

Proyecto  
"Gestión del conocimiento e intercambio de experiencias  
entre Telecentros Compartel y Telecentros comunitarios"



## IMPORTANCIA DE LOS CONTENIDOS EN INTERNET

Según Mónica Valle, en su artículo La Comunicación Organizacional de Cara al Siglo XXI, publicado en la revista Razón y Palabra

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n32/mvalle.html>

“la comunicación se constituye en esencia y herramienta estratégica para los procesos de redefinición de las relaciones de la organización con el entorno, la interacción con sus públicos tanto internos como externos, la definición de identidad y el uso y apropiación tecnológica que se requiere para Gerenciar la Comunicación Organizacional”. Así mismo, la comunicación es un elemento indispensable para lograr los objetivos de las organizaciones y para liderar cambios en éstas. La comunicación es necesaria en las organizaciones de carácter comercial, gubernamental y social y un punto clave en la comunicación organizacional son las nuevas tecnologías.

### Comunicación Organizacional y Nuevas Tecnologías

Con el advenimiento de las nuevas tecnologías, los profesionales de la comunicación encontraron una nueva herramienta para fortalecer la comunicación interna y externa de las empresas. Debido a esta invención, además de las publicaciones impresas, radiales y televisivas, los profesionales de esta área deben integrar a sus departamentos los correos electrónicos, las páginas web, los foros, los chat, etc.; de la misma manera, deben pensar a qué público tienen que llegar con estas nuevas herramientas.

El uso de dichas herramientas llevó a la reflexión sobre nuevas maneras de construir mensajes y el desarrollo de nuevas formas de expresión. Como dice Roman Gubern en la compilación Proyectar la Comunicación de Jesús Martín-Barbero y Armando Silva: "Las nuevas tecnologías no pueden estudiarse aisladamente y valorarse in vitro, pues son agentes activadores de procesos que afectan tanto las vidas cotidianas de las gentes como los procesos macrosociales de las colectividades". En la actualidad, los departamentos de comunicación de las organizaciones deben prestar atención especial a la forma en que integran las nuevas tecnologías a las estrategias globales de comunicación. Igualmente, aprender cómo expresar y estructurar los mensajes a través de las nuevas tecnologías: técnicas de redacción para periódicos digitales, arquitectura de la información, uso de herramientas multimedia como imágenes, videos y audio, participación en foros virtuales, la manera de enviar correos electrónicos y el momento apropiado para hacerlo, entre otros.

Martín –Barbero, Jesús – Silva, Armando. Proyectar la comunicación. Editorial Tercer Mundo. Bogotá, 1997



Internet es un medio novedoso que debe ser tratado como tal; es decir debe recibir la misma planeación, atención y dedicación que exige un medio como la radio, la televisión o la prensa cuando se planea una estrategia de comunicación.

Ejercicio: Visite las páginas del proyecto Banderas en Marte: <http://www.banderasenmarte.com> y la página de la Universidad Nacional de Colombia <http://www.unal.edu.co>, las cuales muestran una estrategia de comunicación que incluye otros medios como radio, televisión y prensa.

Internet es un medio que permite, además de la utilización de la multimedia, la interacción con el público. Una web abre la posibilidad de retroalimentación inmediata con el usuario, y esta comunicación de dos vías puede afectar la forma y el contenido de un sitio. Cuando un sitio está bien diseñado es porque corresponde a un conocimiento claro de su público. Ver ejemplo <http://www.radiosantafe.com>

### **Preguntas que se deben generar antes de iniciar un proyecto web**

**¿Debo realizar una página web o un programa de radio o televisión o tal vez un impreso?**

**¿Por qué se necesita el sitio web?**

**¿Quién va a ser el público objetivo del sitio web?**

**¿Cómo se puede lograr una comunicación más eficaz?**

En este sentido, la pregunta más importante es "¿Por qué se necesita el sitio web?". Cuando ya han sido identificadas las necesidades del sitio, sea para ofrecer un producto o servicio, debe centrarse únicamente en eso pues, entre más sencilla y clara, sea una página web, mucho mejor. El consumidor adquiere conocimiento en la medida en que se le de la información clara.

La siguiente pregunta, también importante es "¿Quién va a conectarse con él?". En este aspecto, se necesita identificar cuál va a ser el grupo objetivo al que le llegará lo que se está vendiendo. Para esto, se necesita hacer un estudio demográfico de la zona a la que se quiere ir. Es decir, empezar por los aspectos sociales, psicológicos, educativos, políticos, entre otros, como por ejemplo, el rango de edades, estratificación socioeconómica, niveles educativos, etc. Esto le dará una idea de cómo llegarle a su público, ya que sabrá sus necesidades específicas

La última pregunta más importante es la de "¿Cómo se puede lograr una comunicación más eficaz?", y esto se logra a través de la convergencia que haya entre la parte física y la digital. Para esto, hay que idearse una estrategia de comunicación en la que los dos elementos –tanto el físico como el virtual– se complementen, con un valor agregado para la red. Es decir, si lo que quiere vender es un producto, es importante que se muestre la personalidad del mismo a través de sus características, funciones y beneficios.



Si su producto sólo se venderá por la red, hay que idearse estrategias de marketing para que de a conocer lo que está vendiendo. "Lo que no se anuncia, no se vende" y "Es más importante ser que estar en Internet".

Una vez resueltas estas preguntas, se puede comenzar a pensar en el contenido del sitio. "Ya se que es lo que quieren los consumidores, ahora cómo se los voy a mostrar".

**Información tomada del documento de la ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO DIGITAL de la UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO del profesor Bernardo Rincón Martínez.**

### ¿Qué es la Arquitectura de la Información?

Es la forma en que está dispuesto el contenido en un sitio web, bien sean imágenes, videos, audios o textos, es también la manera como vamos a presentar los contenidos en una página. Cuando se emprende el diseño de un sitio web, éste debe realizarse en función del contenido del sitio. Lo más importante o esencial para mostrarle al usuario web, navegante o receptor debe ser más visible o de fácil acceso que otra información menos relevante. Un periodista digital debe tener claro que la arquitectura de la información es el fundamento para iniciar un proyecto web y que el diseño web es lo que le permite al usuario tener acceso a aquello que está buscando, además de dar una identidad visual a la página según su propósito.

Debemos recordar que las personas se acercan a un sitio web buscando información y así mismo, tener en cuenta las características del usuario web que ya hemos revisado en otros documentos. Si un usuario que llega a un sitio web encuentra la información necesaria y esto lo hace de una forma fácil y sencilla, seguramente este usuario volverá de nuevo a la página web.

### ¿Qué pasos debemos seguir para crear la arquitectura de información de un sitio web?

1. Antes de empezar a recolectar información se debe tener en cuenta la misión y los objetivos del sitio. Definir cuál será el enfoque y a quién va dirigido, también debe pensar si este va a estar atado a una estrategia de comunicación general que incluya otros medios como: impresos, programas de radio o televisión.
2. Recolectar la información de la organización, empresa, producto o medio de comunicación que se quiere llevar a la web.
3. Organización, clasificación y catalogación de la información para así definir los esquemas de organización de información.
4. Definir el flujo de información de la página. Clasificar los contenidos en estáticos y en flotantes o cambiantes. Si se trata de un medio de comunicación, por ejemplo, la información varía constantemente. Por esta razón se debe imaginar cuánta información

Proyecto  
"Gestión del conocimiento e intercambio de experiencias  
entre Telecentros Compartel y Telecentros comunitarios"



circulará para así estructurar las secciones o temáticas que tendrán contenidos cambiantes y especificar dónde se ubicarán en el sitio web.

5. Establecer las herramientas de interacción con el usuario o público y la importancia que éstas tendrán en el contenido.

6. Definir el nivel de inter-relación que tendrá la información

7. Finalmente, se comienzan a realizar las maquetas del sitio web definiendo los sistemas de navegación de una manera clara e intuitiva.

Algunos Tipos de Sistemas de Navegación:

<http://www.webestilo.com/guia/estruct2.php3>

Elementos de navegación:

<http://www.webtaller.com/maletin/articulos/elementos-navegacion-orientacion-usuario.php>

Recuerde que se deben ubicar en la primera página web la información o herramientas que los usuarios desean encontrar con mayor rapidez. No olvide ubicar la dirección, correo electrónico, teléfonos de contacto de la página pues son indispensables para pasar del contacto virtual al contacto físico.

Para ampliar información sobre la arquitectura de la información visite los siguientes enlaces:

[http://es.wikipedia.org/wiki/Arquitectura\\_de\\_la\\_informaci%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Arquitectura_de_la_informaci%C3%B3n)

<http://www.edu.enredo.org/spip.php?rubrique18>

<http://www.edu.enredo.org/spip.php?rubrique20>