



## **Diseño Periodístico en Internet<sup>1</sup>**

Ana SERRANO TELLERÍA<sup>2</sup>

Universidad del País Vasco, Universidade Federal da Salvador da Bahia (FACOM)

### **RESUMEN**

El estudio del diseño periodístico en internet se encuentra aún en una fase inicial, en la que académicos, profesionales y usuarios se debaten entre qué líneas y parámetros seguir para llegar a una óptima consecución. Si bien, contamos ya con un corpus académico sobre el que basar nuestras primeras investigaciones; un corpus que relaciona distintas disciplinas. Las primeras se basan en sus medios predecesores: prensa y televisión principalmente; las segundas, surgidas a raíz del nuevo medio y sus características: usabilidad, arquitectura y diseño de la información.

**PALABRAS CLAVE:** periodismo; diseño; internet.

### **TEXTO**

Durante la última década, salvo contadas excepciones, apenas se han publicado trabajos detenidos sobre el diseño periodístico en internet (en España, hay que destacar Armentia Vizqueta *et al.*, 1999; Cabrera, 2000; Palomo, 2005; Pereira, 2006; Larrondo y Serrano (coord.), 2007); si bien, la evolución de los medios en internet ha acaparado gran atención académica y profesional.

Al repasar la bibliografía sobre periodismo producida durante estos años, podemos comprobar cuánto se ha escrito sobre las características, historia y modelos editoriales de los cibermedios.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doctoranda y becaria de la Universidad del País Vasco finalizando su Tesis Doctoral – ‘Diseño de nodos iniciales en medios de información periodística en internet’ - en la Facultad de Comunicación de la Universidad Federal de Salvador de Bahia, dentro del grupo GJOL, en intercambio interuniversitario España-Brasil. Coordinadora del primer manual universitario español ‘Diseño periodístico en internet’, editado por la Universidad del País Vasco en 2007.  
Email: [vivrelemime@gmail.com](mailto:vivrelemime@gmail.com) / [aserrano001@ikasle.ehu.es](mailto:aserrano001@ikasle.ehu.es)



Por supuesto, muchos libros se han escrito sobre diseño web en general e, incluso, algunos tratan la composición gráfica de medios periodísticos en la Red (Orihuela y Santos, 1999; Veloso, 2001). Así mismo podemos encontrar en la web sitios especializados en el diseño periodístico y la infografía –dentro y fuera de internet– como, News designer, Albertocairo.com, Maquetadores, Visualmente. Incluso hay investigadores que abordan el impacto de las tecnologías digitales en el diseño de los diarios impresos (Barnhurst y Nerone, 2001: 261-297) y viceversa (García, 1997). Ya se dispone, por tanto, de *cierto corpus* teórico sobre la materia.

Sin embargo, hasta la fecha escasean las monografías dedicadas exclusivamente a analizar las características, evolución y tendencias de lo que bien podemos denominar diseño ciberperiodístico. Este relativo olvido tal vez se deba a que esta vertiente del diseño apenas ha dado todavía sus primeros pasos en el mundo profesional (Salaverría en Larrondo y Serrano (coord.), 2007).

La investigación científica en el ámbito del diseño de los cibermedios en general y de aspectos más concretos como la infografía en particular, como coinciden las autoras del capítulo ‘Metodologías de investigación en diseño periodístico en internet’ Bella Palomo, María Ángeles Cabrera y Marita Otero (Díaz Noci; Palacios (coord.), 2008), resulta escasa. Sostienen como causas de esta situación en el ámbito específico del Periodismo, el reducido número de expertos dedicados a la materia, la volatilidad de las tendencias y el frecuente olvido de la estrecha relación que existe entre el diseño y el mensaje informativo.

Apuntan como otras dificultades menores, aunque no por ello menos importantes, la ausencia de manuales gráficos en las redacciones, las constantes actualizaciones formales de los cibermedios y la inexistencia de un modelo único a imitar. Añaden que mientras existen múltiples obras y artículos sobre aspectos relacionados con el diseño web, la producción específica sobre la materia de diseño ciberperiodístico es reducida.

Destacan la aparición del primer manual en español sobre esta materia, bajo el título ‘Diseño periodístico en internet’, (Larrondo; Serrano, 2007) en el que tanto Cabrera como Palomo son autoras de un capítulo sobre ‘La relación entre el diseño y los contenidos en internet’ y ‘Color, tipografía e imagen digital’ respectivamente.



Por lo que respecta al mundo universitario, la situación no es mucho más alentadora. Cuando se ha cumplido ya más de una década desde que aparecieran en España las primeras enseñanzas universitarias sobre ciberperiodismo (Díaz Noci y Salaverría, 2003: 25-28), no existía en 2007 ni una sola Facultad de Periodismo que incluya en su plan docente una asignatura específicamente centrada en el diseño de cibermedios (Tejedor, 2007: 51-67. Y España no era la única: en otros países occidentales la situación era idéntica, si no peor (Salaverría en Larrondo y Serrano (coord.), 2007).

Proponer una metodología válida para el estudio del diseño periodístico en internet, precisa como punto de partida de un concepto comúnmente aceptado. Al respecto, se deben tener en cuenta nuevos ámbitos de estudio relacionados –no presentes en los medios de comunicación tradicionales- como la accesibilidad, la interactividad, la usabilidad, la navegación o la personalización de los contenidos, entre otros. (Cabrera, 2000, p.45).

## **USABILIDAD Y ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN**

A pesar de la escasez de análisis académicos sistemáticos sobre el diseño ciberperiodístico, así como de manuales didácticos especializados en la materia, existen disciplinas y obras más o menos aledañas que permiten abordar el estudio de esta materia con un adecuado utillaje conceptual. Al respecto, Ramón Salaverría, autor del capítulo ‘Del papel a la web. Evolución y claves del diseño periodístico en internet’ en el citado manual universitario sobre ‘Diseño periodístico en internet’ coordinado por la arriba firmante, especifica que las dos disciplinas que hasta la fecha han resultado más fecundas para la configuración del diseño de cibermedios son los estudios sobre usabilidad (Nielsen, 1995, 2000; Spool et al., 1999; Krug, 2000; Sachs y McClain, 2002) y los dedicados a la arquitectura de la información (Wurman, 1997; Rosenfeld y Morville, 1998, 2002, 2006; Reiss, 2000; Van Dijk, 2003; Wodtke, 2003).

Los citados trabajos permiten definir una serie de particularidades que, más allá de la obvia diferenciación de soporte, caracterizan al diseño periodístico en internet de su predecesor en papel y, también, del diseño de medios audiovisuales. Se distinguen cuatro rasgos principales:



- Navegación frente a lectura: consulta libre y no lineal de los contenidos, navegación donde el usuario escoge su propio itinerario hipertextual.

- Multimedia frente a bimedia: texto, imagen (en movimiento) y sonido.

- Profundidad frente a extensión: mientras el diseñador del periódico impreso se preocupaba por la escasez de espacio (extensión), el diseñador para periódicos en internet ha de hacerlo respecto a la altura de la página (más o menos fijas en anchura, diseño líquido), donde ya no importa tanto el espacio disponible en cada página, como la profundidad hipertextual de cada unidad informativa. De ahí que se hable de un cambio de diseño 2D (altura y anchura) a uno 3D (altura, anchura y profundidad).

- Arquitectura frente a diseño: sin olvidar la apariencia estética, la mayor preocupación es lograr páginas en las que se pueda navegar con rapidez, sencillez y orientación.

Dadas estas razones, se puede hablar de un nuevo modelo de diseño mucho más próximo a la arquitectura de la información que al mero diseño gráfico. Desde luego que en la Red importa la belleza y armonía estética de cada página, pero desde luego, importa mucho más el equilibrio, cohesión y coherencia de sus distintos elementos. Este nuevo enfoque se plasma en una serie de directrices a tener en cuenta por el diseñador:

- Hipertextual: organización modular de los distintos nodos (núcleos informativos) interconectados que componen cada información en particular, y del medio en su totalidad.

- Metainformativo: diseñar para la Red no solo implica ocuparse de los elementos gráficos visibles, sino también de múltiples recursos para potenciar la visibilidad documental del medio por parte de los buscadores y bases de datos.

- Interactivo: el diseñador debe de tener siempre presente la necesidad de facilitar el movimiento y la respuesta de los usuarios, considerando en todo momento los posibles flujos de información, diseñar para la acción además de para la contemplación.



- Multimedia: nuevo lenguaje que combina texto, imagen, sonido y vídeo.
- Multiplataforma: un buen diseñador no lo hace para un medio específico, para un solo sistema operativo, ni siquiera para un único dispositivo de recepción; tiene en cuenta que sus potenciales usuarios emplean múltiples aplicaciones, formatos, estándares y aparatos. Debe esforzarse, por lo tanto, en conseguir diseños sólidos en los que se navegue de manera homogénea con independencia del soporte de recepción.

## **DISEÑO DE INFORMACIÓN**

Además de estas directrices, fundamentadas desde los estudios sobre usabilidad y arquitectura de la información, surgen otras tangencialmente relacionadas desde una nueva disciplina denominada ‘diseño de información’.

Se trata de una disciplina que cuenta con gran variedad de raíces, entre las que se incluye el diseño de interfaces, la comunicación visual, la presentación de la información, la tipografía y la psicología evolutiva. Cada una de estas disciplinas necesita del DI (diseño de información) desde distintas perspectivas. En este sentido, los diseñadores gráficos se han percatado de que los principios de diseño tradicionales no se adecuan al mundo digital, mientras que los psicólogos aportan por su parte un conocimiento sobre el factor humano en procesos interactivos (Martín Fernández, Francisco J.; 2005).

Mark Mackay, autor del blog Duopixel y Doctor en 2005 con la Tesis: ‘Diseño de información’ explica la dificultad para definir el término debido a que cada profesión que lo practica tiene su idea particular de lo que debe ser. En esta línea, el autor define como campos o áreas principales de donde provienen los practicantes del diseño de información: el diseño gráfico, la documentación técnica y las ciencias de la información.

El conjunto de estas tres disciplinas representa en gran medida su práctica: explicar (documentación técnica), recolectar datos y transformarlos en información digerible (ciencias de la información) y presentar la información visualmente (diseño gráfico).



La importancia de esta profesión hoy en día viene, según explica el autor, del nacimiento de las telecomunicaciones, cuando se empezó a gestar el fenómeno que R.S. Wurman define como ‘Information Anxiety’. La ansiedad de información se entiende como el estado en que se haya el usuario cuando se encuentra inundado de datos que no puede digerir. Por lo tanto, el papel del diseñador de información es mediar entre la persona que publica la información y la persona que lo consume.

Según Mackay, la mayoría de definiciones sobre diseño de información son abstractas y menciona la propuesta por el Instituto Internacional del Diseño de Información. Este nos explica que se trata de la definición de requerimientos tales como la selección, transformación y transmisión de la información con el propósito de transmitir conocimiento, así como de optimizar la información en relación a dichos requerimientos. (Mackay, 2007, 2008).

Por su parte, Martín Fernández propone como definición: “el arte y la ciencia de preparar la información, de modo que pueda ser utilizada por los humanos con eficacia y eficiencia” (Martín Fernández, Francisco J.; 2005). En esta línea el autor se basa en Horn (1999a) para definir los objetivos del DI, de un modo holístico, como la conexión entre la información, el pensamiento humano y el uso. Horn identifica a su vez tres requisitos para un buen DI:

- Documentos comprensibles.
- Sistemas interactivos.
- Espacios de información navegables.

Martín Fernández también menciona a Dervin (1999), quien afirma que el diseño de información debe ser analizado en términos de procesos de comunicación. En este sentido, mientras en el pasado la información se consideraba simplemente como la descripción de una realidad ordenada; en el Renacimiento, las habilidades y la tecnología aumentaron la información disponible.

Ya en el siglo XIX, el orden de la información y de la realidad y de la información sobre ésta fue desafiado por las diferencias culturales, personales y espacio-temporales; llegando al siglo XX, donde la información se presentaba como un instrumento de poder



por su papel fundamental en la toma de decisiones. En esta época se cuestionó, además, la creencia de que bajo la información subyacía una realidad ordenada.

Hoy en día, según Dervin, la información puede verse como una herramienta para dar sentido tanto a una realidad caótica como ordenada. La información es, por lo tanto, comprender el mundo en el que vivimos y, por ello, el diseño de información necesita del ambiente cognitivo y de los flujos de información. Las técnicas de Dervin son descritas como el "enfoque de entendimiento".

## **DOCUMENTOS COMPENSIBLES Y SU VISUALIZACIÓN**

El primer requisito del DI es que los documentos que transmiten información deben ser comprensibles. Podemos encontrar diferentes perspectivas al respecto dependiendo de la disciplina que lo estudie.

Un lenguaje visual es el conjunto de palabras, imágenes y formas que sirven para comunicar. Horn (1999b) afirma que la comprensibilidad de un documento se puede evaluar mediante el examen del lenguaje visual subyacente que lo compone y desarrolla para ello una metodología denominada "sistema argumentativo".

La información geográfica se ha desarrollado tradicionalmente mediante mapas e imágenes. Por otro lado, la comunicación cartográfica se centra en la integración de gráficos, texto y una simbología para presentar rasgos geográficos y sus interrelaciones. La comunicación de la información geográfica es un proceso unido y reflexivo que involucra al creador y al usuario. Al uso reciente de gráficos interactivos para fomentar la generación de representaciones mentales durante el análisis exploratorio se le llama "visualización".

La Geo-visualización es un campo en evolución que integra las técnicas con la cartografía para aplicarlas a la información geográfica (MacEachren, Kraak; 2001). Los usuarios hacen uso de procesos de visualización conjeturales para explorar información geográfica referente a la estructura, patrones y asociaciones entre los elementos que la componen; de este modo podemos alcanzar la comprensibilidad del documento mediante la visualización de los mismos.

Spence (2000) introduce este concepto —visualización documental (Vizdoc) —, y lo define como la capacidad de comprender mejor la información que aparece en los documentos sin necesidad de leerlos. Vizdoc analiza el documento a través de la extracción de descriptores; la representación de sus elementos (con técnicas de clustering y proyección); y la visualización de la recopilación. La visualización de la agrupación de descriptores se obtiene a través del uso de:

- Galaxias: la proyección bidimensional de un clustering multidimensional.
- Themescapes: mapeo de la densidad de información de la superficie.
- Mapas de Kohonen.

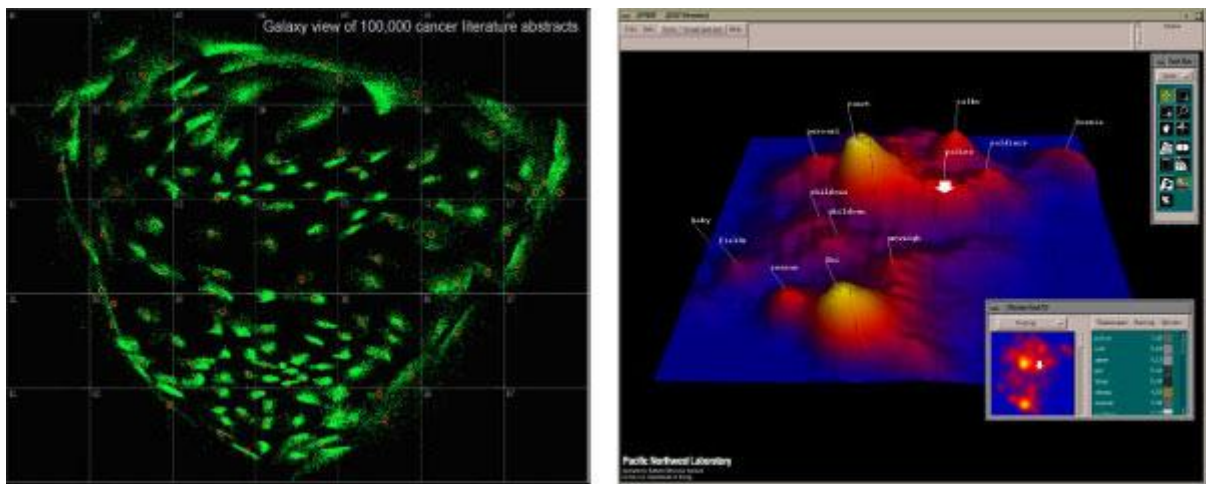


Figura 1: Ejemplos de Galaxias y Themescapes. (Wise et al.; 1995)

Spence afirma que Vizdoc no es lo mismo que la recuperación de información ya que ésta implica que el usuario conozca aquello que quiere.

## SISTEMAS INTERACTIVOS

Si analizamos los sistemas interactivos desde la perspectiva de la información, estos implican la visualización de todos los elementos de la interacción; lo que incluye el entorno social, el estado cognitivo del usuario, el sistema de diseño y la operación que realiza el programa.



Cooley sostiene al respecto que los sistemas verdaderamente interactivos deben centrarse en el usuario y ser adaptables (ver Seake Institute and Journal AI and Society). Esto significa que la configuración cultural y social debe centrarse en el diseño y que los ordenadores deben adaptarse a las habilidades humanas y no al contrario.

El diseño centrado en el usuario debería realizarse a través de herramientas adaptadas que faciliten una vista de la información coherente, global, manejable, propia, comunicativa, receptiva y panorámica, a la vez que eviten la sobre-estructuración de la información.

Desde una perspectiva antropológica, los sistemas interactivos suponen la integración de los usuarios con los ordenadores que utilizan - lo que Nardi y O'Day (1999) denominan "ecología de la información"-. Estos autores definen este término como "un sistema de personas, prácticas, valores y tecnologías en un espacio o tiempo concreto". A su vez, distinguen una ecología de una comunidad por la diversidad que tiene la primera respecto a la homogeneidad de la segunda.

Así mismo, estos autores exploran las propiedades de la ecología de la información mediante métodos antropológicos, siendo los bibliotecarios el foco de su atención. En su opinión, las habilidades de los bibliotecarios se centran en proporcionar terapia informativa mediante la mediación, su experiencia estratégica en las búsquedas y su capacidad de relación con el usuario.

Durante el proceso de interacción persona-máquina, ordenador-usuario, los sistemas interactivos de la comunidad requieren diseños arraigados en las tareas definidas cognitivamente. Se han propuesto una gran variedad de metodologías para unir prácticas, tareas, informaciones y sistemas (Sutcliffe 1997). Los métodos para modelar prácticas con ordenador han sido propuestos por Rasmussen, Pejtersen and Goodstein (1994) (ingeniería de sistemas cognitivos) y Checkland y Aholes (1990) (ingeniería de sistemas blandos).

## **NAVEGABILIDAD DE LOS ESPACIOS INFORMATIVOS**

Requisito indispensable en el diseño de espacios informativos es que estos deben ser navegables para los usuarios. En analogía con la navegación real, se debe diseñar la información para que las tareas se conecten con el modo de encontrar el camino y de



señalizar. La práctica de "encontrar el camino" para guiar a los usuarios por la información incluye:

- El diseño de un plan de acciones para alcanzar un destino.
- La transformación de dicho plan según el comportamiento del usuario.
- La percepción y cognición durante la navegación para verificar el proceso.

La relación entre las tareas cognitivas y la práctica de "encontrar el camino" incluye:

- Diagramas de decisión, tareas y subtareas que requieren información.
- El establecimiento de señales en las tareas debe ignorar las consideraciones estratégicas.
- Facilitar la creación de los mapas cognitivos de información.

Desde esta perspectiva, la navegación de espacios informativos puede ser diseñada utilizando tanto conceptos de la navegación espacial en el mundo como de la navegación semántica a través de índices. En el Personal Social Navigation Project se ha comentado que los espacios de información pueden mejorarse añadiendo a los medios de navegación dimensiones sociales como el feedback, la identificación del lugar y la sociabilidad. Este proceso distingue entre el "espacio" de información y el "lugar" de información. Encontramos pues analogías entre el uso social del espacio y las metáforas espaciales de lo social.

La navegación en espacios virtuales por su parte hace uso de formas que permiten al comportamiento ser explícito (affordances). Éstas permiten modelar los comportamientos de la información con aquello que le rodea. Un ejemplo sería el hecho de que una información ya popular lo sea aún más por las visitas que recibe debido a la curiosidad que ha desatado y/o comentarios al respecto.



El DI aparece como un nuevo foco de atención dentro del campo de la información, el diseño y la usabilidad. Y aunque hay un cierto acuerdo acerca de lo que deben integrar los dominios sociales e informativos, no hay un consenso sobre los métodos.

## CONCLUSIONES

Para finalizar, y teniendo en cuenta todas las disciplinas mencionadas, las claves para un buen diseño periodístico en internet serían las siguientes:

- Del diseño puramente gráfico a uno que tenga como base la usabilidad, arquitectura y diseño de la información: la importancia de los contenidos, el valor de la información, su estructura y relación en su desarrollo y de la familiaridad del usuario con el sitio por encima de los ‘fuegos de artificio’. Diseño centrado en el usuario.
- Criterios para comunicar en la web: jerarquización, sencillez, navegabilidad, agilidad y legibilidad.

## BIBLIOGRAFIA

- Armentia Vizueté, Jo. I.; Elexgaray Arias, J.; Pérez fuentes, C. **Diseño y periodismo electrónico**. Bilbao, Universidad del País Vasco, 1999.
- Barnhurst, K.G.; Nerone, J. **The Form of News**. A History. Nueva York, The Guildford Press, 2001.
- Cabrera, M.A. **La prensa online**: los periódicos en la WWW. Barcelona, CIMS, 2000.
- Checkland, P.; Scholes, J. **Soft Systems Methodology in Action**. Chichester, Wiley, 1990.
- Dervin, B. **Chaos, order, and Sense-Making: A proposed theory for information design**. In R. Jacobson (Ed.), *Information design* (pp. 35-57). Cambridge, MA: MIT Press. Reeditado en: B. Dervin & L. Foreman-Wernet (junto a E. Lauterbach) (Eds.). (2003). *Sense-Making Methodology reader: Selected writings of Brenda Dervin* (pp. 325-340). Cresskill, NJ, Hampton Press, 1999.
- Díaz Noci, J.; Palacios, M. (coord.) **Metodología para o estudo dos cibermeios**. Salvador, Edufba, 2008.
- Díaz Noci, J.; Salaverría, R. (eds.) **Manual de Redacción Ciberperiodística**. Barcelona, Ariel, 2003.
- García, M. **Redesigning Print for the Web**. Indianápolis, Hayden Books, 1997.



Horn, R. **Information Design: The Emergence of a New Profession.** In Jacobson, Robert (Ed.), *Information Design*. Cambridge MA, MIT Press, 1999a.

Horn, R. **The Argumentation Mapping Project.** Disponible en: <http://www.stanford.edu/~rhorn/a/topic/arg/pjctStanfordArgumentation.html>, 1999b.

Krug, S. **Don't Make Me Think!: A Common Sense Approach to Web Usability.** Indianápolis, Que, 2000.

Larrondo, A.; Serrano, A. **Diseño periodístico en internet.** Bilbao, Universidad del País Vasco, 2007.

MacEachren, A. M.; Kraak, M. J. **Research challenges in geovisualization.** *Cartography and Geographic Information Systems*, 2001, 28, (1), pp. 3-12.

Martín Fernández, Francisco J. **Diseño de Información.** En: *No Solo Usabilidad*, nº 4, 2005. <nosolousabilidad.com>. ISSN 1886-8592, 2005.

Nardi, B.; O'Day, V. **Information ecologies.** MIT Press, Cambridge, Mass, 1999.

Rasmussen, J. P., A.M.; Goodstein, L.P. **Cognitive systems engineering.** Chichester, Wiley, 1994.

Nielsen, J. **Multimedia and Hypertext: The Internet and Beyond.** Boston, AP Professional, 1995.

Orihuela, Jo.L.; Santos, M.L. **Introducción al diseño digital.** Madrid, Anaya Multimedia, 1999.

Palomo, M.B. **Estructura editorial: diseño, navegación y usabilidad.** En: Salaverría Aliaga, R. (coord.). *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España.* Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005, p.186-222.

Reiss, E. **Practical Information Architecture.** Harlow, UK: Pearson Education, 2000.

Rosenfeld, L.; Morville, P. **Information Architecture for the World Wide Web.** Sebastopol, CA, O' Reilly Media, 1998, 2002, 2006.

Tejedor, S. **La enseñanza del ciberperiodismo.** Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2007.

Sachs, T.; McClain, G. **Sitios web orientados al usuario.** Madrid, Prentice Hall, 2002.

Spence, R. **Information visualization.** Harlow, England, Addison-Wesley, 2000.

Sutcliffe, A. **Task-related information analysis.** *International Journal of Human-Computer Studies* 47, 1997, 223-57.

Spool, J.M.; Scanlon, T.; Schroeder, W.; Zinder, C.; DeAngelo, T. **Web Site Usability. A designer's Guide.** San Francisco, Morgan Kaufmann Publishers, Inc, 1999.

Van Dijk, P. **Information Architecture for Designers.** Mies, Suiza, Roto Vision, 2003.

Veloso, C. **Producción y Edición de Contenidos Online.** Buenos Aires, Pearson Educación, 2001.



Ware, C. **Information Visualization: Perception for Design**. Morgan Kaufman Publishers, 2000.

Wise, J.A. et al. **Visualizing the non-visual: spatial analysis and interaction with information from text documents**. Proceedings of the 1995 IEEE Symposium on Information Visualization. Disponível em:  
[http://www.cs.duke.edu/courses/spring03/cps296.8/papers/vis\\_non\\_visual.pdf](http://www.cs.duke.edu/courses/spring03/cps296.8/papers/vis_non_visual.pdf) , 1995.

Wurman, R.S. **Information Architects**. Nueva York, Graphis, 1997.

Wodtke, E. **Information Architecture: Blueprints for the Web**. Indianápolis, IN, New Riders, 2003.