

Importancia del desarrollo de una práctica metodológica enfocada a la producción de publicaciones digitales

Maribel Rodríguez Velásquez

Diseñadora gráfica de la Universidad Pontificia Bolivariana. Especialista en Video y Tecnologías On line y Off Line en la Escuela Superior de Diseño ESDi y MECAD. Barcelona , España. Magíster en Diseño y Creación Interactiva de la Universidad de Caldas. Docente investigadora y Coordinadora del ciclo profesional de la Universidad Pontificia Bolivariana. Experiencia profesional en la realización de proyectos de motion graphics para video y televisión, desarrollo de productos en nuevos medios digitales como Web TV, Digital Signage e Hipermedias para el sector público y privado. Investigaciones en Audiovisual programado, desarrollo de contenidos crossmedia, narrativas transmedia y publicaciones digitales.

Medellín, Colombia
maribel.rodriguez@upb.edu.co

Juan Camilo Galeano Mejía

Comunicador Social – Periodista de la Universidad de Antioquia. Estudiante de Maestría en la Literatura de la Universidad Pontificia Bolivariana. Experiencia en comunicación visual en medios impresos y digitales, lector y apasionado por la creación de contenidos digitales.

Docente Investigador de la Universidad Pontificia Bolivariana.
Medellín, Colombia
juanc.galeano@upb.edu.co

Resumen

Nos encontramos en una época en la que el consumo de información usando medios digitales ha incrementado aceleradamente; debido a factores de inmediatez, flexibilidad y costos de producción. Este crecimiento ha rebasado el análisis conceptual sobre este medio convirtiendo en obsoletos los conceptos antes de establecerse. En menos de 5 años la producción de contenido digital ha alcanzado niveles comparables a los que lograron los incunables en casi medio siglo. Este aumento vertiginoso solo puede entenderse como resultado de la naturaleza digital, caracterizada por el crecimiento exponencial tanto en consumo como en producción; así como la nuevas manifestaciones narrativas. A partir de esta naturaleza, presentada por Nicholas Negroponte hace más de 20 años de una manera prospectiva para identificar sus atributos; y partiendo de las características presentadas por Lev Manovich, de los llamados nuevos medios de comunicación, hacemos un reconocimiento y una delimitación del mundo digital en el que viven estas publicaciones para comprender sus cualidades, comprendiendo que la publicación para un medio digital ha superado su condición de producto complementario de la pieza impresa, para convertirse en un original que requiere su proceso particular de conceptualización, creación, desarrollo y distribución.

Se ha transformado el quehacer del diseñador, quien no sólo debe encontrar la mejor forma de comunicar visualmente el contenido y adicionalmente debe tener en cuenta el diseño de experiencia de usuario, reconociendo y aplicando elementos como estructuras de navegación, interacción, arquitectura de información, diseño de interfaces, entre otros. Es por esto que el trabajo académico que se ha desarrollado en el Módulo de Publicaciones Digitales de la Facultad de Diseño Gráfico de la Universidad Pontificia Bolivariana, continuamente se adapta a las características digitales y sus nuevos campos de trabajo.

A partir de más de dos años de trabajo con estudiantes y docentes en diferentes disciplinas, como diseño gráfico, diseño interactivo, comunicación social e ingeniería informática, el Módulo ha reconocido la importancia de fortalecer la investigación y la aplicación para el diseño de publicaciones digitales. Lo que inicialmente se diseñó bajo las normas editoriales trabajadas en los impresos (uso de rejillas, manual de estilo, principios de legibilidad y lecturabilidad), es ahora insuficiente para una publicación digital, pues nos exige expandir estas reglas y complementarlas con competencias básicas en diseño de interacción, diseño interactivo y comunicación digital. En el ejercicio formativo esta práctica se ha logrado aplicar en 3 espacios: el componente cognitivo del usuario, adoptando el modelo de diseño centrado en el usuario propuesto por Donald Norman y Stephen Draper; la

publicación, que combina principios editoriales y componentes de interfaces informáticas, y la distribución, que introduce otro paradigma frente a las teorías de la comunicación.

Este trabajo metodológico que se ha estado incubando en el Módulo, identifica las potencialidades de la publicación digital y fomenta en los estudiantes el pensamiento dinámico como constructores de este nuevo medio de comunicación.

Palabras clave

Publicaciones digitales, Nuevos medios, Diseño editorial, Producción, Conceptualización, Diseño centrado en usuario, UX, Desarrollo, Programación, Distribución.

Texto

Ser digital

Nos encontramos en un momento histórico donde el consumo de información usando medios digitales ha incrementado aceleradamente, facilitado por factores de inmediatez, flexibilidad y costos de producción. A pesar de la cotidianidad de dicho consumo, el término publicación digital sigue teniendo un significado arbitrario. Frente a la pregunta ¿qué se entiende por publicación digital? las respuestas son disímiles y confusas, en parte porque el crecimiento acelerado de producción e implementación ha rebosado el análisis conceptual sobre este medio convirtiendo en obsoletos los conceptos antes de que se establezcan.

Antes de abordar una definición del término publicación digital, se debe comprender lo digital como medio de creación, producción y distribución de estas publicaciones. Estamos de acuerdo en la definición de lo digital como aquello que se construye con dígitos soportado por una estructura binaria. Pero esta definición nos parece limitada para entender las publicaciones digitales pues se trata de una concepción meramente técnica.

Negroponte (1995) va más allá del procedimiento técnico, al identificar muy bien la diferencia entre el mundo de los átomos y el de los bits como dos espacios que tienen características diferentes. El primero es lineal, físico, estático y análogo; y el segundo es multisecuencial, virtual, dinámico, fluido, inmediato y no-análogo. Para Negroponte el mundo digital reconfigura la forma en que producimos y distribuimos la información al invitarnos a un cambio de paradigma: “Ser digital supondrá la aparición de un contenido totalmente nuevo, surgirán nuevos profesionales, inéditos modelos económicos e industrias locales de proveedores de información y entretenimiento”. [1] (Negroponte, 1995, p. 15).

Por otro lado es necesario reflexionar sobre los soportes que se emplean en la producción de publicaciones digitales: imagen, sonido, video y texto. Estos modifican la labor de disciplinas como las comunicaciones, la informática y el diseño, empujando a estos profesionales a trabajar de manera integrada promoviendo una concepción de las publicaciones digitales como un nuevo medio de comunicación, un medio multimedial. Lev Manovich (2005, 2013) identifica las características que adquieren los soportes en una naturaleza digital: la representación numérica, la modularidad, la automatización, la variabilidad y la transcodificación. Y también define el medio digital como un metamedio que permite la creación, la manipulación y el acceso. Al reconocer las potencialidades de este medio se invita a los diseñadores, creativos, comunicadores y personas interesadas en producir y distribuir contenidos digitales a conocer, pensar y ser parte activa.

Hacerlo público

El origen de la publicación se remonta desde una perspectiva histórica a las primeras formas de transmisión de mensajes desarrolladas por el ser humano prehistórico. Para nuestro interés y precisión ubicamos la génesis de esta reflexión a partir de la imprenta de Gutenberg en el siglo XV, momento histórico paradigmático en el que se enfrentan dos medios y se introduce en la humanidad el concepto de publicación, como el acto de hacer público un mensaje. “Tras la invención de la imprenta de tipos móviles, los editores del siglo XV, deslumbrados con su nuevo poder, no adivinaron que ese ingenio debía traer modificaciones sustanciales en la presentación de los libros.” [2] (De Buen, 2008, p. 27).

Este mismo fenómeno se presenta en el paradigma de las publicaciones digitales, como resultado de un proceso de desarrollo de fenómenos anteriores. Es por esto que al abordar el concepto de publicación digital, se debe partir de esa falla anterior similar en el nacimiento de la publicación impresa. Los nuevos editores de publicaciones digitales se han dejado deslumbrar por el poder de este nuevo medio y han descartado la reflexión minuciosa sobre los cambios que este nuevo medio representa, tanto en su concepción como en su producción.

Los primeros acercamientos a esta reflexión se han concentrado, nuevamente de una manera formal y técnica, en las funciones de las publicaciones haciendo cuadros comparativos. Se considera la impresa como el opuesto dialéctico de la digital, proponiendo revoluciones, inversiones y cambios estructurales. Para nosotros la experiencia adquirida desde la producción de publicaciones impresas deja una marca en la producción de publicaciones digitales, entendiendo la producción como un proceso que incluye la conceptualización, el desarrollo y la distribución. Es una herencia que se entiende desde el impacto sociocultural de los medios, y que se establece desde los 3 pares de funciones que cumple una publicación: “comunicación - difusión, legitimación - autoridad, archivo - memoria”. [3] (Travieso, 2003).

Estas tres funciones son efectivas en la publicación impresa, tanto como en la digital, con un ligero cambio de prioridades. El papel, por su condición material y sensible tiene una fuerza de legitimación mayor a la que tiene la publicación digital, debido a la condición inmaterial de éste. Por otro lado, con respecto a la función de archivo o memoria que ofrece la publicación digital, es aquí donde posee una cualidad mayor con respecto al impreso por las posibilidades “inteligentes” de almacenamiento y búsqueda que ofrecen los bits que la conforman. La publicación digital destaca la información como su materia prima y como su forma de producción. El texto, la apariencia formal de dicha información, siempre estará atada a una materialidad; en la publicación digital deja de ser papel y tinta para pasar a estar conformada por los dispositivos informáticos de transmisión. Ambos, contenido y medio son información.

Otro punto fundamental de este nuevo medio se rastrea hasta el año 1991, cuando Tim Berners-Lee presenta las primeras 18 etiquetas del lenguaje de marcado HTML que demuestra una comprensión sobre la publicación a partir de una estructura programable basada en el principio hipertextual, acuñado por Ted Nelson (1990), y que se convertiría en característica de lo digital. Una publicación debe poseer estructura jerárquica que permita una lectura comprensible. Esta fue la primera característica que se heredó de la publicación impresa, que después de superar el deslumbramiento de la nueva técnica, la de la imprenta, pasó a desarrollar una metodología que definió claramente la estructura de un texto. Esta se retoma en primera medida con HTML, marcando los elementos que deben componer un texto en un medio digital.

La primera introducción de estructura textual y gramatical en una publicación digital se reconoce con etiquetas de marcado HTML como los títulos, los subtítulos, los encabezados, los párrafos y las listas de definición, de orden y de viñetas. Estas etiquetas demuestran la influencia de una lectura secuencial similar a la del texto impreso. Se diferencia al incluir la etiqueta de las anclas (*anchors*) que permite la interactividad al hacer enlaces entre diferentes textos marcados con las etiquetas previamente mencionadas. La combinación entre estructura textual e interactividad hipertextual permite reconocer el origen de este nuevo medio y sus posibilidades de transformación.

Otro momento histórico que debe mencionarse se refiere al crecimiento de usuarios con acceso a equipos informáticos, disponibles en diferentes dispositivos: desde grandes computadores para ubicar sobre el escritorio hasta los *smartphones*. Del mismo modo el acelerado acceso a internet en un proceso de alfabetización digital, con un crecimiento contado en el año 2015 que alcanza un total de 3.2 billones de personas en el mundo, el 43% de la población mundial¹. Factores como los dispositivos móviles, el acceso por medio de redes celulares y el interés de las entidades oficiales por implementar las TICs dentro de sus políticas públicas han sido fundamentales.

Con estos dispositivos en mente, y en las manos de los usuarios, podemos proceder a clasificar estas publicaciones digitales desde un tercer componente, adicional a su función sociocultural y su valor como medio informático: el proceso de conceptualización, desarrollo y distribución, que hemos definido como producción.

¹ Sanou, Brahim. "The World in 2013: ICT facts and figures." *International Telecommunications Union* (2013).

Podemos clasificar las publicaciones digitales en libros, revistas, aplicaciones basadas en contenidos, sitios web estáticos y sitios web dinámicos. Cada una de estas clasificaciones está determinada por su función, sus características interactivas y su proceso de producción, pero también por su aspecto formal con respecto a su equivalente impreso, cuando lo haya.

El quehacer del diseñador en el medio digital.

Hemos llegado a comprender una publicación digital como una pieza de diseño que debe superar su condición de producto complementario de la pieza impresa, y debe adquirir un valor como original que requiere su proceso particular de producción, desde la conceptualización, el desarrollo y la distribución.

Con este objetivo desde el pregrado de Diseño Gráfico de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín, en el ciclo profesional compuesto por cursos optativos que definen un perfil profesional de los estudiantes, se ha ofrecido un módulo especializado en la conceptualización, desarrollo y distribución de publicaciones digitales, en las diferentes clasificaciones que hemos definido.

El módulo está conformado por un equipo docente en diferentes disciplinas, desde diseño gráfico, diseño interactivo hasta comunicación social e ingeniería informática, que entiende la transformación del quehacer del diseñador en el medio digital, quien no sólo debe encontrar la mejor forma de comunicar el contenido sino que adicionalmente debe tener en cuenta el medio sobre el cual se transmite. Un medio afectado por competencias que si bien son fundamentales para el diseño aplicado en productos digitales, no son comúnmente abordados en un curso de pregrado.

Con más de dos años de trabajo académico, entre estudiantes y docentes en la práctica de publicaciones digitales, se ha visto cada vez más la necesidad de fortalecer la investigación y la aplicación para el diseño de publicaciones digitales, no solo en el ámbito productivo, sino también en el ámbito pedagógico. Este nuevo medio de comunicación nos lleva a abordar retos desde la academia con el fin de articular en la práctica laboral de los egresados de diseño gráfico. (No es un posgrado porque las publicaciones digitales ya no son especializadas, son medio de comunicación frecuente, disponible para un público más amplio y general. Es pertinente que se vean en el pregrado por la magnitud del medio que ha perdido su carácter de novedad, ahora es cotidianidad).

El módulo ha trabajado de forma fluida, dinámica (muy digital) en el desarrollo de prácticas metodológica enfocadas a generar competencias relacionadas con la conceptualización, desarrollo y distribución de publicaciones digitales. Las competencias incluyen el cambio de percepción frente al proyecto de diseño, entendida desde la actividad proyectual presentada por Uribe (2015) en tres momentos: la visibilidad (búsqueda de rutinas visuales), el diálogo (sentido de las estructuras gramaticales visuales) y la contextualización (exponer las referencia como vínculo).

“En diseño se entiende como actividad proyectual o acción proyectual la tarea productiva que incluye la relación con lo social y que de alguna forma condiciona la manera en que debe entenderse la producción y resolución del problema (de diseño), el cual debe delimitarse dentro de las posibilidades logísticas y operativas que plantee la situación y enunciación del mismo proyecto. Al único al que se debe alguna obligación es al proyecto” [4] (Uribe, 2015. Página 94).

Esta metodología de diseño inicia revisando los requerimientos del proyecto, desde un reconocimiento del proceso de comunicación (emisor, mensaje, medio, receptor, reacción) como parte de la concepción del diseño en tanto es un ejercicio proyectual. Para las piezas incluidas en la clasificación de publicaciones digitales se empieza desde las normas editoriales trabajadas en las publicaciones impresas. Adicionalmente, se exige expandir estas reglas y complementarlas con competencias básicas en diseño de interacción, desarrollo informático y comunicación en un medio digital.

También se incluye el carácter de experiencia de usuario de las publicaciones digitales, a partir de los elementos de la experiencia de usuario, propuestos por Garret (2010), y desde la dualidad de proyectos digitales: web como sistema de hipertextos y web como interfaces de software. La planificación de un proyecto digital consciente de la experiencia de usuario desde los planos de la estrategia, alcance, esqueleto, estructura y superficie, comprendiendo el diseño de interfaz, la navegación, los componentes interactivos, los estados y el método técnico de diseño de *spritesheets* para optimización de distribución.

Para esto el ejercicio formativo se ha logrado aplicar en dos aspectos dentro de la conceptualización: el cognitivo del usuario, adoptando el modelo de diseño centrado en el usuario; y el de la publicación, combinando principios editoriales y componentes de interfaces informáticas.

El aspecto cognitivo del usuario, dentro de la conceptualización, se trabaja principalmente a partir del proceso propuesto por Donald A. Norman y Stephen W. Draper (1986) denominado diseño centrado en el usuario (DCU). Este proceso tienen como base fundamental el usuario: sus necesidades, características y objetivos. Si bien esta idea como tal no es nueva para el diseño (desde los años 40 el diseño ha tenido en cuenta conceptos de ergonomía para orientar procesos de diseño de objetos) fue la psicología cognitiva en los años 60 la que ayudó al diseñador a ir más allá de las características físicas de las personas y profundizar en sus emociones y percepciones. Además la adopción de técnicas etnográficas nos permitió tener más información del mercado. El DCU como práctica sigue abarcando los aspectos de cognición, emoción y comportamiento del ser humano, en este caso para garantizar experiencias satisfactorias entre personas y el contenido mediado por dispositivos. Este se estructura en seis pasos: la planificación, en el cual se identifican los requerimientos del proyecto; el diseño, que abarca el modelado del usuario, el diseño conceptual de la publicación digital, el diseño visual y el diseño de contenidos; la creación del prototipo, que se desarrolla en baja y/o alta; la evaluación o testeo del prototipo bajo el método por inspección heurística y el método de test con usuarios; la implementación, o desarrollo del proyecto según los resultados del testeo y por último el seguimiento, como esa constante revisión que se debe hacer para asegurar actualizaciones posteriores requeridas.

Este proceso ha permitido establecer un sistema productivo para la conceptualización de publicaciones digitales, el cual ha sido validado por parte de los estudiantes del Módulo, logrando publicaciones digitales significativas.

Y el aspecto de la publicación, desde la conceptualización se concentra en la metáfora visual, abordando las normas editoriales trabajadas en las publicaciones impresas, como uso de rejillas, manual de estilo, principios de legibilidad y lecturabilidad, diagramación, manejo de espacios, distribución, estructura y jerarquía. Pero todos estos principios editoriales vistos a través de una perspectiva dinámica donde las rejillas se convierten en elementos líquidos que pasan de estar compuestos por un número determinado de columnas a tener una cantidad flexible que se adapta al dispositivo o a las preferencias del usuario. También se incluye en este aspecto de la publicación el diseño de interfaces gráficas aplicadas a la creación de metáforas visuales y indicios (*affordance*) para la interacción.

Con respecto al desarrollo y a la distribución; en el primero se introduce la interdisciplinariedad al contar con el apoyo de un docente de ingeniería informática, especializado en programación de software quien acompañado por un equipo de estudiantes de ingeniería apoyan esta parte del proceso en un diálogo formativo y práctico con los alumnos de diseño gráfico matriculados en el módulo quienes previamente han adquirido competencias suficientes para comunicarse con fluidez y claridad en un entorno de trabajo compartido entre ambas disciplinas. Y en segundo lugar, el de la distribución, se motiva a los estudiantes a concluir el proceso que empiezan llevándolo hasta el acto de “hacerlo público” definitivo al distribuir usando herramientas, en algunos casos libres y gratuitas, y en otros caso de pago. Para las primeras actividades, con un objetivo de formación progresiva, se trabaja con herramientas disponibles libremente en internet como administradores de contenidos o *webapps* de prototipado y wireframing, luego se promueve la compra de un hosting propio donde puedan cargar los proyectos realizados, y por último se aprovecha la disponibilidad que cuenta la Universidad Pontificia Bolivariana del sistema Adobe Experience Manager, con el que se distribuyen algunos ejercicios del módulo en las tiendas de aplicaciones de Google y de Apple.

En conclusión, la metodología necesaria para formar (dar forma a un modelo) en la producción de publicaciones digitales sigue siendo, entendida de la manera más digital posible, un trabajo en construcción. Tenemos unas claves que nos ayudan a planear un ejercicio pedagógico con estudiantes apasionados por el tema, pero ahora es necesario hacer un primer alto en el camino para aceptar que estamos superando los incunables de las publicaciones digitales y empezamos a proponer, desde la investigación y la observación aplicada, un manual de diseño editorial para publicaciones digitales.

Referencias

- [1] Negroponte, N. (1995). *El mundo digital*. Barcelona: Ediciones B.
- [2] Buen Unna, J. (2000). *Manual de diseño editorial*. Editorial Santillana
- [3] Travieso Aguiar, M. (2003). Las publicaciones electrónicas: una revolución en el siglo XXI. *Acimed*, 11(2), 1-2. (Paper).
- [4] Uribe S. (2015) . Hipervínculo como proceso de diseño. (Tesis doctoral). Universidad de Barcelona, España.

Bibliografía

- Austin, T., & Doust, R. (2008). *Diseño de nuevos medios de comunicación*. Blume.
- De Buen, J. (2008). *Manual de diseño editorial*. México, Santillana.
- Garrett, J. J. (2010). *Elements of user experience, the: user-centered design for the web and beyond*. Pearson Education.
- Hassan, Y., Martín Fernández, F. J., & Iazza, G. (2004). *Diseño web centrado en el usuario: usabilidad y arquitectura de la información*. *Hipertext. net*, (2).
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Manovich, L. (2013). *Software takes command* (Vol. 5). A&C Black.
- Moggridge, B., & Atkinson, B. (2007). *Designing interactions* (Vol. 14). Cambridge: MIT press.
- Nelson, T. (1990). On the Xanadu project. *BYTE Magazine*, 15(9), 298-299.
- Nielsen, J. (1 de Enero de 1995). *10 Usability Heuristics for User Interface Design*. Obtenido de Nielsen Norman Group. Evidence-Based User Experience Research, Training, and Consulting.
- Negroponte, N. (1995). *El mundo digital*. Barcelona: Ediciones B.
- Norman, D. A., & Draper, S. W. (1986). User centered system design. *Hillsdale, NJ*. 1-2. (Paper).
- Pratt, A., & Nunes, J. (2013). *Diseño interactivo: teoría y aplicación del DCU*. Océano.
- Travieso Aguiar, M. (2003). *Las publicaciones electrónicas: una revolución en el siglo XXI*. *Acimed*, 11(2).
- Uribe S. (2015) . Hipervínculo como proceso de diseño. (Tesis doctoral). Universidad de Barcelona, España.

Biografías de losAutores

Maribel Rodríguez Velásquez

Formación académica: Diseñadora gráfica de la Universidad Pontificia Bolivariana. Especialista en Video y Tecnologías On line y Off Line en la Escuela Superior de Diseño ESDi y MECAD. Barcelona , España. Magíster en Diseño y Creación Interactiva de la Universidad de Caldas. Docente investigadora y Coordinadora del ciclo profesional de la Universidad Pontificia Bolivariana, Directora del Departamento de Diseño en la empresa Kinema Comunicaciones, desde el año 2005 hasta 2013. Experiencia profesional en la realización de proyectos de motion graphics para video y televisión, desarrollo de productos en nuevos medios digitales como Web TV, Digital Signage e Hipermedias para el sector público y privado. Investigaciones en Audiovisual programado, desarrollo de contenidos crossmedia, narrativas transmedia y publicaciones digitales.

http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvllac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001356152

Juan Camilo Galeano Mejía

Comunicador Social – Periodista de la Universidad de Antioquia. Estudiante de Maestría en la Literatura de la Universidad Pontificia Bolivariana. Experiencia en comunicación visual en medios impresos y digitales, lector y apasionado por la creación de contenidos digitales.

http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvllac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001538003