentra conducido por el usuario, y no por el gurú de turno*”¹³ Esto sin duda alguna hace referencia a la importancia de conocer al usuario a quien va dirigido el mensaje del medio digital para garantizar que éste logre su fin último dentro del proceso de comunicación.

En este sentido, es mucho lo que se ha escrito y aún más lo que falta por escribir acerca del diseño centrado en el usuario, porque también es muy común el problema del diseñador de contenidos que diseña para sí mismo y no toma en cuenta en su proceso creativo al usuario final que en última instancia es quien usa sus productos digitales.

¹¹ Yusef Hassan Montero es Licenciado en Documentación e investigador sobre Visualización de Información e Interacción Persona-Ordenador de la Universidad de Granada (Grupo SCImago), además de editor de NoSoloUsabilidad. Fuente: <http://www.nosolousabilidad.com/hassan>

¹² Cuando nos referimos a medios digitales no sólo estamos hablando de sitios web sino también de multimedias e hipermedias, mensajes vía dispositivos móviles y todos aquellos medios que usan como soporte una infraestructura digital para llegar a sus usuarios ya sea internet, la red celular o un soporte físico para multimedia.

¹³ Martín Fernández, Francisco y Hassan Montero, Yusef. Conociendo a nuestros usuarios. Publicado en No Solo Usabilidad journal, nº 2. 21 de Mayo de 2003. ISSN 1886-8592. Extractado de http://www.nosolousabilidad.com/articulos/conocer_usuarios.htm

5. Reportaje digital

En palabras de Inma Martín Herrera¹⁴, “el reportaje digital, multimedia e interactivo debe su extenso nombre a sus propias características y ventajas, que lo convierten en un producto informativo novedoso y distinto al reportaje convencional que se publica en un diario impreso.

Es digital porque su soporte y su canal de difusión es Internet.

Hablamos de multimedia porque se trata de un género versátil y muy completo, que aprovecha las ventajas de Internet para intercalar información escrita, imágenes (fotografías, mapas, dibujos, infografías, vídeos, etcétera), y archivos de sonido sobre un mismo tema actual y de interés social. Se trata de emplear un lenguaje periodístico cada vez más audiovisual, que es precisamente la tendencia que está marcando las líneas de evolución de la redacción en Internet.

*Y es interactivo porque, de una manera u otra, permite la participación del lector en el proceso informativo. El reportaje digital necesita de la implicación del usuario para desarrollarse, lo que origina un contacto más directo entre los lectores y el medio que no existe en la prensa analógica*¹⁵.

6. Usabilidad

Siguiendo la definición más acertada de este término cuyo autor es Jakob Nielsen, “la usabilidad se define como un atributo de calidad de una página o sitio web, que determina la facilidad de la interfaz para ser utilizada.” Este término también hace referencia a los métodos utilizados para el diseño y desarrollo de sitios web donde se resalta la importancia de involucrar al usuario en todo el proceso, así como la prioritaria claridad que debe tener todo desarrollador antes de realizar la construcción de un sitio web.

En las labores previas a la construcción de un mensaje con soporte digital, en este caso un sitio web, es fundamental partir de la investigación para determinar el propósito de desarrollar este tipo de proyectos; en segunda instancia pero no menos importante, hay que estudiar al usuario a quien va dirigido el mensaje del sitio web para determinar cómo prefiere ver la información, qué elementos gráficos llaman su atención con mayor facilidad y qué otros elementos pueden causar una reacción adversa que impida llegar fácilmente a la información que se busca.

¹⁴ Inma Martín Herrera es directora de La Crónica de Sevilla. Ha escrito varios artículos y ensayos relacionados con la redacción para medios online y actualmente participa en grupos de investigación acerca de los temas relacionados con el ciberperiodismo.

¹⁵ Martín Herrera, Inma. Nueva redacción periodística para medios on-line. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui. Edición 99 publicada en septiembre de 2007. Disponible online en: <http://chasqui.comunica.org/content/view/583/1/>



*"La diagramación de un sitio web no sólo tiene que ver con dónde se ponen los elementos que se desea ofrecer a los visitantes. Principalmente, se trata acerca de comunicar visualmente qué es lo más importante. Hay que darle pistas al usuario acerca de dónde empezar a leer."*¹⁶

En síntesis la usabilidad es la garantía de brindarle al usuario todas las posibilidades de encontrar lo que busca fácilmente sin presentarle ningún obstáculo o distractor que pueda causar una experiencia negativa en el uso de un sitio web, como lo confirma Hassan (2002): "La Usabilidad de un sitio web está estrechamente relacionada con la "findability"¹⁷, ya que cuanto más sencillo resulte para el usuario navegar por un sitio web, mayores posibilidades tendrá de encontrar lo que busca."

Aproximaciones a la formulación del marco teórico para el *Manual de redacción y edición para ambientes digitales*

Con el fin de construir una base sólida para la elaboración del *Manual de redacción y edición para ambientes digitales*, es fundamental reportar los hallazgos de todo un proceso de búsqueda, lectura, rastreo y etiquetado de textos e hipertextos que hablan sobre el tema. Esto nos brindará los elementos básicos para aproximarnos a la construcción de un marco teórico que sustente el manual.

Cabe mencionar que en la red y en las bibliotecas (no es el caso de la región de Antioquia donde se circumscribe el Manual) hay cientos y quizás miles de textos que hablan acerca de la comunicación digital, las tendencias en su uso, la usabilidad, las pautas para la publicación de contenidos en línea y la importancia de incluir al usuario en los procesos creativos. No obstante, hacer un rastreo bibliográfico de este tipo de contenidos sería una labor sin fin ya que cada día surgen nuevas teorías, se replantean otras y se innova más en este campo donde aún falta mucho por descubrir y por elaborar. Esta razón nos motiva a comenzar a dar unos primeros pasos en la construcción del Manual, con el compromiso de continuar rastreando la bibliografía y la cibergrafía relacionada con el tema principal de la investigación para garantizar que ésta

¹⁶ Camus, Juan. Más grande = más importante = más leído. Publicado en el blog sobre usabilidad www.usando.info. Disponible en: http://www.usando.info/main_file.php/us_uw/8497/

¹⁷ Findability ("recuperabilidad", "encontrabilidad"...) es la posibilidad de que determinada información sea encontrada, localizada o recuperada. O lo que es lo mismo, la "accesibilidad" de un sitio o de un nodo web (no confundir con la Accesibilidad de los contenidos). En la "findability" intervienen el posicionamiento en motores e índices de búsqueda, la predisponibilidad de nuestro sitio a ser recuperado por motores de búsqueda (search engine optimization), la promoción que hayamos realizado (por correo electrónico, concursos, banners...), etc... Pero la "findability" también abarca los medios de que disponga nuestro sitio web para encontrar información dentro de este, es decir, buscadores locales, correcta arquitectura de la información, etc... Fuente: http://www.nosolousabilidad.com/articulos/introduccion_usabilidad.htm



siempre esté actualizada y sea pertinente como medio de consulta para todos aquellos profesionales cuyas labores incluyen la creación de mensajes para medios digitales, la administración de sitios web, su posicionamiento, su sostenimiento y su gestión.

Teorías preliminares que sustentan la formulación del marco teórico

El proceso de búsqueda y rastreo bibliográfico comenzó en un primer momento con la búsqueda de tesis y trabajos de grado que hablaran sobre temas relacionados con la comunicación digital y la producción de contenidos en línea, específicamente en el perímetro del Medellín y localidades aledañas (departamento de Antioquia-Colombia), resultados que se reportaron en el artículo llamado “*Comunicación Digital, nuevos medios, nuevos retos*” publicado en la Revista Virtual Universidad Católica del Norte, edición 22 de 2007.¹⁸

En esta segunda etapa, el rango de búsqueda se amplió ya que en la ciudad de Medellín no se ha escrito mucho acerca de temas relacionados con la producción de contenidos propios de la comunicación digital, y a nivel internacional se encuentra mucha más información que pueda sustentar teóricamente la construcción del Manual de edición y redacción para ambientes digitales.

Dentro de este rastreo bibliográfico y cibergráfico presentamos a continuación las evidencias que sustentan la labor que se realizó.

En este orden de ideas, identificamos que los principales textos que se relacionan con el objeto de estudio del proyecto y que consideramos que permiten sustentarlo para comenzar a aproximarnos a su formulación preliminar, son:

1. Hipermedia y comunicación¹⁹
2. Introducción al diseño digital²⁰
3. La arquitectura de la información (Information Architects)²¹

¹⁸ Tejada Ramírez, Julián. Comunicación Digital: Nuevos medios, nuevos retos. Revista Virtual Universidad Católica del Norte. Edición 22. Medellín, 2007. Disponible en: <http://www.ucn.edu.co/portal/uzine/volumen22/html/articulo2.html>

¹⁹ ZAPATA, Jorge Fernando Hipermedia y comunicación. Un análisis a la luz del pensamiento rizomático. En: Revista Virtual Universidad Católica del Norte [On line]. No 14 (Feb.-May.) 2005. Disponible en internet: <http://www.ucn.edu.co/portal/uzine/revista/hipermed.htm>

²⁰ Orihuela, José Luis y Santos, María Luisa. Introducción al Diseño Digital. Concepción y Desarrollo de Proyectos de Comunicación Interactiva. Anaya Multimedia, Madrid, 2000. 256 pp. - ISBN: 84-415-0970-0

²¹ Richard Saul Wurman. Arquitecto por formación, ha participado desde los inicios de su carrera en actividades relacionadas con la arquitectura, el diseño y con su motivación principal, hacer la información comprensible. Autor de numerosos libros y origen de la denominación 'Arquitecto de Información' para su profesión / pasión. Destacan entre sus títulos más relevantes *Information Anxiety* e *Information Architects*.

4. La Web semántica²²
5. Manual de redacción ciberperiodística²³
6. NSU – No sólo usabilidad journal²⁴
7. Nueva redacción periodística para medios on-line²⁵
8. Planeta web 2.0 - Inteligencia colectiva o fast food²⁶
9. Teoría del hipertexto²⁷
10. Tesis doctoral - Hipertexto: el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen²⁸
11. Trabajo de grado: propuesta pedagógica para la formación de periodistas digitales en pregrado.

Su último libro es [Understanding USA](#), de acceso libre en la red. Ha participado también en las conocidas guías de viajes Access, por los que ha recibido el premio Kevin Lynch, del MIT, entre otros muchos. Actualmente es uno de los gurús de la Arquitectura de Información. Fuente: <http://wurman.com/rsw/index.html>

²² Castells, Pablo. Escuela Politécnica Superior Universidad Autónoma de Madrid. Disponible en <http://www.ii.uam.es/~castells>

²³ Díaz Noci, Javier y Salaverría Aliaga, Ramón. Manual de redacción ciberperiodística. Ariel. 2003.

²⁴ "No Solo Usabilidad" es una revista electrónica (ISSN 1886-8592) Open Access y de carácter multidisciplinar, que pretende servir de herramienta para la difusión, divulgación e intercambio de conocimiento entre desarrolladores e investigadores Web.

Cualquier estudiante, profesional, docente o investigador puede enviar sus trabajos para que sean publicados en la revista. Disponible en: <http://www.nosolousabilidad.com/acercade.htm>

²⁵ Martín Herrera, Inma. Nueva redacción periodística para medios on-line. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui. Edición 99 publicada en septiembre de 2007. Disponible online en: <http://chasqui.comunica.org/content/view/583/1/>

²⁶ Cobo Romaní, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo. 2007. Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic.

Flacso México. Barcelona / México DF. E-book de acceso gratuito. Versión 0.1 / Septiembre de 2007 ISBN 978-84-934995-8-7 Disponible en: <http://www.planetaweb2.net>

²⁷ Landow, George P. (Compilador) Teoría del Hipertexto. Paidós Ibérica.

²⁸ Lamarca Lapuente, María. Hipertexto, el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: <http://www.hipertexto.info> Fecha de Actualización: 02/08/2007

Propuesta de temas y subtemas para constituir el *Manual de redacción y edición para ambientes digitales*

A partir de la lectura de los textos e hipertextos hallados en el presente proceso de investigación, proponemos la siguiente estructura de temas y subtemas para la construcción preliminar de la tabla de contenidos del manual.

Tabla preliminar de contenidos del *Manual de redacción y edición para ambientes digitales* – formato hipermédia

Capítulo 1

Fundamentación teórica y conceptual acerca de la redacción ciberperiodística y la comunicación digital.

- Teorías que sustentan el *Manual de redacción y edición para ambientes digitales*.
- Convergencia de medios tradicionales hacia la red.
- Gestión del Conocimiento en red.

Capítulo 2

La lectura electrónica: ¿cómo leen los usuarios los medios digitales en la web?

- La lectura multimedia.
- La lectura hipertextual o interactiva.
- La lectura electrónica como búsqueda de información.

Capítulo 3

Escritura electrónica - Redacción Ciberperiodística

- ¿Para quién se escribe en la red? Estudiando el perfil de los lectores y usuarios de medios digitales.
- Géneros digitales.
- Incidencia de las plataformas de publicación de contenidos en línea en la redacción ciberperiodística.
- Estrategias para la elaboración de boletines electrónicos de prensa.
- El proceso de la corrección de contenidos desde un enfoque editorial para la web.

Capítulo 4

Arquitectura de la Información

- Hipertexto y comunicación.
- Mapas conceptuales y estructuras hipertextuales aplicadas al diseño de medios de comunicación digital.
- Diseño de medios digitales.

Capítulo 5

Diseño y Usabilidad centrada en el usuario

- ¿Cómo influyen los desarrollos tecnológicos y las distintas plataformas que soportan las publicaciones electrónicas en el proceso de redacción y edición en ambientes digitales?
- ¿Cómo realizar un diseño inclusivo en los medios digitales?
- Recomendaciones técnicas para la estructuración de medios digitales aplicando las teorías de la usabilidad.
- Plataformas para la publicación de contenidos en línea: Los blogs, wikis, portales de contenidos administrables, hipermedias, medios de comunicación online, comunidades virtuales y redes sociales.

Capítulo 6

Derechos de autor en internet: ¿de quién son las ideas en la red?

Glosario de términos

Conclusiones

Bibliografía

Agradecimientos

Recomendaciones preliminares a partir de los hallazgos

Con base en los resultados obtenidos en esta segunda etapa de la investigación, se propone la ejecución de las siguientes acciones:

1. Complementar el proceso de investigación para la consolidación del *Manual de edición y redacción para ambientes digitales*, mediante la creación de un blog de investigación en internet donde se generarán debates relacionados con el objeto de estudio del proyecto, además se utilizará para publicar los avances en el proceso de investigación; con esto también se pretende crear una comunidad virtual académica que fortalezca la discusión, el debate académico y la construcción colectiva de un discurso propio. La propuesta completa para la sustentación del espacio virtual para el grupo de investigación se anexa al final de este artículo. (Anexo 1 - Propuesta para el diseño y publicación del *Manual de redacción y edición para ambientes digitales* en formato hipermedia).
2. Avanzar en el proceso de consolidación del manual mediante metas concretas en cada fase de investigación ya que la información abunda en la red y el proceso podría verse estancado si no se avanza de forma paralela con el rastreo de fuentes y la construcción preliminar del manual.
3. Realizar entrevistas, pruebas de usabilidad, percepción visual, psicología cognitiva y optometría para determinar mediante procesos muy técnicos de medición, cómo escriben leen o visualizan los usuarios en sus diferentes roles los contenidos propios de los medios digitales.

Conclusiones

1. En esta segunda fase de la investigación se pueden evidenciar los avances de manera más clara ya que el rango de búsqueda se amplió y como consecuencia los hallazgos fueron mucho más sólidos y aportantes para el objeto de estudio del proyecto.
2. La información relacionada con la comunicación digital abunda en la red pero caduca con relativa rapidez dado que día a día surgen nuevas teorías, otras se replantean, algunas pocas se desechan y nacen nuevas propuestas a partir de las tendencias que los usuarios de la red van marcando con sus hábitos de lectura, búsqueda de información y consumo de contenidos hipertextuales o hipermediales en línea.
3. La alfabetización digital es primordial porque los conceptos en el diseño digital y la forma de comprender la comunicación en la red se encuentran en permanente cambio. En los últimos años hemos pasado de una red de información a una red dinámica e inteligente orientada principalmente al usuario²⁹
4. La realización del proyecto con apoyo en la red permite la permanente actualización de los contenidos como apoyo al desarrollo de las asignaturas del programa de Comunicación Social de la Católica del Norte.

²⁹ Hassan Montero, Y & Martín Fernández, F. No Solo Usabilidad journal, nº 1. 1 de Diciembre de 2002. ISSN 1886-8592. Extraído el 10 de septiembre de 2007 de <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/hipermedia.htm>

– Anexo 1 –

Propuesta para el diseño y publicación del *Manual de redacción y edición para ambientes digitales* en formato hipermedia

Propósitos del manual en la red

1. Diseñar un espacio hipermedia que permitirá la gestión de conocimiento sobre la comunicación digital.
2. Desarrollar las líneas de investigación más importantes relacionadas con lo que actualmente se está trabajando en el campo de la comunicación digital de acuerdo al proyecto *Manual de redacción y edición para ambientes digitales*.
3. Decantar y actualizar de manera permanente y a partir de la dinámica que genere el hipermédi o los temas más importantes relacionados con:
 - a. Diseño digital (arquitectura de la información y usabilidad).
 - b. Periodismo y ciberredacción para ambientes digitales.
 - c. Convergencia de medios en la red.
 - d. Alfabetización digital y comunidades en red.
 - e. Los desarrollos de la web 2.0: wikis, blogs, redes sociales, portales de contenidos administrables, listas de correo, comunidades virtuales, comunidades científicas y académicas en línea, etc.
4. Consolidar este espacio como una comunidad de aprendizaje que permitirá la formación de grupos de interés en las diferentes temáticas. Estos grupos estarán coordinados por los proponentes de la hipermedia, estudiantes con trabajos de grado relacionados con el tema, la comunidad académica de la Fundación Universitaria Católica del Norte y el público externo.

Justificación de la propuesta para publicar el manual en formato hipermedia con soporte online

Los últimos desarrollos tecnológicos en medios de comunicación digital nos plantean la necesidad de una permanente alfabetización y una gestión del conocimiento en red.

La alfabetización digital permanente es primordial porque los conceptos en el diseño digital y la forma de comprender la comunicación en la red se encuentran



en permanente cambio. En los últimos años hemos pasado de una red de información a una red dinámica e inteligente orientada principalmente al usuario³⁰

Los medios de comunicación digital nos presentan en el momento actual varias tendencias importantes para considerar:

1. Las redes son espacios de convergencia de medios: internet se ha venido transformado de un flujo de información textual a un flujo de información hipermedia: video, audio, textos convergen en los hipertextos transformándolos en hipermedia. De esta manera los conceptos de diseño están evolucionando. Es así como las ediciones de los periódicos *on line* están integrando el video y el audio como nuevas formas integrales de comunicar la información. Varios periódicos del mundo como LeFigaro.fr deciden integrar el video a los contenidos informativos de prensa.
2. Se ha demostrado que la diversidad de lenguajes en el diseño Web es mucho más generadora de participación y comunicación interactiva. De esta forma encontramos que la alfabetización digital es una alfabetización multimedia. El usuario de las redes aprende a navegar en el hipermedia y también a participar en la producción de contenidos en diferentes formatos: video, audio, textos.
3. La producción de información y su gestión colectiva en las redes digitales es una condición necesaria actualmente para la generación de nuevo conocimiento desde la perspectiva de entregar al usuario la posibilidad de ser activo, generador de contenidos. Un usuario que se integra a la gestión de la información y produce nuevo conocimiento. La expectativa del usuario no es sólo la de consultar información sino de producir contenidos en línea integrándose a comunidades virtuales.

Desde el punto de vista de la utilización del medio como recurso para el aprendizaje encontramos los siguientes elementos:

1. La realización del proyecto con apoyo en la red permite la permanente actualización de los contenidos como apoyo al desarrollo de las asignaturas del programa de Comunicación Social³¹.
2. Se desarrolla una comunidad de usuarios de información y de aprendizaje en red y que recibirá retroalimentación permanente del entorno.

³⁰ Hassan Montero, Y & Martín Fernández, F. No Solo Usabilidad journal, nº 1. 1 de Diciembre de 2002. ISSN 1886-8592. Extraído el 10 de septiembre de 2007 de <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/hipermedia.htm>

³¹ Sánchez Upegui, Alexánder. Manual de redacción y edición para ambientes digitales. FUCN. Medellín. 2007.

3. Se desarrolla el concepto de gestión del conocimiento vinculado al proceso de formación que permita una reflexión e investigación permanente sobre la orientación teórica y práctica de la comunicación digital.
4. Se desarrolla un recurso de apoyo a los aprendizajes que permite al usuario-estudiante un papel activo y lo introduce en una experiencia de visualizar la Web como espacio de creación de conocimiento.

Audiencias o perfiles de usuarios

Los usuarios a quienes va dirigido este espacio virtual son:

- Profesionales interesados en informarse e investigar acerca de todo lo relacionado con la publicación de contenidos hipermedia en los medios de comunicación digital.
- Estudiantes interesados en encontrar temas de desarrollo para sus trabajos de grado. También son usuarios activos que pueden aportar contenidos al desarrollo del medio.
- Docentes del campo de la comunicación y el periodismo interesados en informarse y actualizarse sobre los desarrollos en la publicación de contenidos hipermedia.
- Docentes de otras áreas interesados en conocer y aprender el manejo de la información en medios digitales en la red.
- Profesionales de otros campos afines a la comunicación y al desarrollo de medios electrónicos como son: webmasters, diseño gráfico, telecomunicaciones, desarrollador informático, diseñador educativo etc., investigador de la web, investigador del campo de la comunicación.

Desarrollo para la puesta en marcha del manual en formato hipermedia

El desarrollo del manual en formato hipermedia se realizará tomando en cuenta las distintas teorías que apoyan el diseño hipermedia centrado en el usuario³² para garantizar la aplicación de los conceptos derivados de este proceso de investigación.

La metodología para su desarrollo se basará en el diseño instruccional y retomará las siguientes fases así:

- ✓ Estructura general: elementos de tipo informativo, comunicativo o formativo.

Informativo: se desarrolla una estructura de sitio web que permite los siguientes elementos informativos:

Un **glosario** de conceptos relacionados con el diseño digital, un conjunto de **mapas conceptuales** relacionados con los temas generadores señalados, entrevistas, noticias, y grupos de discusión.

Comunicativo o formativo: desarrollo de espacios de comunicación y formación, ejes temáticos y otros recursos de la web 2.0

Formativo: diseño de **objetos de aprendizaje** y **tutoriales** sobre diseño digital, hipertexto e hipermedia.

- ✓ **Equipo de trabajo:**

- **Coordinación producción y desarrollo contenidos:** Alexánder Sánchez, Julián Tejada, Flor Aurora Sabogal.
- **Diseñador gráfico:** Julián Andrés Tejada

³² [Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información](#), por Yusef Hassan, Francisco J. Martín y Ghzala Iazza.

Marco conceptual que permite sustentar la propuesta de publicación del manual en formato hipermedia con soporte *on line*

La sociedad de la información y el conocimiento sólo es posible comprenderla desde el medio que la hace posible: la red de redes digitales. Este nuevo imaginario de sociedad nace desde luego de la presencia a escala mundial de internet, y supone además la conectividad de todos los ciudadanos del mundo a la red digital. La era de los ciudadanos conectados a internet y conectados así a un permanente proceso de flujo de información (telecomunicaciones) y a una nueva forma de vivir el mundo y la sociedad.

Este nuevo marco o entorno digital reclama una nueva perspectiva en la formación del comunicador social que le permita ir realizando rápidamente el paso de la comunicación analógica a la digital y conceptualizar todas las implicaciones sociales y culturales que nos plantean los entornos digitales. Igualmente desarrollar nuevas competencias para el diseño de la comunicación digital y una nueva forma de manejo y gestión de la información en los contextos profesionales.

Desde el campo de la comunicación social podemos observar una sociedad a mitad del camino entre lo analógico y lo digital. Este proceso necesita de una reflexión permanente desde la práctica profesional y social. Se trata de comprender que la sociedad da más valor e importancia a la comunicación e información digital de acuerdo a nuevos valores de comunicación y manejo de la información.

1. La transición de una sociedad analógica a una sociedad digital

Poco a poco cada uno de nosotros, sencillos y humanos ciudadanos de carne y hueso (todavía no virtuales) que poblamos el territorio latinoamericano estamos apropiando desde cada rincón geográfico de nuestros países el uso de internet como medio de información y comunicación. A pesar de nuestros esfuerzos por alcanzar el mundo digital que se mueve en internet podemos decir que somos sociedades en transición porque aún somos sociedades analógicas, es decir aún estamos resolviendo el manejo de la información, la circulación de la misma y la memoria de nuestra cultura en soportes analógicos.

Aunque estamos entrando al mundo digital rápidamente y tratando de asimilar esa nueva sociedad que se perfila como la sociedad de la información y el

conocimiento, no tenemos aún la certeza de lograrlo. La nueva sociedad no se puede construir sin internet y sin la garantía de la conectividad digital a la misma.

Y es que la red de redes no tendría su gran alcance y poder de acceso si sus procesos fueran analógicos. El poder de internet se basa precisamente en su capacidad digital que le permite el manejo de flujos de información en cantidad y calidad antes impensables para cualquier medio de comunicación analógico.

Hemos realizado un salto a la forma como desde ahora comprenderemos no sólo el uso de la información, sino cómo se produce, se procesa, se distribuye, circula y permanece accesible la información para el ciudadano mundial.

Sin embargo no podemos desconocer nuestra situación como ciudadanos miembros de países que no están a la vanguardia del desarrollo tecnológico digital y mucho menos del acceso universal a la conectividad de internet. Somos países latinoamericanos que estamos luchando por alcanzar unos niveles de conectividad y aún no estamos totalmente conectados. Canclini lo expresa muy claramente “es riesgosa la generalización del concepto de sociedad del conocimiento a la totalidad del planeta, incluyendo centenares de etnias y naciones.³³ De esta manera logra señalar que aunque los latinoamericanos no estamos en un nivel de conectividad tan bajo como países del África, tampoco podemos desconocer que nuestros niveles de conectividad no alcanzan “el desarrollo de Europa y Estados Unidos que juntos concentran el 67 % de los usuarios de Internet”³⁴

¿Qué representan estas estadísticas? Somos una sociedad que no produce la tecnología digital y que tampoco la consume totalmente. Estamos a mitad del camino entre lo analógico y lo digital. Nuestro acceso a internet no tiene el ritmo acelerado de los países desarrollados. Estudios recientes demuestran que la presencia de internet se concentra en algunos países como Brasil, Chile, México y Argentina representando estos países al 85% de todos los usuarios de internet latinoamericanos³⁵, mientras que en Colombia aún tenemos un acceso a Internet que sólo representa el 42%.

³³ Canclini García Néstor (2004). Diferentes desiguales y desconectados.

³⁴ Idem.

³⁵ Tomado de: <http://www.api.cl/editorial/julio/estudio.html>

2. El valor de lo analógico y lo digital en una sociedad en transición

Por millones de años la humanidad construye una forma de comunicación y de manejo de la información que se define como analógico, es decir que se crea a partir de recursos y soportes que mantienen una continuidad de representación con el mundo real, que tratan de imitarlo, de re-presentarlo dándonos la sensación de que es igual o cercano a lo real: la fotografía, la imprenta, la radio, la televisión y el cine se construyen sobre la idea de parecerse a la realidad.

Lo digital parece romper con la idea de re-presentar el mundo de manera semejante a lo real y lo que hace es transformar esta re-presentación en un código binario que tiene como objetivo romper con la continuidad de semejanza con la realidad. De esta manera lo digital pasa a ser una forma de representar lo real como un dato donde lo que interesa es la capacidad que tendrá el código para contener la información, para permitir manipular el dato y ponerlo en circulación en las redes digitales.

El reto ahora es llevar mucho de lo que hemos creado en los soportes y medios analógicos como el libro, la fotografía, la radio, el video al medio digital en los entornos de internet, las telecomunicaciones, el satélite, etc. En este sentido también se trata de comprender que la sociedad va dándole un valor e importancia a la comunicación e información digital. Por ejemplo: Luis Codina³⁶ establece una caracterización de la información digital y la analógica que nos permite observar los elementos conceptuales y de valoración que se introducen en la comunicación digital de manera comparada con la información analógica:

CARACTERÍSTICAS DE LA INFORMACIÓN DIGITAL	CARACTERÍSTICAS DE LA INFORMACIÓN ANALÓGICA
Reusabilidad.	Accesibilidad.
La información puede ser actualizada, modificada, copiada, editada y, especialmente, reutilizada.	Más allá del soporte físico (ej. libro) no se requiere de ningún dispositivo para la lectura de documentos.

³⁶ Codina Bonilla, LI. (2001). *Las propiedades de la información digital*. Revista: "El profesional de la información", Nº 12; Vol.10.

Interactividad.	Actualización.
Se puede establecer un cierto tipo de “comunicación” entre el usuario y los diferentes sistemas informáticos.	La actualización de la información plantea serias dificultades.
Recuperabilidad.	Densidad.
Independientemente del volumen de información para consultar su búsqueda es fácil y rápida.	La densidad de información es proporcional al espacio físico existente. El espacio del soporte digital es inmensamente menor al soporte de papel (páginas versus bytes).
Virtualidad.	Buscabilidad / Interactividad.
La información se difunde a gran escala con el mínimo coste económico. La virtualidad permite una utilización “multiusuario” de la información. Se abaratan los costos de publicación y distribución al poder almacenar grandes cantidades de información en soportes con un mínimo espacio físico.	La información analógica requiere una lectura secuencial (desde el principio hasta el final) para no perder el significado del contenido del documento.
	Durabilidad (Tiempo de vida del soporte). El papel ha demostrado ser un soporte perdurable a lo largo del tiempo (archivos, bibliotecas). Autenticidad (del soporte). El soporte analógico presenta un elevado grado de autenticidad: no puede ser manipulado sin que se note. Ergonomía. Elevada calidad estética respecto al uso y funcionalidad del soporte.

La caracterización presentada nos demuestra que la información y comunicación digital introduce nuevo conceptos y valores que no están presentes en lo analógico.

Así podemos observar que la autenticidad sigue siendo un valor propio de la información analógica al igual que la elevada calidad estética respecto al uso y funcionalidad del soporte. La autenticidad nos remite por ejemplo a la discusión sobre cómo una sociedad decide un valor sobre lo auténtico. En este sentido una sociedad analógica definirá que el acta de fundación de un país es más auténtica en soporte analógico que en digital, que puede suponerse como una copia o reproducción del original. En una sociedad donde lo digital gane mayor valor seguramente desaparece el concepto de lo original y la capacidad de la copia ganará el valor auténtico. Frente a lo anterior la sociedad digital valorará mucho más el sentido de reusabilidad de la información y de la interactividad que el usuario logre desarrollar con el dato o la información digital.

La anterior nos permite decir que hacemos parte de una sociedad en transición y que lo analógico no va a desaparecer totalmente, sino que viene a ocupar un lugar diferente. Lo digital tendrá un lugar muy asociado al transporte y circulación de la información y la comunicación en las redes digitales.

3. Creación, circulación y distribución de la información digital

La sociedad digital comienza a crear información y ponerla en circulación en las redes como internet y su integración con las telecomunicaciones. La información comienza a manejarse en otros soportes y a tener un tratamiento diferente para su transporte y circulación. Lo analógico se transforma en digital: transformar a ceros y unos dentro de una computadora la información analógica. Todo este proceso conocido como digitalización permite que documentos de texto, imágenes, videos, animaciones, sonidos, se transformen al formato digital y entren de esta forma al flujo informativo de las redes.

La digitalización supone manejo de tecnologías en cada uno de los soportes y medios.

Así tenemos:



- La digitalización de textos³⁷
- La digitalización de imágenes³⁸
- La digitalización de audio³⁹
- La digitalización de video⁴⁰

4. La comunicación en un entorno digital y en red: nuevos emisores

La sociedad de los flujos de la información digital en las redes digitales supone para el ciudadano actual aprender a desarrollar las competencias comunicativas en estos nuevos entornos.

Esto quiere decir que será un ciudadano con capacidad de emitir y recibir la información procesada digitalmente. Se crea así toda una serie de necesidades por resolver desde el punto de vista de la comunicación social individual, colectiva y finalmente mediática. Desde luego que la idea es que la sociedad digital sea incluyente y no excluyente de las mayorías no alfabetizadas en este entorno.

Entonces el reto que se nos plantea también es de garantizar socialmente una alfabetización digital que permita incluir cada vez más a todos los grupos humanos en el proceso de construir una sociedad conectada a las redes digitales.

¿Quiénes son los responsables de la alfabetización digital? ⁴¹

Debe ser la sociedad representada en sus organizaciones: la escuela, la empresa, el gobierno, el estado etc. Una de las carencias que se tiene precisamente en este sentido es comprender el impacto que representa una sociedad alfabetizada digitalmente frente a otra sociedad que no lo esté y las consecuencias que esto trae consigo para cada caso.

No se trata desde luego de tener unos conocimientos de informática básica como muchas veces se comprende la alfabetización digital, sino algo mucho más complejo: aprender a leer el mundo digital y a interactuar en otras coordenadas espacio-temporales, con otros lenguajes y sentidos diferentes al que hemos tenido con la comunicación analógica. Es una alfabetización que deberá ir orientada a comprender el potencial de comunicación y de conocimiento que nos ofrecen los

³⁷ Tomado de: http://www.bibliodgsca.unam.mx/tesis/tes7cllg/sec_17.htm

³⁸ Tomado de: http://www.bibliodgsca.unam.mx/tesis/tes7cllg/sec_18.htm

³⁹ Tomado de: http://www.bibliodgsca.unam.mx/tesis/tes7cllg/sec_18.htm

⁴⁰ Tomado de: http://www.bibliodgsca.unam.mx/tesis/tes7cllg/sec_20.htm

⁴¹ [ECDL España](#)

nuevos entornos digitales desde una perspectiva de ser emisores de información y no simples receptores como hasta el momento hemos sido.

5. La www como medio de comunicación: un enfoque para el conocimiento

Internet surge y se va consolidando mundialmente como un medio de comunicación y no sólo como un canal de información. Es importante establecer la diferencia porque el énfasis por descubrir y conocer todas las potencialidades que nos dan los medios digitales no serán desde luego limitarlas a “cantidad de información y la capacidad del canal de comunicación para su difusión y recuperación”, sino comprender y dimensionar como puede el ciudadano apropiar de manera correcta el uso de este entorno y convertirse en un potencial creador de contenidos en diferentes comunidades virtuales.

Entonces el énfasis deberá estar en lograr una verdadera alfabetización digital que permita una visión real del medio y su uso. Esta alfabetización está definida en diferentes términos. Algunos autores la refieren a un conjunto de competencias que el ciudadano deberá desarrollar para poder interactuar con este nuevo mundo de entornos digitales.⁴²

Pero desde el punto de vista de comprender que el ciudadano será un potencial emisor en este nuevo medio de comunicación, necesitamos comprender la alfabetización también como la capacidad para que el ciudadano pueda diseñar y publicar contenidos adecuados que enriquezcan los procesos comunicativos que se desarrollan en la misma. En este sentido también es comprender que las redes digitales no son el escenario sólo de especialistas de la información sino de ciudadanos del mundo con diferentes perfiles sociales que interactuarán en las redes digitales desde diferentes contextos e intereses sociales, culturales, económicos, de entretenimiento, de información, artísticos, empresariales, políticos etc.

⁴² <http://dewey.uab.es/pmarques/competen.htm>

6. Alfabetización y competencias en el diseño digital

Desde el surgimiento de la era digital se están construyendo diferentes roles para todos los que interactúan en estos entornos. La red poco a poco genera un proceso de alfabetización digital que permite no sólo comprender que los conocimientos digitales se constituyen en una base para la comunicación social del ciudadano, sino que también los especialistas de la información y de la comunicación estarán actuando de manera paralela al ciudadano digital.

En este sentido la labor del especialista del diseño digital por ser una labor orientada al colectivo, se convierte en una labor de alfabetización en su entorno, en este caso en la red. El especialista transmite su conocimiento no sólo a través de su trabajo en el diseño sino igualmente desde su propia propuesta de diseño ya que una de las características de lo digital es la transparencia porque cualquier ciudadano puede aprender los procesos digitales si tiene una correcta alfabetización y puede aprender (de hecho lo hace rápidamente) a descodificar y codificar todos los elementos que le permitan navegar y publicar contenidos en la red.

7. La evolución de Internet y el manejo de la información en red

Internet está evolucionando hacia un concepto que va de la información a la comunicación. Todos los desarrollos de internet están orientándose a la construcción de un ciudadano activo en las redes digitales. Internet se concibe ahora como un espacio para que cualquier ciudadano pueda producir contenidos: wikis, blogs, videos, catálogos de fotos, podcasts, redes sociales y demás medios propios de la era Web 2.0

La alfabetización digital en este sentido comprende aprender a desarrollar una visión del papel que juegan estos recursos en la comunicación social. La transformación del periodismo es una realidad. El periodismo analógico se mueve hacia la red tratando de captar nuevos públicos (generaciones más digitales) y un nuevo concepto del uso de la información que es más multimedia: video, audio, texto. Igualmente es un periodismo mucho más participativo, que dialoga con sus audiencias. De alguna manera el periodismo estará también redefiniendo su sentido social y servicios.

La evolución del manejo de la información no sólo está proponiendo un nuevo papel del comunicador sino igualmente un nuevo rol del ciudadano frente a la información. La aparición de la web 2.0 sólo es indicativo de una evolución más



profunda que tendrá la red posteriormente y que nos plantea estar preparados para esta nueva era.

Por otro lado la evolución también tiene que ver con plantearse una internet semántica mucho más organizada y sistemática que permite que todo aquél que la use previamente establezca criterios de clasificación y organización de la información que sube a la red. El uso de la red pasa entonces por conocer las posibilidades de etiquetado de la información y de reconocer las formas de organización de la información de manera previa.

Bibliografía

- Baena Zapata, Carolina L., Zuleta Uribe, Lina M. AM-FUNLAM Vélez, Alejandro. Cibercultura: procesos comunicacionales. Medellín: Autoras, 2005. --77 p. : a color + 1 CD
- Bianchini, Adelaide. (2000, Junio). Conceptos y definiciones de hipertexto. Consultado en junio 25 de 2007 en: <http://www.ldc.usb.ve/~abianc/hipertexto.html>
- Cobo Romaní, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo. 2007. Planeta web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF. E-book de acceso gratuito. Versión 0.1 / septiembre de 2007. ISBN 978-84-934995-8-7 Disponible en la Web oficial: www.planetaweb2.net
- Hassan Montero, Y & Martín Fernández, F. No solo usabilidad journal, nº 1. 1 de Diciembre de 2002. ISSN 1886-8592. Extraído el 10 de septiembre de 2007 de <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/hipermedia.htm>
- Martín Fernández, Francisco y Hassan Montero, Yusef. ¿Qué es la Arquitectura de la Información? Publicado en No Solo Usabilidad journal, nº 2. 16 de Febrero de 2003. ISSN 1886-8592. Extractado de <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/ai.htm>
- NEGROPONTE, Nicholas. Ser digital (Being Digital). Argentina: Atlántida, 1995, 247 p.
- Salaverría, Ramón. Redacción periodística en Internet. Pamplona, Eunsa, 2005, 180 pp.
- Tettay de Fex, Juan Pablo. Propuesta pedagógica para la formación de periodistas digitales en pregrado. Trabajo de Grado para optar al título de periodista. Facultad de Comunicaciones. Universidad de Antioquia. Medellín (Colombia). 2006.
- Villa, Luis. Blog Personal. Historia del hipertexto. Consultado en junio 25 de 2007 en:
http://www.grancomo.com/e/historia_del_hipertexto_xanadu.php/
http://www.grancomo.com/e/historia_del_hipertexto_memex.php



CATÓLICA DEL NORTE
Fundación Universitaria
Pioneros en educación virtual

- WIKIPEDIA, la enciclopedia libre. Disponible en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Analfabetismo_digital /
<http://es.wikipedia.org/wiki/Hiperenlace>
- ZAPATA, Jorge Fernando Hipermedia y comunicación. Un análisis a la luz del pensamiento rizomático. En: Revista Virtual Universidad Católica del Norte [On line]. No 14 (Feb.-May.) 2005. Disponible en internet:
<http://www.ucn.edu.co/portal/uzine/revista/hipermed.htm>