

## Conclusión

Los clientes han comenzado a exigir a la usabilidad como un factor importante en el diseño de sitios Web. Es por eso que son ellos quienes demandan a los desarrolladores Web que tengan en mente a los usuarios en todas las etapas de diseño de un sitio. Ya que los clientes, en su papel de usuarios, saben que ellos tienen poco tiempo para una usabilidad deficiente y prefieren cambiar de sitio para encontrar lo que buscan, antes que pasar por una mala experiencia.

El desafío para el desarrollador Web es hacer de la usabilidad algo natural en su trabajo. Porque como hemos visto, la clave para que un sitio tenga más probabilidades de alcanzar el éxito es que el mismo esté hecho para crear buenas experiencias al usuario. Si el desarrollador Web respeta las pautas anteriormente presentadas estará en el camino adecuado para crear contenido dinámico e interactivo que sea tan usable como creativo.

## Construcción del concepto de cultura desde la representación de la información cultural.

Marcela Zena

El proyecto de Investigación «Representación de la cultura en el diario impreso, un análisis comunicacional» realizado en el Programa de Investigación del Posgrado del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación de la Facultad de Diseño y Comunicación, intenta ser un aporte actualizado a temáticas ligadas: al campo de la cultura, la circulación y consumo de las nuevas formas de producción cultural, estudios de medios y a estrategias para el diseño de contenido en el medio gráfico.

Ante el tema de la captación continua de nuevos públicos, la prensa escrita modifica y amplía sus productos para llegar a la gran masa de lectores. El diario siempre ha tenido que competir con el avance de los otros medios, como la televisión, radio y en estos últimos años con el gran desarrollo de internet.

El objetivo de la investigación es indagar y analizar aquellos productos específicos para la difusión de la cultura y actividades correspondientes con los cuenta el medio impreso: en este caso particular, los Suplementos Culturales. Para así poder señalar de qué manera se construye el concepto de cultura desde la representación de la información cultural. Teniendo en cuenta qué tipo de actividades culturales son abarcadas en ese modelo cultural y cuáles son las nuevas formas de identidad que conforman a la cultura desde la mirada construida por el medio de comunicación en formato gráfico. Se parte de la base de que no toda la población tiene la misma posibilidad de acceso real a la información, más allá de la sobre saturación en la oferta por parte de los medios de comunicación. Específicamente en el caso del diario, se destaca el tema de la disponibilidad en tiempo real que tiene el lector para la lectura y que muchos lectores solo se enteran de la actualidad cultural a través de las páginas del diario. Ligado a lo anterior, se establece que la información cultural difundida a través de los Suplementos Culturales ocupa un lugar destacado para el análisis de las nuevas formas de producción y circulación de los productos culturales. De ello

se desprende de que al haber ido, históricamente desapareciendo la edición de las revistas culturales de gran tirada, en el caso de la Argentina; los Suplementos de los diarios se han ido posicionando como uno de esos pocos espacios (masivos) que quedan donde el tema de la cultura es tratado de manera específica.

Si en décadas anteriores el lector contaba con mayor disponibilidad para la lectura y una mayor variedad en la oferta específica de revistas especializadas en el campo de la cultura, caso es el de las revistas de literatura de la década de 1930 y las de opinión cultural de 1970; en la actualidad, los distintos suplementos culturales de los diarios han ido ocupando esos lugares vacantes dejados por las revistas.

Quizás, el gran aporte del Proyecto de Investigación sea analizar el sistema de valores propuesto por el medio impreso para la difusión de la información cultural. Es decir, qué se entiende por cultura (lo que entra y lo que es dejado fuera desde la percepción propuesta por el diario, si existen prejuicios); cuáles son las formas, productos, grupos y actividades culturales que circulan relacionados al campo de la cultura hoy desde el diario impreso. Entendiendo que el medio de comunicación propone una valoración acerca de las formas y actividades que integran a la cultura.

En tal sentido, consideramos a los Suplementos Culturales no solo como «espacios de difusión y opinión cultural», sino también como el «lugar de legitimación» de los productos y prácticas correspondientes al campo cultural establecida desde la visión del diario.

En un plano más amplio los Suplementos Culturales como «espacios», en el sentido de «zonas complejas», donde por medio de un recorte el diario construye y posiciona su representación del concepto de cultura. Se utiliza el término recorte porque el medio impreso realiza una selección de la actividad cultural. No aparecerán desarrolladas la totalidad de las áreas y campos culturales en los Suplementos analizados. Siendo uno de los objetivos principales tratar de dilucidar, por medio de la investigación y el análisis, cuales son los campos que integran el concepto de cultura desde la representación del diario.

Por ejemplo, en relación a la literatura no todos los autores serán destacados, algunos contarán con mayor relevancia o serán más difundidos que otros en las distintas páginas de los Suplementos. Siguiendo con los ejemplos, con respecto a las nuevas formas de identidad que conforman la cultura, aparte de los artistas y movimientos consagrados: se tratará de señalar qué tipo de actividades culturales «marginales» y más allá de las ya «establecidas» difunde el medio en su concepción de cultura. Es decir, qué identidades revalorizadas con respecto al ámbito de la cultura desde la percepción del diario.

Las unidades de análisis no serán otros que los suplementos culturales de los tres principales diarios argentinos: Revista de cultura *Ó* y el Suplemento Joven *Sí* de Clarín; el Suplemento Cultura, el Suplemento Enfoques y *Vía Libre* de La Nación; Radar, Radar Libros y el Suplemento No de *Página 12*.

Se trata de un trabajo comparativo entre los distintos Suplementos Culturales de los tres principales diarios capitalinos Clarín, La Nación y *Página 12*, publicados entre los meses de febrero y abril de 2004. A fin de establecer en las etapas posteriores, las variables que ingresan en el concepto de información cultural desde la perspectiva del diario.

Creemos que cada medio aportará una representación de cultura con diferentes matices que dará lugar a dicotomías:

más abarcativa o menos abarcativa, de mayor o menor visión integradora, cultura especializada o cultura general, procesos de homogeneidad o heterogeneidad.

A nivel teórico, en este punto se retomará a las distintas concepciones de Cultura más actuales y aquellas ya establecidas desde campos como la Comunicación, Sociología y en menor medida, Antropología.

A su vez, se utilizará a las nuevas categorías teóricas relacionadas con el desarrollo de la cultura y la literatura como el Periodismo cultural, que «es la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación» Tubau, Ivan:1991. Jorge B. Rivera señala, el Periodismo Cultural como «aquél que refleja idealmente las problemáticas globales de una época, satisface demandas sociales concretas e interpreta dinámicamente la creatividad potencial del hombre y la sociedad - tal como se expresa en campos tan variados como las artes, las ideas, las letras, las creencias, las técnicas, etcétera -, apelando para ello a un bagaje de información, un tono, un estilo y un enfoque adecuado a la materia tratada ya las características del público elegido».

A nivel práctico, la contribución desde el Proyecto estará dado para el análisis de los Suplementos en focalizar y definir el espectro temático que implica el concepto de cultura actual propuesto en las distintas publicaciones. Asimismo, será de utilidad el concepto de «contrato de lectura», como «la relación entre del discurso del soporte por una parte, y sus lectores, por otra parte» (Verón, Eliseo:1985), para el señalamiento de 'los gustos culturales de los lectores de ese diario'. Con el fin de identificar el tipo de lector construido desde los suplementos. Dicho de otro modo, se considera que a partir de la información disponible en la oferta cultural de los suplementos, cada publicación construirá un tipo de lector e intereses culturales distintos.