

120. Marly Alejandra Osuna Cordero

El diseño de interfaces empleado en diarios (2014)

Introducción

Los medios de comunicación masivos como la prensa escrita, la radio y la televisión, han jugado un rol protagónico en la introducción en la sociedad de temas para la generación del debate colectivo entre ciudadanos y gobiernos.

Asimismo, las nuevas tecnologías han generado un cambio en el modo de ejercer el periodismo¹. Con el surgimiento de los diarios electrónicos a partir de 19952, el soporte digital ha venido ganando espacio y generando cambios, por ejemplo: el desarrollo de una noticia se hace simultáneamente con el desarrollo del hecho. Es posible tener una respuesta inmediata de los lectores, quienes han dejado de ser un

grupo de individuos que sólo recibe información, a ser más participativos e incluso colaborativos, al poder suministrar datos que enriquecen la información o visualizar problemáticas. Es el caso de IReport, una iniciativa de la cadena de noticias CNN que invita al ciudadano común a contar su historia a través de videos, fotos, textos que son cargados en la página web y leídos por usuarios de todo el mundo, convirtiéndose en una especie de reportero comunitario. Surge entonces un nuevo espacio para el debate donde el ciudadano pareciera tener la palabra y es quien propone los temas de importancia para el desarrollo de agendas, tanto de los medios como del gobierno. Por ello, no es fortuito que se usen con mayor frecuencia las vías electrónicas para el desarrollo de campañas electorales, tal como hizo Barack Obama en su carrera por la silla presidencial en el 2008, quien usó las vías electrónicas para llegar a los ciudadanos, a través redes sociales como Facebook, Twitter, con la creación de un Channel en Youtube y la generación de contenidos en blogs y microblogs.

En el caso de Venezuela, las redes sociales comenzaron a usarse por parte del gobierno en abril de 2010, con la incursión del presidente Hugo Chávez en Twitter, quien tras su primer tweet, usaría este medio para interactuar con sus seguidores, sus ministros y diputados, notificar sobre acuerdos suscritos con otros países, anunciar decretos, realizar convocatorias relacionadas con el Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) y hacer campaña electoral para las elecciones parlamentarias del 2010 y la presidenciales de 2012. Por otra parte, se

Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N° 65



ISSN: 1668-0227

Maestría en Diseño
de la Universidad de
Palermo [Catálogo de
Tesis. 5ª Edición.
Ciclo 2014-2015]

Año XVIII, Diciembre 2017, Buenos
Aires, Argentina | 236 páginas

[descargar PDF](#)

[ver índice de la publicación](#)

[Ver todos los libros de la publicación](#)

[compartir en Facebook](#)



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](#)

puede decir que el formato digital ha causado interés por la versatilidad para mostrar los contenidos, al tiempo que propone una nueva forma de acceder y consumir la información donde el usuario puede hacer su propio recorrido informativo (tomando en cuenta que parte de los principios de la web 2.0³ es la libertad de recorrido a través del uso de hipervínculos⁴). Sin embargo, no se puede olvidar que los medios digitales requieren del uso del diseño gráfico para organizar el contenido, el cual sigue siendo facultativo de cada medio al ser pensada en función de la línea editorial.

Surge entonces la siguiente interrogante: ¿Pueden las interfaces gráficas⁵ potenciar los intereses y/o tendencia política de los medios digitales? debido a que estos, requieren de un diseño particular, que resalte la identidad gráfica del medio, lo haga navegable, y muestre de manera ordenada, coherente y agradable a la vista los diversos contenidos que son publicados en el diario. Y se plantea además, una relación entre diseño-política, que determina la selección de los contenidos y la función que cumplen los recursos gráficos aplicados en las interfaces de los diarios.

Además, y como dato particular, dentro del top de páginas más visitadas por los venezolanos, se ubican en las primeras posiciones los portales de noticias, entre los que destacan: Noticias24, ElUniversal.com, Lapatilla.com, NoticieroDigital.com, Globovisión.com, ElNacional.com y Meridiano.com⁶. Esto quiere decir que, los medios digitales se han convertido en un canal recurrente al cual acuden los ciudadanos en Venezuela para mantenerse informados, así como, representa una vía potencial para que los políticos puedan visibilizar sus planes y programas ante la sociedad.

Por ello, a través de este trabajo de investigación, se analizó cómo las interfaces gráficas de usuarios empleadas durante campañas electorales pueden potenciar los intereses políticos de los medios digitales de los diarios venezolanos, durante el periodo de campaña electoral de 2012. El cual fue, un proceso sin precedentes en el país, debido a diversos factores, por una parte fue la primera vez que se realizan unas elecciones primarias para elegir un candidato único, que en este caso, representó a los partidos de oposición, y por la otra, después de muchos tropiezos por parte de la oposición lograron consolidarse como un movimiento único y dejar a un lado los intereses partidistas, mientras que el chavismo perdía terreno.

Objetivo general

Como objetivo general se plantea investigar las características de las interfaces gráficas empleadas en diarios digitales, para determinar su relación en los diarios digitales venezolanos, durante la campaña electoral presidencial de 2012 en Venezuela.

Objetivos específicos

En cuanto a los objetivos específicos se propone explicar la dinámica de las interfaces gráficas de páginas web, su diseño y lectura; identificar la relación entre los elementos gráficos con el contenido en las interfaces de usuarios; definir la orientación política del medio a través de los contenidos publicados en las portadas de los diarios digitales; y describir las características de las interfaces gráficas de los diarios digitales empleadas en campañas electorales.

Hipótesis

Como hipótesis propone que las características gráficas presentes en las interfaces de los diarios digitales venezolanos, realzaron la tendencia de los medios durante la campaña electoral de 2012.

Estado de la Cuestión

A continuación se detallan una serie de estudios del campo del diseño y la comunicación, que han tratado de responder aspectos ligados a la función del diseño en los medios, sean impresos o digitales y a las posibilidades surgidas con las nuevas tecnologías en el desarrollo de campañas electorales.

Angélica Ruiz Hernández (2010) estudió la marca del candidato y el mensaje político en la comunicación visual. Analizó la participación del comunicador visual y el marketing político para seducir a los lectores y observó cómo se construye la imagen de los candidatos en el proceso de campaña para conquistar al electorado. Como resultado de su análisis “consigue identificar la influencia de la marca del candidato y el mensaje político en la comunicación visual como herramientas fundamentales en el desarrollo de las campañas políticas para que se consiga posicionar a los candidatos en la mente del electorado” (2010, p. 2). Ciertamente el candidato requiere de un buen manejo de imagen, y en especial de su constante aparición en la escena pública. Sin embargo, el estudio no toma en cuenta el papel de los medios, más allá de que existan vehículos propagandísticos distintos, pero, da una idea de cómo la comunicación visual a través del uso de técnicas de diseño logra la generación de sentido, en este caso particular referido a una idea política.

Por otra parte, y partiendo de la pregunta: ¿qué importancia alcanzan los discursos de los internautas en las campañas electorales? María Pinto Coelho y Anna Bevilaqua (2012), estudian las interacciones de los internautas (término que emplean para definir al usuario) en redes sociales, blogs y espacios virtuales durante la campaña electoral de 2010 en Brasil, centrando su estudio en “la promesa del surgimiento de nuevas dimensiones de participación democráticas en el ambiente digital” (Ibíd.). A través de su estudio plantearon que los avances tecnológicos lograron ampliar los espacios participativos y dieron visibilidad a nuevas voces dentro de la esfera pública permitiendo “que los discursos de los internautas alcancen importancia en las disputas electorales” (Coelho y Bevilaqua, 2012 p. 77).

Claramente las nuevas tecnologías han abierto la posibilidad de debate, más en temas electorales, sin embargo, cuántos de estos temas son realmente propuestos por los usuarios, o más bien, estas opiniones son producidas por grupos de intereses que buscan generar estos debates en las redes.

Así mismo, Gina Collazos (2011) en su investigación sobre diseño editorial como expresión política, social y cultural, hizo una reflexión sobre la manera en que la ideología política, social y cultural de un diario se ve reflejada en su diseño editorial. A través de la vinculación del término ideología con diseño, demostró que la misma no es al azar, sino más bien una estrategia usada por los diarios en el diseño editorial.

Concluyó que “el diseño editorial por sí sólo ya comunica a los lectores y los persuade sobre lo que es importante, marca una tendencia”, por lo que se considera a la ideología como un “aspecto latente” en el proceso de construcción de la noticia, la diagramación del diario hasta que finalmente llega a los lectores (2011, p. 109).

En cambio, lo que se comprobó a través de esta investigación es que, las características que determinan el diseño de interfaces gráficas de usuarios responden a una lógica propia de la web, de carácter funcional propia de los diarios digitales, más que a la tendencia política del medio.

Teniendo como enfoque principal el diseño en nuevos medios, Hugo Plazas (2012) indagó en la hibridación existente entre los diarios impresos y el formato digital de la web para el diseño de los diarios digitales, producto de la transformación producida en el lenguaje gráfico, el papel del diseñador en esa transformación y cómo se manifiesta en la interfaz gráfica del usuario (p. 7). Dicha hibridación, expresa Plaza, no se realiza en calma, dado el “conflicto de un modelo de comunicación basado en la tradición de la prensa escrita” (2012, p. 103).

Ciertamente y tal como expresa el autor, en las interfaces gráficas de usuarios empleadas en medios digitales, se evidencia una tensión producto de un modelo comunicacional basado en la prensa escrita. Sin embargo, se puede entender el uso de un diseño similar al de los diarios impresos en la diagramación de la interfaz de los diarios digitales, como parte de un recurso metafórico empleado por el diseñador. Esto se hace, para que los usuarios puedan contextualizar adecuadamente la información a la cual está accediendo. Puesto que, el hombre percibe el mundo a través de los sentidos, en especial a través de la visión, como explica Estanislao Bacharac (2013), “a medida que el cerebro recolecta información del mundo exterior se acostumbra a patrones de percepción análogos a los patrones dominantes de pensamiento que ya vimos (...) es decir, el cerebro va a comenzar a categorizar todas las nuevas imágenes mentales de acuerdo con lo que ha visto y experimentado antes” (pp. 183, 184).

Quizás, en un principio los medios digitales tenían la simple función de ser usados por los periódicos, canales de televisión y emisoras radiales para dar a conocer sus productos y/o contenidos, y no como un canal potencial de difusión. Sin embargo, la realidad es otra, los medios online se han convertido en los canales regulares a los cuales el ciudadano acude para saber qué está pasando en su ciudad, país o el resto del mundo. Cada día siguen ganándole terreno importante a los medios tradicionales, por la inmediatez que brindan y la forma en como presentan la noticia, por tanto resulta interesante comprender su entorno gráfico y los aportes que un diseño en particular puede brindarle a la identidad de un diario.

Orden y justificación

En el marco teórico se abordaron temas relacionados con el diseño de páginas web, se plantó una definición de medios digitales, conceptos y teorías sobre producción de sentido, comunicación política y una breve descripción de cómo fue el proceso electoral de 2012 desarrollado en Venezuela, puesto que, por primera vez en la historia del país se realizaron unas elecciones primarias para elegir al candidato que representaría al sector opositor. En el primero de ellos se realizó un esbozo del contexto sociopolítico-mediático de Venezuela, durante el período presidencial de Hugo Chávez (1999-2012), y como las políticas de estado impactaron en la dinámica social del venezolano.

En el capítulo 2, se hizo una definición de medio de comunicación digital tomando en cuenta la transformación que ha sufrido el ejercicio periodístico con la incorporación de las nuevas tecnologías, así como, la descripción las características que determinan y diferencian a estos medios de los tradicionales, especialmente de la prensa escrita.

El tercer capítulo, se estudiaron conceptos relacionados con el diseño de páginas web, a fin de entender la dinámica de las interfaces gráficas de usuarios, haciendo énfasis en aquellas empleadas en los medios de comunicación digital.

Finalmente en el capítulo cuatro, se desarrollaron conceptos vinculados con la política y comunicación, puesto que dicha investigación se contextualiza en la campaña electoral celebrada en Venezuela en el 2012, los mismos, son claves para comprender la dinámica de los medios en este tipo de acontecimientos, debido a que, los políticos requieren de los medios de comunicación para difundir sus propuestas de gobierno.

Línea temática

Se ha planteado que los avances tecnológicos aplicados a los procesos de producción periodísticas, en especial Internet, han generado cambios significativos en cuatro aspectos: 1) El acceso a la información, 2) la organización de la información, 3) el soporte es la pantalla y 4) en el día a día de los periodistas.

También se planteó, que si el empleo de cierto diseño aplicado a las interfaces de usuarios pueden potenciar los intereses políticos de los nuevos medios, quienes requieren de una dinámica de producción y de organización de la información distinta a lo que se venía aplicando en los diarios impresos.

Esto hace que la presente investigación se ubique, dentro de las líneas temáticas propuestas por la Universidad de Palermo (2011), en Nuevas tecnologías, categoría que contempla el estudio y análisis de criterios para la elaboración del diseño y la comunicación, teniendo presente que los avances tecnológicos afectan la vida cotidiana, determina nuevos procesos de circulación de la información, así como de las prácticas de producción y creación.

Notas

1. La crisis, lo urgente y lo extraordinario aparecieron en el escenario periodístico irrumpiendo en la última década de una manera novedosa, que acompañados por las tecnologías de la información y la comunicación reconfiguraron los procesos de producción de la noticia y modificaron las rutinas productivas tradicionales (El Jaber, 2010).
2. Albornoz, indica que los primeros pasos de los medios digitales se dieron en la década de 1990 con la incorporación del formato digital para la difusión de contenidos, Sin embargo, aclara que es entre 1993 y 1995, que se materializan “primitivos” sitios Web, en su mayoría en los Estados Unidos (2007).
3. Término acuñado por Tim O'Really para definir a los medios web dinámicos, interactivos para estimular la participación del usuario y que emplean nuevas tecnologías. (Tim O'Really, 2006).
4. Datos Almacenados en una red que pueden recuperarse desde cualquier ordenados (Austin y Doust, 2008).
5. Imágenes y conceptos usados para transmitir funciones y significados a la pantalla del ordenador. (Austin y Doust, 2008).
6. Para consultar el Top site de Venezuela ver: <http://www.alexia.com/topsites/countries/VE>

120. Marly Alejandra Osuna Cordero fue publicado de la página 54 a página58 en Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N° 65