

El diseño de la información en las experiencias interculturales: estudiantes de la UDLAP que viajan de intercambio a España

Tesis profesional presentada por **Gerardo Luna Gijón** [glunagijon@yahoo.com]

Maestría en Diseño de Información.

Departamento de Diseño de Gráfico. Escuela de Artes y Humanidades, Universidad de las Américas Puebla.

Jurado Calificador

Presidente: Mtro. Alejandro Ortiz Lima

Vocal y Director: Dra. Claudia Magallanes Blanco

Secretario: Mtro. Rolf Peter Seul Weiland

Cholula, Puebla, México a 7 de diciembre de 2005.

Abstract

La Universidad de las Américas, Puebla, envía en intercambio académico un promedio de 200 alumnos por semestre, quienes buscan vivir nuevas experiencias mientras adquieren conocimiento. Para estos estudiantes puede resultar que su primer acercamiento a otra cultura sea una experiencia frustrante.

Un concepto de naturaleza clínica es la noción de *shock cultural*, introducido por Oberg en 1960. El término se refiere a la idea de que el entrar en una nueva cultura es, potencialmente, una confusa y desorientadora experiencia. Que si bien es algo inevitable se puede ayudar mucho más a los estudiantes para estar preparados, haciendo que su tiempo de adaptación se reduzca y por tanto su calidad de vida mejore al entender las condiciones y situaciones que van a enfrentar en el nuevo país.

Este documento de tesis propone una comunidad virtual en donde los alumnos mexicanos que estudian en la UDLAP puedan intercambiar experiencias usando, como materia principal la narración de vivencias interculturales.

Así, los alumnos que van a viajar por un intercambio académico pueden tener un primer acercamiento a la cultura a la que van a ingresar, esperando con esto reducir el *shock* cultural que se produce en estas situaciones. De la misma forma aquellos estudiantes que ya se encuentran en otro país pueden servir como un apoyo, aportando sus experiencias y creando con esto una comunidad que se ayuda entre sí.

El objetivo del presente trabajo es entender cómo la comunicación de experiencias interculturales puede ser facilitada a través del uso de las nuevas tecnologías y las capacidades de la narrativa visual.



Introducción 5

Capítulo 1

1.1 UDLAP 15

1.2 Shock cultural 19

1.3 Encuentros interculturales y nuevas tecnologías 27

La red y las experiencias interculturales 29

1.4 La narrativa visual 33

Ventajas de la narrativa visual

en los procesos interculturales 35

Capítulo 2

2.1 Comunicación intercultural y nuevas tecnologías 51

Diversidad y comunicación humana 51

Creación del conocimiento en ambientes electrónicos 53

Aprendizaje colaborativo y el fenómeno intercultural 56

2.2 Comunicación y Narrativa visual 61

*La narrativa visual y la tecnología digital
como ayuda en las experiencias culturales 61*

Capítulo 3

3.1 Estudio de sitios 73

Análisis de sitios electrónicos de universidades

que participan en intercambios internacionales 73

<i>Benchmarking</i>	73
<i>Análisis general de la estructura discursiva en los sitios revisados</i>	100
3.2 Diseño de información	103
<i>Audiencias</i>	104
<i>Necesidades</i>	105
<i>Estructura del sitio</i>	105
<i>Escenarios</i>	111
<i>La psicología del usuario</i>	114
<i>Personas</i>	116
<i>Escenas</i>	120
<i>Principios organizacionales</i>	121
<i>Objetivos de conversión</i>	125
3.3 Presentación del proyecto a nivel dummy	127

Conclusión 147

Referencias

<i>Bibliografía</i>	155
<i>Hemerografía</i>	158
<i>Infografía</i>	159
<i>Apéndice</i>	160

Introducción



El objetivo del presente trabajo es entender cómo la comunicación de experiencias interculturales puede ser facilitada a través del uso de las nuevas tecnologías y las capacidades de la narrativa visual.

Concretamente se tiene la siguiente hipótesis:

o Un sistema de intercambio de conocimiento a través de Internet facilitará el aprendizaje de experiencias interculturales entre los estudiantes de la UDLAP que viajan a otro país de intercambio.

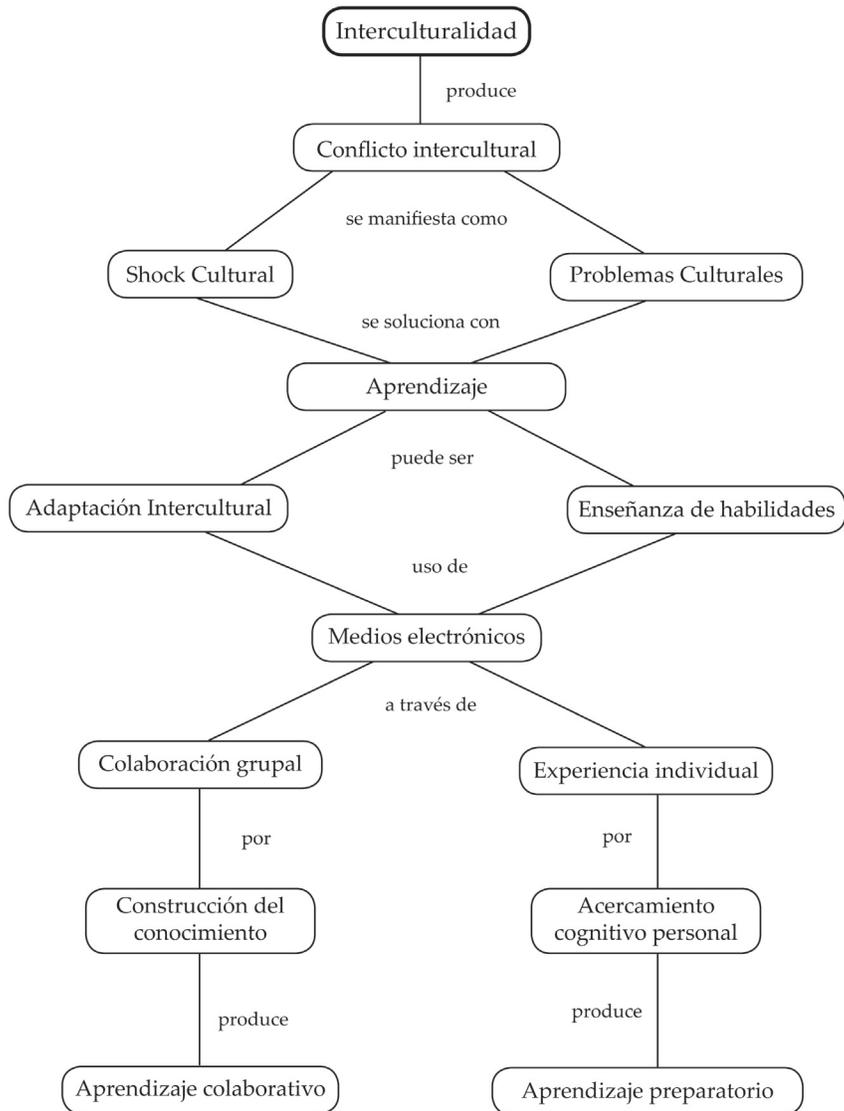
La propuesta inicial de marco teórico involucra los siguientes grandes temas a considerar en la investigación:

- o Investigación de la problemática del shock cultural.
- o Búsqueda de estudios sobre los procesos interculturales.
- o La Internet como medio de aprendizaje grupal.
- o Métodos de aprendizaje colaborativo electrónico.
- o Desarrollo de interfaz.

Lo anterior puede ser visualizado en forma de mapa conceptual como se muestra en la figura 1.

Este documento de tesis propone una comunidad virtual en donde los alumnos mexicanos que estudian en la UDLAP puedan intercambiar experiencias usando, como materia principal la narración de vivencias interculturales. Este intercambio será a través de secuencias de imágenes (narrativa visual) respaldadas con las capacidades que ofrecen los medios electrónicos como son el sonido, el movimiento y sobre todo la interacción. Concretamente este proyecto consiste en que a través del diseño de la información se genere un modelo electrónico de narraciones visuales que facilite la experiencia de la vida cotidiana de alumnos que se van de intercambio, apoyado en la experiencia de otros estudiantes que se han ido previamente, para compartir vivencias y preparar a los estudiantes que salen de México. De esta forma se facilita el proceso de adaptación intercultural, el cual se define como el grado

figura 1: Guía inicial de temas y sub-temas.
presentado en forma de mapa conceptual



introducción

de cambio que ocurre cuando un individuo pasa de un ambiente familiar a uno que no le es familiar (Ting-Toomey, 1999).

Así, los alumnos que van a viajar por un intercambio académico pueden tener un primer acercamiento a la cultura a la que van a ingresar, esperando con esto reducir el choque cultural que se produce en estas situaciones. De la misma forma aquellos estudiantes que ya se encuentran estudiando en otro país puedan servir como un apoyo a los primeros, aportando sus experiencias y creando con esto una comunidad que se ayuda entre sí a la vez que abre las mentes y facilita el contacto entre distintas formas de pensar, promoviendo la capacidad de adaptarse a circunstancias culturalmente diferentes. El objetivo es crear una atmósfera donde el desarrollo de la amistad se facilite (Bochner & Furnham, 1989).

Para desarrollar el proyecto se empleará la metodología de David Sless (2004) que propone:

Scoping (asegurarse de que todos los factores necesarios para el diseño son tomados en cuenta)

Benchmarking (hacer pruebas/análisis para determinar como un diseño existente se está desempeñando)

Diseño

Pruebas

Refinamiento

De lo anterior se desprende que tendremos los siguientes indicadores metodológicos para este proyecto:

Estudio del contexto del usuario

Lenguaje que usa

Claves visuales

Acercamiento cognitivo de acuerdo al estilo de aprendizaje del usuario

Desarrollo de metáforas

Mapas mentales

Desarrollo de estrategias que inviten a la participación

Herramientas/Métodos para intercambiar ideas

Se realizará un estudio de tipo cualitativo, usando técnica de entrevista a profundidad para obtener información de las vivencias de los

estudiantes, que se usará para elaborar la estructura de navegación del modelo electrónico y para crear las narrativas electrónicas.

Las narraciones electrónicas se refieren a los medios electrónicos y al arte de contar historias por medio de imágenes secuenciales, indicando que son capaces de trabajar en conjunto promoviendo la comunicación intercultural al sumar sus capacidades, como transmitir información a una diversidad de audiencias, crear comunidades que están en contacto las 24 horas del día, aumentar la accesibilidad de parte de las personas a la tecnología y sus contenidos, fomentar la ruptura de fronteras y aún así reforzar los lazos de identidad, y el fácil entendimiento de su código, la capacidad de comunicar mucha información con tan solo unas líneas y el acercamiento emocional que puede producir.

Para esto en el primer capítulo entenderemos cuál es el contexto actual de la UDLAP, cómo funciona su principal órgano de cooperación internacional y por qué surge la necesidad de crear un modelo electrónico donde se intercambien experiencias. Todo esto con el objetivo final de desarrollar un sitio que cumpla con todas las funciones que son generadas por estos grandes temas, sus características estratégicas y funcionales.

A continuación veremos como los encuentros interculturales crean conflictos entre las personas y como las nuevas tecnologías pueden ayudar a disminuirlos. Luego exploraremos la naturaleza de la narrativa visual, específicamente de su manifestación cultural más conocida, **el cómic**, y finalizaremos el capítulo adentrándonos en como estos medios son compatibles y pueden facilitar la comunicación de experiencias.

Entonces pasaremos en el segundo capítulo analizaremos cómo la *web* puede facilitar el intercambio de vivencias interculturales; el cómo los medios electrónicos pueden trabajar en conjunto con las estrategias de intercambio de conocimiento promoviendo la comunicación ayudados por la narrativa visual electrónica de experiencias personales.

Finalmente, en la tercera parte de la tesis exploraremos los sitios electrónicos de varias universidades para entender qué han imple-

introducción

mentado para ayudar a sus estudiantes en el proceso de pasar a otra cultura, y cómo ayudan o desconciertan a sus estudiantes al momento en que requieren de apoyo para lograr un viaje exitoso de estudios a otro país y hacer más placentera su estancia. Lo cual nos llevará a analizar y desarrollar el perfil de usuario al que está dirigido el objeto de diseño de la tesis, entendiendo sus deseos y necesidades, los problemas que enfrenta, las posibilidades para el proyecto y hacer una predicción de los resultados que pueden ser logrados. Terminaremos con la presentación del modelo electrónico que servirá de apoyo a los estudiantes de la UDLAP que viajan por un intercambio académico.

Capítulo 1



Edward T. Hall dice: “No hay un solo aspecto de la vida humana que no es tocado y alterado por la cultura. Cada cultura tiene su propia identidad, lenguaje, sistema no-verbal de comunicación, cultura material, historia y maneras de hacer las cosas” (1989, p. 2, 16). Cualquier persona que viaja a un lugar distinto tiene por lo menos que aprender las reglas básicas de comportamiento para poder ser considerado socialmente apto en el nuevo ambiente dónde se desenvuelve.

El viajar es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos ya sea por motivos de descanso, recreación, cultura o salud; consiste en trasladarse de su lugar de origen a otro, generando interrelaciones de importancia económica y cultural (Nava, 2003). De la actividad del viajar se desarrolla la modalidad de turismo, que es la afición a viajar para conocer un país o una región y la organización de los medios que permiten y facilitan esos viajes para el recreo, paseo, diversión y conocimiento (Gómez, 2003).

Según Velasco y Aguirre (2004), en la actualidad existe el concepto de turismo estudiantil, que es aquella modalidad con la particularidad de que el turista en cuestión es una persona que, independientemente de la edad, realiza cursos de cualquier nivel académico (universitario, postgrado, etc.). Se ha estimado que alrededor del mundo hay más de medio millón de estudiantes y becarios transnacionales en instituciones de enseñanza superior (Furnham & Bochner, 1986).

Klineberg (1981) ha sugerido que los viajes académicos deben ser registrados como una historia de vida. También señala que las experiencias de preparación antes del viaje, los niveles de competencia y el grado de preparación afectarán los sucesos que ocurran, lo cual a su vez tendrá un impacto en la vida del individuo después del regreso a su país. Estas etapas variadas pueden ser enlistadas convenientemente para su estudio: *preparación*, que incluye el reunir información práctica y cultural acerca de la nueva sociedad y

1

entrenamiento en el lenguaje; *la experiencia académica* que se vive en el extranjero, especialmente si ésta lleva a un éxito o fracaso formal; *adaptación* general al nuevo ambiente, que incluye el hacer nuevos amigos dentro de la nueva sociedad; finalmente el *regreso* al hogar, que abarca el análisis de si la persona es aceptada de vuelta dentro de su cultura de origen, si consigue un buen trabajo, reconocimiento social, etc. (Furnham & Bochner, 1986).

La Universidad de las Américas, Puebla es hoy una de las universidades privadas de mayor prestigio y tradición en México que goza de reconocimiento a nivel internacional. La calidad académica, la diversidad de sus carreras, el atractivo de su campus, los colegios residenciales, su cercanía a zonas arqueológicas, a la arquitectura colonial y al México moderno, hacen de la Universidad una institución sin igual (Universidad de las Américas, Puebla [UDLAP], <http://www.udlap.mx/conoce/bienvenida.html>, revisada en noviembre, 2004).

La Universidad de las Américas fue fundada en la Ciudad de México en 1940 con el nombre de *Mexico City College*, por el Doctor Henry L. Cain, por aquel entonces superintendente de la Fundación del Colegio Americano, y el Doctor Paul V. Murray, director de la escuela preparatoria de la misma fundación. El Doctor Cain fue investido como primer Rector. En 1947 fue fundada la Escuela de Postgrado, nombrándose a la Doctora Lorna L. Stafford y al Doctor José Gaos como co-directores (UDLAP, <http://www.udlap.mx/conoce/historia.html>, revisada en octubre 25, 2005).

En 1963 cambió el nombre por *University of the Americas*. Se organizó en tres escuelas: Artes y Ciencias, Escuela de Graduados y el *Mexico City College*. En 1967 la Fundación Mary Street Jenkins junto con la Agencia para el Desarrollo Internacional del Gobierno de los Estados Unidos le asignaron fondos sustanciales para que se estableciera en el Estado de Puebla. Para 1968 cambió su nombre legalmente a Universidad de las Américas, A.C. y sus estudios fueron reconocidos por las autoridades educativas del Estado de Puebla. Inició la construcción del nuevo campus en la Ex-hacienda de Santa Catarina Mártir, municipio de San Andrés Cholula. Se iniciaron clases de ingeniería en el edificio del Colegio Americano de Puebla. En 1976 obtuvo el registro de los programas de estudio por parte de la Dirección General de Profesiones de la Secretaría de Educación Pública Federal (UDLAP, <http://www.udlap.mx/conoce/historia.html>, revisada en octubre 25, 2005).

1

La universidad hoy en día cuenta con una amplia gama de disciplinas académicas. Actualmente las áreas en las que la universidad está dividida son: Escuela de Negocios, Escuela de Artes y Humanidades, Escuela de Ciencias Sociales, Escuela de Ciencias y Escuela de Ingeniería. Sumando en conjunto 39 programas de licenciatura, 22 de maestría (incluyendo 2 maestrías a distancia) y dos doctorados. Mediante la docencia, el compromiso de la UDLAP es el de formar nuevas generaciones que cuenten, entre otras cosas, con un nivel profesional sobresaliente, con capacidad de liderazgo, con valores éticos universales, con experiencia internacional y que estén comprometidos con la sociedad (UDLAP, <http://www.udlap.mx/conoce/bienvenida.html>, revisada en noviembre, 2004).

La UDLAP quiere ubicarse a la vanguardia tanto por la calidad de la docencia y de la investigación que en ella se practiquen como por su influencia en las políticas públicas y en el desarrollo científico, económico, educativo, social, y tecnológico de la sociedad, así como por su intensa vida cultural, proyección internacional, relación con el medio que la rodea, y labor social. Las acciones institucionales están orientadas para que los estudiantes, además de obtener una excelente formación académica y profesional, cuenten con la oportunidad para desarrollar, entre otras cosas, actividades culturales y deportivas, habilidades de liderazgo, sensibilidad social, y conocimiento de otras culturas (UDLAP, <http://www.udlap.mx/conoce/bienvenida.html>, revisada en noviembre, 2004).

La UDLAP continuamente apoya la consolidación de una comunidad universitaria diversa en donde profesores, empleados y estudiantes con diferentes nacionalidades, culturas, formaciones intelectuales, etnias, posiciones políticas, religiones y razas puedan convivir en un ambiente de intercambio de ideas, de diálogo respetuoso, de trabajo constructivo, de armonía, y de enriquecimiento mutuo, para bien de ellos mismos, de la ciencia, de la cultura y de la sociedad en general (UDLAP, <http://www.udlap.mx/conoce/bienvenida.html>, revisada en noviembre, 2004).

La universidad se distingue por la consolidación de la internacionalización de sus actividades de docencia, investigación y extensión, al ofrecer oportunidades internacionales para los miembros de su comunidad. En particular, promueve que sus estudiantes tengan

una experiencia académica internacional que contribuya a enriquecer su perfil profesional (UDLAP, <http://www.udlap.mx/conoce/bienvenida.html>, revisada en noviembre, 2004).

LA UDLAP participa activamente en diversas asociaciones universitarias nacionales e internacionales y mantiene con ellas una comunicación permanente. De estas asociaciones recibe información y asesoría para todo tipo de procesos (UDLAP, 2005).

Actualmente, la UDLAP cuenta con las siguientes afiliaciones (UDLAP, 2005):

- AMIGOS** - Red Nacional de Cooperación Bibliotecaria
- AMPEI** - Asociación Mexicana para la Educación Internacional
- ANFEI** - Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Ingeniería
- ANUIES** - Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior
- CLARA** - Cooperación Latino Americana de Redes Avanzadas
- College Board
- CONAHEC** - Consortium for North American Higher Education Collaboration
- CUDI** - Corporación Universitaria para el Desarrollo de Internet
- SACS** – Southern Association of Colleges and Schools
- UNIVERSIA** – Organización de universidades en Internet.

La Universidad busca la excelencia académica de sus egresados y una alta calidad en las investigaciones que realizan sus profesores e investigadores. En tal sentido, orienta sus esfuerzos para brindar un servicio educativo de alto nivel, lograr la formación integral de sus estudiantes, mantener un ambiente multicultural basado en el respeto y promover la comprensión internacional (UDLAP, <http://www.udlap.mx/conoce/bienvenida.html>, revisada en noviembre, 2004). Por lo anterior es claro que una de las prioridades de la institución debe ser la educación que promueva el entendimiento cultural, especialmente para la vida fuera de nuestro país, ya que uno de los principales atractivos de la UDLAP es la posibilidad de que sus estudiantes puedan viajar en intercambios académicos a diversas partes del mundo, con lo que son expuestos a ambientes totalmente diferente en los que pueden sufrir percances debido a falta de habilidad para desenvolverse en la nueva sociedad.



A través de la Dirección de Asuntos Internacionales se ofrece a la comunidad universitaria la oportunidad de vivir una experiencia académica internacional en el extranjero, gracias a diferentes programas y actividades que cada año se organizan para los estudiantes (UDLAP, 2004).

La Dirección de Asuntos Internacionales representa el principal órgano de cooperación internacional de la UDLAP, llevando en funciones aproximadamente diez años. Se apoya en cinco departamentos para llevar a cabo sus actividades y proyectos de vinculación con universidades, institutos y otras entidades en México y alrededor del mundo (UDLAP, <http://www.udlap.mx/internacional/>, revisada en octubre 25, 2005). Estos departamentos y sus respectivas áreas son (UDLAP, 2004):

Mercadotecnia Internacional: coordinación de sistemas de información.

Cooperación internacional: coordinación de asuntos migratorios, coordinación de cooperación internacional.

Educación internacional: coordinación de estudios en el extranjero, coordinación de estudiantes internacionales, coordinación administrativa, coordinación de reclutamiento y orientación.

Inmersión profesional y comunitaria: coordinación de prácticas en el extranjero, coordinación de inmersión profesional y comunitaria en México.

Centro internacional de lengua y cultura: coordinación académica, coordinación de operaciones, coordinación de programas de idioma en el extranjero, coordinación administrativa.

La misión de esta dirección se basa en integrar a la universidad en el proceso de la globalización, fenómeno que también concierne al mundo de la educación superior, a través de diversos procesos como son los convenios académicos, las prácticas profesionales en México y en otros países así como los programas de idiomas diseñados para la comunidad internacional (UDLAP, <http://www.udlap.mx/internacional/>, revisada en octubre 25, 2005). Con estos

1

instrumentos de colaboración se ofrece a los estudiantes la oportunidad de vivir una experiencia internacional y de convivir con estudiantes y profesores de otras universidades, ya sea en el campus de la UDLAP o en otro país.

El Departamento de Educación Internacional, apoya la experiencia académica internacional, a través de más de 150 convenios con universidades en más de 26 países. Como:

Alemania, Argentina, Australia, Brasil, Bélgica, Canadá, Chile, Corea, Dinamarca, España, Escocia, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Holanda, Inglaterra, Italia, Israel, Japón, Nueva Zelanda, Perú, Singapur, Sudáfrica, Suecia y Suiza (UDLAP, http://www.udlap.mx/int/estududla/inter_lic.html, revisada en octubre 25, 2005).

Contando con diferentes tipos de Intercambio académico:

Bilaterales: Por uno o dos semestres, para todas las carreras.

Doble Grado: Se obtiene doble diploma, uno por parte de la UDLA y otro en la universidad anfitriona.

Se emiten dos convocatorias al año, que corresponden a los periodos de primavera y otoño, para enterar a los estudiantes de que los procesos de selección han comenzado. Para que un alumno pueda participar en un intercambio académico debe cumplir con tener un promedio mínimo de 8 y haber cursado al menos tres semestres, además de entregar la documentación requerida para poder realizar el trámite (UDLAP, http://www.udlap.mx/int/estududla/inter_lic.html, revisada en octubre 25, 2005).

Una vez que los estudiantes entregan los documentos completos a la Coordinación de Reclutamiento y Orientación en las fechas establecidas, se presentan las solicitudes al Comité de Asuntos Internacionales, que se encargará de seleccionar a los candidatos de intercambio a las universidades prospecto. Una vez que han sido elegidos los candidatos, se requiere una segunda entrega de documentos, para poder enviar sus solicitudes a las universidades prospecto para que éstas decidan si aceptan al estudiante o no

mediante una carta de aceptación que sirve para hacer el trámite migratorio. Se sabe que por semestre se van de intercambio en promedio 200 alumnos (Dirección de Asuntos Internacionales, 2004).

1

Para el proyecto de tesis se ha seleccionado como caso de estudio los intercambios a España, ya que en pláticas con el personal del departamento de Educación Internacional de la Dirección de Asuntos Internacionales, específicamente con Mariana Muñoz Couto, Olga Cantú y Ana Jiménez (ver figura 2), se determinó que este país presenta un reto para muchos estudiantes que viajan a él.

Inicialmente se puede pensar que España es un país que no ofrece problemas de adaptación para los estudiantes mexicanos, ya que tenemos raíces en común y hablamos la misma lengua, pero esto no es así, de hecho la mayoría de las veces entre una cultura sea más cercana a la nuestra, tendemos a subestimar las diferencias, que para nuestra sorpresa pueden ser causa de conflictos. Por ejemplo tenemos a continuación un extracto de la entrevista realizada a Pilar Aguilar Nájera en noviembre de 2004, estudiante de economía de la UDLAP que viajó a España hace dos años:

“Fueron 2 primeros meses terribles, en los que así como que entraba yo al salón de clases y entraba yo así como máquina, llegaba, me sentaba y escuchaba la clase, en algunos momentos me tenía yo que salir porque no, como que me ganaba el sueño y yo creo que tardé como una semana en no cambiar la hora, ja, así, “es que esta es la hora de México, es que ahorita yo estaría y mis papás están, y mis amigos y...”, entonces te digo, fueron yo creo que dos primeros meses en los que, así como que me encerré, ¿no?, y sí, extrañaba muchísimo, en momentos me ponía a llorar, y... pero bueno de tres meses a un tiempo que estuve, ¡feliz!, ja, o sea, empiezas a conocer, empiezas a relacionarte, te vas acostumbrando al estilo de vida, a la forma de ser de los españoles, porque, si suelen ser un poco grotescos en la forma de tratar [...] no sé, digo, uno en México está acostumbrado a “muchas gracias, buenas tardes, por favor me podría dar”, cosas así. En España era de que, no sé, ibas al súper y esperabas así con la mano así puesta que te dieran el cambio y te lo aventaban, ja, entonces tú como que así “graaacias”, o saludabas al vecino de buenas tardes y se te quedaba viendo con cara de “y a esta que le pasa”, y cosas así, ¿no?, de ese estilo.”

Al tiempo que los programas internacionales ganaban fuerza en todo el mundo en la década de 1950, se hizo claro que muchos

1

Figura 2

Mariana Muñoz

Ana Jiménez

Olga Cantú



“Olga Cantú:... aunque hayan viajado muchísimo, aunque dominen el idioma, aunque sean muy maduros, algunos si la ven difícil estando en países semejantes como podría ser América latina, entran en choque cultural...” (Extracto de entrevista realizado al personal de la Dirección de Asuntos Internacionales en noviembre de 2004).

estudiantes foráneos estaban experimentando serias dificultades psicológicas. Cuando se tomó conciencia de esto, una gran cantidad de investigación comenzó a realizarse. Un concepto de naturaleza clínica es la noción de *shock cultural*, según Furnham & Bochner (1986) fue introducido por Oberg en 1960. El término se refiere a la idea de que el entrar en una nueva cultura es, potencialmente, una confusa y desorientadora experiencia.

Se puede afirmar que si bien el *shock cultural* es algo inevitable se puede ayudar mucho más a los estudiantes para estar preparados, haciendo que su tiempo de adaptación se reduzca y por tanto su calidad de vida mejore al entender las condiciones y situaciones que van a enfrentar en el nuevo país teniendo modelos mentales que les facilite el poder desarrollar soluciones sociales de manera dinámica y autogestiva.

En el caso de la UDLAP, se puede decir que los problemas de adaptación de los estudiantes que viajan a otro país comienzan al momento de la preparación que señala Klineberg (y que a la larga repercute en las siguientes etapas). Esta afirmación se basa por un lado en la información recabada por medio de entrevistas realizadas a estudiantes que han viajado y en las que se habló de esta preparación, y por otro lado al observar en juntas informativas cómo el personal de la Dirección de Asuntos Internacionales proporciona información a las personas que quieren viajar, ya que al momento de iniciar su proceso de intercambio están más preocupados (tanto la Dirección como los alumnos) por los pasos administrativos que involucra que en dar y buscar información contextual valiosa del país al que se desea ir.

Claro que no todos los casos son así, existen alumnos que por cuenta propia buscan saber como es el contexto del país. Esto lo hacen de di-versas formas como son el buscar a estudiantes que ya han viajado o a nativos del lugar al que desean ir, pero este proceso puede ser difícil ya sea por falta de cooperación de estas personas que poseen la información o por simplemente no poder contactarlas. Es aquí donde entra la red y específicamente la interfaz que se propone como una herramienta que puede proporcionar un espacio donde se reúna esta información, y esté disponible las 24 horas del día en el momento en que se requiera con tan sólo un clic

1

de distancia. Los espacios electrónicos proporcionan un ambiente adecuado para que las personas platiquen y compartan el saber, pero para ello se debe tener un entendimiento de lo que se puede lograr y qué necesitan las personas para hacerlo.

Las supercarreteras de la comunicación conformadas por la extraordinaria expansión de las tecnologías de la información y de la comunicación (ICTs) nos ofrecen nuevas oportunidades y espacios para intercambiar, crear, debatir, actuar y expandir nuestro conocimiento del mundo, expandiendo nuestros horizontes. En la actualidad, el principal foco de atención se encuentra en el comercio electrónico y en los asuntos económicos. Sin embargo, los aspectos culturales del desarrollo de los ICTs no son menos importantes en vista de las consecuencias para la sociedad y el rol de estos ICTs en el proceso de globalización (UNESCO, 2000).

Existen signos que aseguran que los ICTs alentarán el respeto hacia las diferentes formas de expresión y representación. La Internet es un medio integral de este colectivo. En vista de que está basada en la distribución de input en formato digital, nos permite tanto el producir como el consumir la información; hace posible un modelo para organizar o compartir imágenes, archivos de audio y cualquier clase de materiales de todo tipo de fuentes. Esta información no necesariamente debe de estar limitada a la red, puede ser distribuida en otros formatos como CD rooms para aumentar la amplitud del acceso (UNESCO, 2000).

Un tema de sumo interés para los grupos sociales se refiere a las nuevas formas en que el conocimiento cultural es creado por las experiencias colaborativas en línea y un acercamiento mucho más sensibles a los aspectos cognitivos de las relaciones tecnológicas-culturales. Ambientes tecnológicos culturalmente sensitivos llamados “zonas de confort cultural” pueden no solamente fomentar la participación de géneros sino que además proporcionan un verdadero acceso a los recursos disponibles en los ICTs (UNESCO, 2000). Con la Internet, debemos desarrollar nuevas analogías ya que las viejas no aplican a este nuevo marco de referencia. Para poder cruzar esta barrera, debemos familiarizarnos con lo no familiar, participar en la oportunidad de diálogo que provee la Internet, desarrollar protocolos con los que estemos confortables y apegar-

shock cultural

nos a ellos. Algo es complejo hasta que nos familiarizamos con eso (Wurman, 2001).

Esto nos lleva a tocar el tema de cómo los grupos culturales y los individuos que los conforman reaccionan ante la presencia de estos nuevos avances tecnológicos.

1

Uno de los aspectos más difíciles del conocimiento social para mucha gente es que este es más casual que la información, y las experiencias que crea son más personales (Wurman, 2001). La situación de los grupos tiene mucho en común con la situación de los individuos. Mientras más crecen y se expanden, entran en contacto con otros grupos. La experiencia del contacto cultural se convierte en una de las más importantes fuentes de información en la cual se basa el conocimiento que se adquiere –y también de los conflictos por los que se sufre-. Según Glenn y Glenn, esto es lo que se llama humanidad (1982). ¿Cómo se comportan las personas con respecto a aquellos que son de una comunidad diferente?, ¿Cómo deberían de comportarse?

Estas preguntas son igualmente relevantes tanto al nivel de relaciones interpersonales, como a niveles de relaciones entre países o en contextos interculturales. Nuestras opciones en cuanto a nuestra herencia cultural, en la forma en que nos relacionamos con otros que tienen diferentes tradiciones y en la manera en la que creamos nuevos mapas culturales tridimensionales del mundo, es lo que va a dar forma a las sociedades del siglo XXI. Todo tipo de distinciones permean la vida cotidiana. Las personas y las culturas definen y construyen el “nosotros” y el “ellos” como una parte de las relaciones históricas y culturales. De qué lado nos encontramos –y qué actitud mostramos hacia el otro- es variable y depende de las circunstancias históricas y locales (UNESCO, 2000).

“El imaginar la diferencia es el primer paso para la aceptación de los otros. Nosotros debemos aprender a sujetar aquello que no podemos abrazar. Es en esto, en el enfatizar el poder de nuestra imaginación de poder entender lo que está enfrente de nosotros, es dónde yace el uso de la diversidad y del estudio de ésta” (UNESCO, 2000: 27). El pluralismo y la promoción de la creatividad deben ser conceptos implícitos en nuestra idea de cómo la diversidad puede ser guiada para contener el conflicto. La creación de mecanismos de diálogo y la comunicación abierta –después de todo, cultura es

1

relacionarse con otros- es uno de los objetivos que debe buscar (UNESCO, 2000).

¿Cómo una pieza de cultura puede ser preservada e incluso ser alimentada y cambiada en un ambiente digital? Esta pregunta no puede ser respondida tan solo describiendo capacidades de procesador, o definiendo software, aunque estos elementos son importantes. En cambio la respuesta a la cuestión puede ser mejor respondida si consideramos la visión de lo que queremos lograr. La tecnología digital, especialmente en la *World Wide Web*, le da a cada persona conectada la oportunidad de consumir todo lo que hay en la red, además de producir información propia y añadirla a ésta. La red también conecta contenidos con respuestas personales y experiencias compartidas. En la red podemos producir un modelo participativo que demuestra que el visitante-aprendiz se puede convertir en el educador o el narrador, es decir, el eslabón perdido para identificar uso u origen, y un valioso miembro para una comunidad. Más importante es que este visitante-aprendiz se convierte en un colaborador. Lo que se debe buscar es crear una experiencia inmersiva donde podamos conocer, hablar, documentar, ver, trabajar en conjunto y mantener una memoria de todas estas actividades (UNESCO, 2000). El aprendizaje se facilita al estar abiertos a la interacción entre nosotros y la audiencia. Con una verdadera experiencia abierta de pregunta-y-respuesta, todos se benefician porque las partes están aprendiendo de cada una (Wurman, 2001).

Podemos apreciar mucho mejor el beneficio de un punto de vista global cuando está contenido en un contexto cultural. Escuchamos mejor a las personas si conocemos su cultura. Al crear comunidades culturales, lingüísticas, nacionales o de intereses especiales alrededor de *websites*, podemos proveer un mejor y mucho más seguro punto de entrada para poblaciones culturalmente sensitivas (UNESCO, 2000). El aprendizaje puede ser visto como la adquisición de información; el interés permea toda ocupación y precede al aprendizaje (Wurman, 2001). Podemos establecer claves visuales y culturales que permitan a las personas trasladarse de donde se encuentran (su casa) hacia su comunidad y finalmente al mundo mismo (UNESCO, 2000).

Zonas de confort cultural son necesarias en la forma de interfases y metáforas que puedan exitosamente mediar el choque entre culturas. No es accidente que la unidad mínima de presentación en la *World Wide Web* sea llamada “home page”. Ésta es una metáfora geográfica que es muy útil con respecto a la cultura. Geográficamente el hogar es el lugar de mayor control cultural, porque aquí es donde el individuo tiene su capacidad de escoger lenguaje, comportamiento cultural y seleccionar instrumentos culturales. La comunidad también tiene mayor armonía ya que las personas pueden escoger el vivir en un lugar dónde se encuentren cómodas. Desde estas zonas uno se puede mover en el mundo, reconociendo que cada vez que cruzamos una línea tenemos que ejercer una tolerancia cultural ya que estamos entrando en una nueva cultura (UNESCO, 2000). La página inicio debe responder cuatro preguntas al visitante que entra por vez primera: ¿Qué es esto?, ¿Qué hay aquí?, ¿Qué puedo hacer en este lugar?, ¿Por qué debería estar aquí y no en otro lugar? Si el usuario logra entender todo lo anterior, entonces hay mayor posibilidad de que interprete correctamente lo que ve en la página, lo cual aumenta la probabilidad de que disfrute de una experiencia más satisfactoria y exitosa (Krug, 2000).

La red y las experiencias interculturales

Si creemos que cultura es “una masa de estímulos en interacción” (UNESCO, 1998), entonces ¿cómo nuestras instituciones van a preservar, celebrar, reflejar e incluso estimular la variedad de culturas y su cambio dinámico? La sociedad ha dejado este reto a sus bibliotecas, archivos y museos. Estas instituciones acumulan los artefactos de la cultura basados en diversos criterios. Existen muchos materiales no guardados en este tipo de instituciones que pueden proveer importante información cultural y poseer un valor intrínseco para una cierta comunidad. También hay tesoros culturales que son intangibles y no pueden ser almacenados dentro de un espacio físico para su conservación. Frecuentemente las personas piensan que estas cosas son muy valiosas para perderse y se preguntan qué hacer con ellas. Con la llegada de la tecnología digital, podemos crear las representaciones de estas diversas formaciones. Podemos crear conexiones enganchando directamente al observador. La gente puede compartir sus relaciones personales con lugares y objetos, al mismo tiempo pueden documentar su

1

propio uso del lenguaje al relatar experiencias y describir objetos (UNESCO, 2000).

Así, la idea de que podemos seguir o perseguir un interés dentro de una gran variedad de otros intereses hace nuestras opciones menos amenazantes. Podemos saltar a cualquier tema en cualquier nivel, y no solamente seguir el sujeto a grandes niveles de complejidad. (Wurman, 2001).

La filtración social es uno de los más poderosos mecanismos para descubrir información en internet, hoy día las personas se conectan a la red para obtener información que les permita realizar sus tareas (Nielsen, 2000). La cooperación crea posibilidades, la riqueza de tener múltiples puntos de vista en ambientes *web* de aprendizaje, si es bien canalizada, puede ayudar a la formación de perspectivas innovadoras. Los conflictos son positivos cuando los colaboradores se comunican y aprenden a negociar para alcanzar un entendimiento compartido, descubrir nuevos caminos y construir ideas juntos. El compartir, intercambiar y negociar provee a los aprendices de la oportunidad para profundizar en su entendimiento (Wang, 2001). Si el aprendizaje a distancia es manejado dentro de un paradigma centrado en el usuario (donde el individuo puede explorar el conocimiento por su cuenta e imponer su propio ritmo) (Cvetkovic et al, 2002), entonces el proceso del aprender puede hacer crecer el concepto de aprendizaje abierto (Marjanovic & Cecez-Keemarov, 1996).

Estas observaciones acerca de la capacidad de la tecnología de la información, el amplio margen de herencia cultural y el comportamiento y actividad de las personas en la *World Wide Web* deben indicarnos que la cultura puede ser facilitada en un ambiente digital. Podemos desarrollar un modelo para recolectar, almacenar, acceder, interpretar y compartir herencia cultural llamado "*digital collective*" (UNESCO, 2000).

Para sobrepasar la división de la cultura, se deben desarrollar metáforas que ayuden a los usuarios de la red para navegar a gusto a través de diversos materiales culturales (UNESCO, 2000). Es en este punto donde podemos encontrar ayuda en el uso de la narrativa visual, la cual es una forma de creación de metáforas, que nos permite de

una manera sencilla pero efectiva el transmitir la información de nuestras experiencias, convirtiendo a esta forma visual en una solución adecuada para transmitir información cultural. Sobre todo si tomamos en cuenta que para las generaciones jóvenes que han crecido con la televisión, computadoras y videojuegos, el procesar información verbal y visual en varios niveles es algo natural, incluso preferible (Eisner, 1996).

1

1.4 LA NARRATIVA VISUAL

1

El narrar historias está profundamente arraigado en el comportamiento social de los grupos humanos. Existen diferentes maneras de contar una historia, la tecnología proporciona muchos vehículos de transmisión, pero fundamentalmente hay dos formas importantes: palabras (orales o escritas) e imágenes. Las historias son usadas para enseñar comportamientos dentro de la comunidad, discutir valores y moral, o para satisfacer la curiosidad. En ellas se dramatizan las relaciones sociales y los problemas de la vida, transmitir ideas o plantear fantasías. El narrar una historia requiere de habilidad. Con el paso de las centurias la tecnología ha provisto de papel, máquinas impresoras y dispositivos de almacenaje electrónico. Al tiempo que estos desarrollos evolucionaban, afectaban a su vez las artes narrativas (Eisner, 1996).

A partir de la segunda mitad del siglo veinte nuestra cultura ha experimentado una alteración en la definición de alfabetismo. La proliferación en el uso de imágenes como un comunicante fue propulsada por el crecimiento de una tecnología que requería menor habilidad de lectura de texto. Desde signos viales a instrucciones mecánicas, la imaginería apoya a las palabras, y en ocasiones incluso las suplanta. El alfabetismo visual ha entrado dentro del rango de las habilidades requeridas para comunicarnos en esta era. La narrativa visual en su manifestación más conocida, los cómics, está en el centro de este fenómeno al ser esencialmente un medio visual en donde la mayor dependencia para la descripción y narración se basa en el uso de imágenes cuyo entendimiento es universal (Eisner, 1996).

El cómic o narrativa visual es un género literario autónomo, dotado de elementos estructurales propios, de una técnica comunicativa original. Es un mensaje que se dirige simultáneamente a la inteligencia, la imaginación y el gusto de los propios lectores (Eco, 1968). Los cómics son instancias de la producción popular, y funcionan como agentes activos que proyectan un sentido de sí mismos dentro de las prácticas culturales (McRobbie, 1992). Lo personal, lo social (y lo comunal) pueden ser realizados en la cultura del cómic de diferentes maneras (Atton, 2002) ya que ofrecen una reveladora mirada de la vida, a veces como esta es, otras como debería ser y en

1

ocasiones aquella que la gente joven quiere ver (Wright, 2001). El cómic como otros medios no puede ignorar lo que pasa en el mundo, así que se adapta a los nuevos climas socioculturales con nuevas construcciones psicológicas radicalmente diferentes (Savage, 1990) y por supuesto a las nuevas tecnologías.

La narrativa visual responde a una simbología figurativa, que se basa en la visualización de la metáfora y con el paso del tiempo crea convenciones. Emplea el lenguaje común y las referencias de los diversos signos son analizadas en términos de este lenguaje (Eco, 1968). Uno de los grandes atributos de la narrativa visual es que puede transportar al lector a través de la ficción, aunque la jornada sea por medio de un espejo del mundo que ya conocemos (McCloud, 2000). El proceso de lectura en los cómics es una extensión del texto. En este último el proceso de leer involucra la conversión de palabra-a-imagen. El cómic acelera esto al proporcionar la imagen. Cuando es ejecutado apropiadamente, va más allá de la conversión y velocidad convirtiéndose en un todo. A esta forma de lectura donde las imágenes son empleadas como un lenguaje aún falta reconocerla como literatura (Eisner, 1996).

Los cómics son una experiencia generacional, son el dominio de la gente joven. Cada generación escribe su propia historia, y lee sus propios cómics (Wright, 2001). Este es un mundo enorme, lleno de experiencias por vivir, es un mundo con millones de historias potenciales por millones de potenciales escritores y artistas, con el poder de conectar con billones de lectores potenciales. Estas publicaciones a la vez sirven como comunidades virtuales, uniendo lectores que originalmente eran geográfica y socialmente distantes (Atton, 2002).

Los cómics como medio de expresión alternativo son una reacción a la censura y la supresión, buscan transgredir tabúes (Abel, 1971). Hasta cierto punto esta es una forma de arte vibrante y excitante precisamente por su estatus de renegado (McCloud, 2000).

La validación de una actividad cultural marginal, la formación de comunidades, y la publicación como una acción política, se han encontrado en subsecuentes generaciones del medio (Atton, 2002). Esto nos indica que se necesita evaluar la influencia del medio en la formación de actitudes y opiniones.

No se debe creer que la narrativa visual sea algo propio de los medios impresos, ya que con el desarrollo de las nuevas tecnologías y el fácil acceso de las personas a éstas mismas, ha tenido que explorar esos territorios, los cuales le ofrecen nuevas posibilidades de expansión, así como grandes retos de adaptación, pero sobre todo le brinda la oportunidad a las personas de poder expresar e intercambiar sus experiencias en ambientes más dinámicos y pluriculturales.

Ventajas de la narrativa visual en los procesos interculturales

- Es un puente para pasar la brecha entre explicar un proceso y realizarlo.
- No existe la presión de tiempo que hay en otros medios como en las películas o filmes animados.
- La cantidad de tiempo que se le da al lector para examinar, digerir e imaginar el proceso que se va a realizar, o la actitud a asumir es ilimitado.
- Hay espacio para la aproximación, dando al lector la oportunidad de examinar a conciencia lo que ve.
- A diferencia de la rigidez de la fotografía técnica, el *artwork* permite la exageración, la cual llega más rápidamente al punto, estimulando al lector.

Debido a que la única forma que tenemos para comprender información es a través de palabras, números e imágenes, las dos profesiones básicas que nos permiten determinar cómo la recibimos son el escribir y el diseño gráfico (Wurman, 2001), y ambas áreas se juntan en la estructura de la narrativa visual. A través del uso de imágenes y palabras fijas percibidas a través de un solo sentido (la vista), los cómics representan todos los sentidos, y a través del carácter de las líneas empleadas se representa el mundo invisible de las emociones (McCloud, 2000).

La historia es el componente más crítico en un cómic. El escribir no está confinado al uso de palabras. En este medio influye la mezcla

1

de todo tipo de elementos, que se convierten a su vez en parte de la mecánica de la forma. La forma de historia es un vehículo para transmitir información en una manera fácil de absorber. Puede relacionar ideas abstractas, científicas, o conceptos no familiares por medio del uso de formas análogas y fenómenos familiares al lector (Eisner, 1996).

La profundidad es una de las grandes virtudes de los cómics. Aunque éstos por mucho tiempo han sido percibidos como lineales, faltantes de habilidad en su prosa para poder manejar distintos niveles de significado (subtextos) dentro de una historia (McCloud, 2000). Esto no es cierto, ya que trabajos a lo largo de la historia de la narrativa visual han probado lo contrario (ver figura 3).

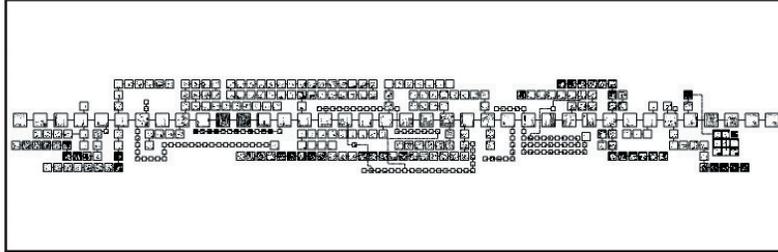
Cuando consideramos la habilidad de los cómics para manejar la profundidad en la narrativa, debemos asumir que la duración es un factor importante, e igualmente importante es la densidad de la narración, es decir, cuanta información es presentada en cada página o cuadro. Un solo cuadro (incluso uno silencioso) puede hablar por capítulos de un libro entero. Un corolario natural de la profundidad es la amplitud, que es una virtud asociada a la prosa madura. Aquí puede ser explotada la capacidad de la narrativa visual para tratar cualquier tipo de temas y puntos de vista (McCloud, 2000), (ver figura 4).

Otra cualidad de la prosa es el realismo obtenido a través de la observación, en acercamiento naturalista a los detalles y texturas de la vida diaria. Cuando representamos eventos cotidianos, los escritores de cómics se enfrentan al mismo reto que los escritores de prosa, capturar el detalle y delicadeza de la actividad diaria (McCloud, 2000).

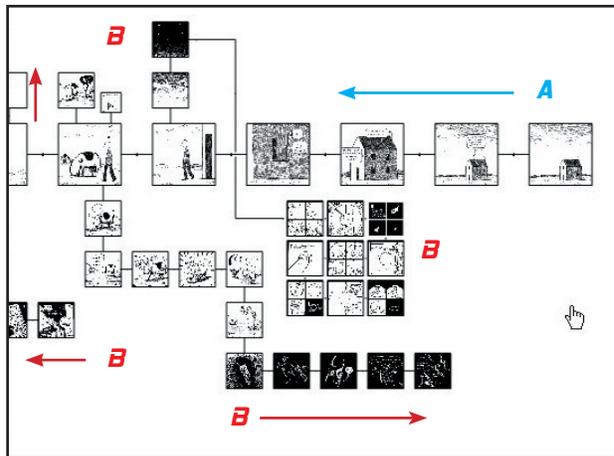
Se puede pensar que para un proyecto cultural como el que se propone, el de crear un espacio virtual para el aprendizaje de otras culturas, se necesitaría hacer uso de un realismo gráfico para poder captar la esencia de los problemas de la vida cotidiana. Pero esto no es necesariamente así, las personas que emplean la narrativa visual usando el arte de la exageración usualmente tienen éxito al poder capturar la amplia variedad de las apariencias del mundo real, en una forma en la que los creadores más conservadores y serios no han podido (McCloud, 2000), (ver figura 5).

Figura 3: "PoCom-UK-001" por Daniel Merlin Goodbrey

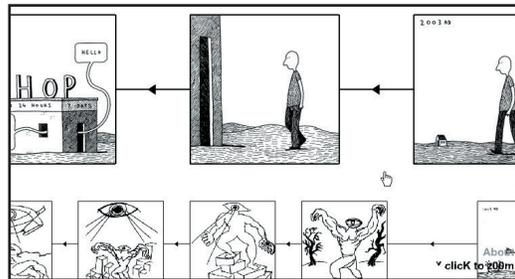
1



Vista general de la historia en dónde se aprecian todos sus subtextos



Aquí se puede apreciar como a partir de la historia principal (A) surgen subtramas (B)



La complejidad llega a tal punto que dos historias pueden suceder al mismo tiempo, como en la vida real

1

Figura 4



A: "Maus" por Art Spiegelman



B: "Lorenzo y Pepita" por Chic Young

Figura 5



A: "Maus" por Art Spiegelman



B: "The Spirit" por Will Eisner

1

En muchas formas, un verdaderamente honesto recuento de la vida diaria, tanto en la ficción como en la no-ficción, puede servir a un propósito político y/o social que ayude a contrarrestar las imágenes distorsionadas de la sociedad que son continuamente alimentadas por los medios masivos (McCloud, 2000).

La resonancia emocional, el forjar una conexión emocional entre creador y lector sin recurrir a manipulaciones baratas, es otra frontera explorada y alcanzada por los cómics. Aunque el impacto emocional de cualquier tipo de trabajo es totalmente subjetivo se puede hablar un poco de los mecanismos de éste. Al considerar las relaciones entre los cómics y su audiencia, es valioso hacer notar que estos lazos son muy diferentes a aquellos que se forjan con el cine y la palabra escrita. El compañerismo entre creador y lector de cómics es muchísimo más íntimo y activo que el del cine, ya que las imágenes estáticas y simbólicas del cómic pueden llegar directo al corazón, aún sin la continua mediación de la voz autoral de la prosa (McCloud, 2000).

Si eliminamos los excesos estilísticos que a veces son empleados, los cómics son altamente renombrados por su accesibilidad casi universal. Si pusiéramos un cómic enfrente de la mayoría de las personas, ellos encontrarían más difícil el no leerlo que el leerlo. Es razonable el pensar que si los cómics pueden exitosamente entregar productos más diversos, entonces la oportunidad de ganar una mayor audiencia puede ser alcanzada (McCloud, 2000).

Una de las grandes ventajas que tiene la narrativa visual en la actualidad recae en la naturaleza de las tecnologías de información, las cuales pueden adaptarse tan rápidamente a las necesidades fundamentales y deseos de los usuarios, que estos dos factores pueden proveernos de un mapa y una guía para entender el camino que brinda oportunidades para la narrativa visual (McCloud, 2000), se puede decir que solamente cuando encontramos una confianza interna y empezamos a contar historias a nosotros mismos es cuando mejor empezamos a entender las historias que otros nos cuentan (Wurman, 2001).

Leer en el puramente sentido literario ha sido reformado en el siglo XXI por los medios electrónicos, que influyen y cambian la forma

en que leemos. El texto impreso perdió su monopolio debido a otra tecnología de comunicación, el filme. Ayudado por la transmisión electrónica, éste se transformó en el mayor competidor por los lectores. Con su demanda limitada de habilidades cognitivas de parte del usuario, el filme hace parecer anticuado al pesado y tardado tiempo de aprender a decodificar y digerir palabras. Los espectadores de un filme experimentan incontables incidentes como de la vida real en una forma ordenada mientras observan la pantalla donde las situaciones artificiales y soluciones planeadas se convierten en algo integrado a su inventario mental de memorias retenidas de la experiencia real (Eisner, 1996).

Adaptados al ritmo del filme, los lectores se vuelven impacientes con largos pasajes de texto ya que se han acostumbrado a adquirir las historias, ideas e información rápidamente y con poco esfuerzo. Por lo que se sabe, los conceptos complejos son mucho más fácilmente asimilados cuando son reducidos a imaginación. El cómic lidia con reproducciones reconocibles de la conducta humana, sus dibujos son un reflejo, y dependen de las experiencias almacenadas en la memoria del lector para visualizar rápidamente una idea o proceso. Esto hace necesario la simplificación de imágenes y símbolos repetibles, por otro lado el método de transmisión siempre ha tenido una influencia crítica en la creación del arte comunicativo. El cómic es un medio especialmente ligado a su método de publicación. Así, mientras los siempre evolucionantes vehículos de la comunicación moderna responden a las necesidades sociales acelerando la velocidad de entrega y calidad de imágenes, también se afecta al estilo, técnica y ritmo de lectura de las historias narradas gráficamente (Eisner, 1996).

El cómic es al mismo tiempo un medio y un lenguaje. Como medio, es claramente reconocible por lo que tradicionalmente ha sido: una estructura tipo revista. El lenguaje tiene una presencia más sutil, aunque es aquí dónde actúa el verdadero poder del cómic: en los códigos y su casi instantánea capacidad de aprenderlos, que permite transmitir información de manera clara y dinámica, al conjuntar la imagen con la palabra en una fusión visual muy poderosa. Lo más interesante es que el lenguaje puede ser separado de la forma, y ser adaptado y convertido. Es por eso que la Internet se vuelve un recurso ideal para el lenguaje, un medio que permite a los cómics

1

absorber y desarrollar nuevas capacidades, creando formatos de presentación muy diferentes a los del tradicional recipiente en el cual se encontraba.

Aún cuando las interpretaciones del discurso pueden estar distorsionadas, la información digital está al menos disponible para quien la quiera ver. En cualquier país y en cualquier parte de éste, es posible para la mayoría de sus miembros el pasar meses o incluso años sin encontrarse o relacionarse con personas diferentes a ellos y con otras costumbres y lenguajes. Aún cuando los prejuicios visibles pueden ser minorizados la ignorancia puede permanecer. Es decir, el aislamiento de las minorías culturales es un asunto de gran magnitud. Es por esto que este problema está vitalmente ligado a las experiencias de la persona, que a través de la narrativa visual puede usar sus recuerdos y manos para contar su historia (McCloud, 2000).

Las computadoras pueden reemplazar una armada de medios físicos en un solo ambiente, y al hacer esto pueden expandir enormemente la paleta de resultados visuales, la cual gracias a los avances tecnológicos crece día a día, y la herramienta que hace todo esto posible es la idea de que el arte como una forma de información es intrínsecamente ilimitado (McCloud, 2000).

Mientras siga creciendo la anchura de banda, el camino de texto a imágenes sueltas a múltiples imágenes solo puede significar una cosa para la narrativa visual: un camino de comunicación, de promoción y de repartición. La entrega digital se refiere a los cómics viajando como información pura del productor al lector. Cuando el producto es finalmente una experiencia visual o de auditorio, no tiene porqué presentarse como un objeto tangible después de todo (McCloud, 2000).

El cómic ha sido considerado durante una centuria como un producto impreso, así es como los consumidores tradicionalmente se han relacionado y piensan de el, pero claramente este modelo de presentación está siendo alterado por la red, así que una novedosa forma conceptual está emergiendo; una que a largo término creará una nueva percepción para el producto. Así que realmente lo que estamos considerando es sí diferentes estilos cognitivos conllevan

a cambios en el significado. La respuesta es si. Nuevas formas en la red producen nuevas situaciones que los usuarios tienen que confrontar, y el resultado de esto es la necesidad en el lector de desarrollar otro tipo de modelos mentales, que pueden beneficiar la adaptación de los cómics en la red. Para lograr sujetar la esencia de las posibilidades de la narrativa visual, es de bastante ayuda ver este potencial como un mapa temporal de experiencias. Y cuando mezclamos esta idea con la caja de petri que son los medios digitales, el patrón de crecimiento nos llevará a una nueva luz. La narrativa visual puede mutar en este ambiente en muchas maneras, ofreciendo igualmente éstas mismas como formas de expresión para muchos autores. Pero el objetivo último de la narrativa visual (como para cualquier forma de arte) será el encontrar una mutación durable que le permita sobrevivir en el nuevo siglo. Esta evolución se fundamentará en la capacidad de los cómics para adaptarse a su nuevo ambiente. Un ambiente que incluirá tanto el paisaje de las nuevas tecnologías como los deseos y necesidades de su audiencia potencial (McCloud, 2000).

¿Qué pueden hacer los cómics en un ambiente multimedia? El multimedia ofrece suplementar las bases visuales de los cómics con sonido, movimiento e interactividad. La mejor manera de lograr esto se encuentra en el lograr a través de la imagen, sonido y movimiento una experiencia inmersiva. Para hacer una mejor transición a los ambientes digitales, se debe ajustar el medio a su nuevo ambiente, que en este caso es el hipertexto. Después de todo este es una poderosa y progresiva fuerza en el diseño de información. Es una idea que lucha por igualar la agilidad del pensamiento humano en formas que la tecnología de lo impreso no puede hacer (McCloud, 2000).

Las estructuras secuenciales de los medios *offline* (libros, artículos, audio) son las más familiares para nosotros. Están diseñados para ser experimentados en una manera secuencial (Garret, 2000). En contraste, en la navegación de hipertextos el leer, escribir y comunicar no es lineal o unimodal, se requiere una lectura multimodal lateralmente conectada, multi-incrustada y fuentes de información hiperligadas y codificadas en animaciones, símbolos, texto, fotos, películas, o gráficas tridimensionales maniobrables. Todo esto resulta en el hecho de que la navegación en la red requiere del

1

leer y escribir, pero acoplados con la interactividad y la facilidad de apretar botones, y la combinación de gráficas y lo impreso, eliminando al final la confianza en la naturaleza abstracta y estática del texto impreso (Luke, 1997).

El texto se revela de manera diferente a cada usuario en el ciberespacio, dependiendo de sus experiencias, asociaciones y decisiones del momento. ¿Está operando lo virtual como un campo de proyección personal que permite construir una narrativa abierta y el fluir de la historia en un sistema contextual auto dinámico? Así parece, porque cuando uno puede escoger la manera y orden de escritura y lectura cambia la naturaleza de lo que leemos (Joyce, 1997). Las principales ventajas de un hipermedio son sus habilidades para adaptarse a diferencias individuales y el permitir a la persona el controlar el camino de su navegación (Shroeder, 1991). Debemos reconocer que el monitor más que una página es una ventana. Seguramente nunca habrá un monitor tan grande como una montaña, sin embargo una narración visual tan alta como una montaña puede ser vista en una pantalla. En un ambiente digital existen una cantidad infinita de oportunidades de diseño, miles de posibilidades para que un autor exprese sus ideas de la forma en la que él quiera (McCloud, 2000).

Para cualquier tipo de reto narrativo, la narración visual digital puede ofrecer una cantidad de soluciones potenciales que los medios impresos no pueden. Podemos dar miles de formas a los paneles, o crear una experiencia de navegación a través de una serie de viñetas que estén incrustadas unas dentro de otras creando con esto un sentido de inmersión personal en la historia. Podemos dar una imagen pictórica a toda la historia dando una identidad unificada. Más importante es la habilidad de los creadores de subdividir su trabajo (creando verdaderos meta-paneles) que pueden tomar cualquier forma y tamaño para una escena en especial sin importar lo extraña o simple que pueda ser ésta. El sentimiento de “¿dónde estoy ahora?” que a veces aqueja a los navegantes en un sitio puede ser evadido con cambios de color en los paneles que ya han sido leídos. Cambios en los patrones de fondo y color pueden reflejar cambios en los ánimos. Finalmente uno de los puntos más importantes para lograr efectividad es que podemos, si así lo deseamos, eliminar sonido y movimiento que encontramos en el multimedia tradicional. Pero la opción de interactividad no debe

quedar fuera, porque de hecho es crucial. Ya sea por elegir un camino, revelar una ventana escondida, o hacer un zoom, existen una cantidad incontable en las maneras en las que podemos interactuar en la narrativa visual de un ambiente digital. Lo más importante es que el mero acto de leer (que en este caso es moverse a través de la pantalla) cómics digitales debe ser un proceso interactivo (McCloud, 2000).

La experiencia de aprendizaje en este modelo puede ir cambiando de una forma estática a algo mucho más rico y dinámico, dándole al lector con el contenido una experiencia kinestésica mucho más envolvente que solo aquellas centradas en el puro acto de ver una pantalla (UNESCO, 2000). Diseñar en la era digital requerirá un aumento exponencial en la integración de palabras, imágenes, sonido y el poder tocar, explorando todas las formas de comunicación (Wurman, 2001).

Los cómics son una forma de *still life*, pero el acto de leer cómics (tanto digitales como impresos) no lo es. La narrativa visual en un ambiente digital seguirá siendo un *still life* pero uno que podemos explorar dinámicamente. Uno de los lados positivos de la interactividad es que el sonido y el movimiento de hecho pueden hacer su aparición como un subproducto de la interacción del usuario (parecido al tipo de sonido y movimiento que se produce al pasar de una hoja a otra).

Finalmente, todas estas cualidades que presenta la narrativa visual electrónica pueden unirse para facilitar el difundir e intercambiar experiencias interculturales, enriqueciendo a los posibles viajeros al introducirlos en las realidades cotidianas de los nuevos lugares que van a visitar.

Capítulo 2



Sin una apropiada articulación de los procesos sociales que involucran el participar activamente en una nueva sociedad, los viajeros quedan expuestos a la desorientación, soledad y frustración producidos por una comunicación deficiente.

Esto vuelve complicado el proceso de aprender todas las reglas que nos pueden ser útiles para ser socialmente aptos en un lugar que visitamos, especialmente si no disponemos de tiempo, pero el desarrollo de las nuevas opciones que nos brindan las tecnologías en línea pueden ser de gran ayuda para suavizar los conflictos. La red puede facilitar la comunicación de experiencias interculturales.

Analizaremos en este capítulo cómo los medios electrónicos pueden trabajar en conjunto con las estrategias de intercambio de conocimiento promoviendo la comunicación activa y eficiente, la ayuda en comunidad por personas con problemas similares y la creación colectiva de conocimiento. Finalmente revisaremos como las capacidades de la narrativa visual son aumentadas por los medios digitales, dándole nuevas capacidades que pueden ser aprovechadas en el marco intercultural.

Diversidad y comunicación humana

Para remediar los problemas derivados del contacto cultural se han implementado diversos tipos de programas con variados resultados. Éstos han incluido entrenamiento cognitivo o proveer información sobre la nueva cultura, usualmente sobre sus reglas sociales; la creación de auto-entendimiento, en donde lo que asumimos dentro de nuestra propia cultura se hace explícito y al viajero se le exhorta a transformarse en un relativista cultural; entrenamiento por atribución, aquí se enseña a explicar los comportamientos desde la perspectiva de otra cultura; acercamientos basados en el aprendizaje de teoría, los viajeros aprenden a buscar autoafirmación o a reforzarse a sí mismos para su apropiado comportamiento cultural; y entrenamiento por comportamiento, aquí los participantes asumen dentro de ambientes simulados situaciones de la vida real (Furnham & Bochner, 1986).

El objetivo del aprendizaje intercultural es presentar un modelo cognitivo de integración y desarrollo de la información, que pretende proveer un contexto para integrar las polaridades existentes en los procesos culturales. La aseveración básica en el modelo reside en que de los procesos cognitivos se deriva información de tres fuentes distintas (Glenn & Glenn, 1982: 27):

- 1.- El individuo: caracterizado por la particularidad de experiencias.
- 2.- El grupo social: caracterizado por el conocimiento público, que es opuesto al conocimiento particular. El grupo requiere que los participantes cumplan con reglas y normas.
- 3.- El ambiente: el lugar donde interactúan los individuos y los grupos. Su efecto principal es imponer limitaciones a los actos, de separar aquello que es posible hacer de lo que no es.

2

En los puntos anteriores el énfasis se debe de hacer en el proceso cognitivo más que en los productos cognitivos. Nos podríamos preguntar si esto es una decisión arbitraria. De hecho no lo es. La razón es que un énfasis en el producto es necesariamente estático; producirá dimensiones que irán de la mano con conceptos, creencias, instituciones, etc., que pueden ser ubicados. El punto que se señala aquí es más bien el de la naturaleza de la descripción ver-sus la explicación de lo social y del comportamiento. Un énfasis en los productos será descriptivo, mientras que la explicación requiere que el origen de los productos cognitivos sea determinada. Entonces, solamente si entendemos el proceso, por ejemplo cómo las personas organizan la información, podemos entender los productos y hacer predicciones acerca de cómo un individuo va a reaccionar ante nuevas situaciones (Glenn & Glenn, 1982).

El estilo de aprendizaje intercultural propuesto por Glenn & Glenn enfatiza la participación tanto individual como grupal en el proceso creativo al enfocar la mente en un objetivo específico, que es el compartir el conocimiento aprendido de experiencias. A la vez que se les da a los usuarios la satisfacción motivacional de desarrollar un producto que pueden compartir (Kemp et al., 2002) y que en el desarrollo de éste revisualicen las situaciones vividas y obtengan una nueva perspectiva de lo ocurrido. Por otro lado al lector de estos productos de conocimiento vivencial se le da la oportunidad de prepararse y desarrollar las habilidades sociales para enfrentar situaciones de la vida cotidiana que tendrá que confrontar en su nuevo entorno. Para esto tenemos que entender que la exploración activa del problema y el fomentar un sentido de resolución autogestivo son los elementos clave para un buen proceso de aprendizaje (Fisher, Frank et al., 2003), colocando el problema del viaje perfectamente donde este pertenece (p.e: en el área interpersonal); enfatizando las dificultades sociales de todos los días, de tipo mundano y no avocarse a lo exótico lo cual es usualmente asociado con las formulaciones de choque cultural (Furnham & Bochner, 1986).

Claramente la completa subjetividad no es comunicable, y el contexto del modelo cognitivo es la comunicación. Hablando prácticamente esto significa usualmente el tomar en cuenta las ca-

racterísticas comunicativas de pequeños grupos familiarizados, que comparten en un alto nivel referencias contextuales (Glenn & Glenn, 1982). La mutua inteligibilidad depende en el compartir experiencias similares. Personas cuyas experiencias son similares pueden comunicarse con mayor facilidad y mayor profundidad.

La psicología cognitiva se basa en asumir que los individuos desarrollan representaciones de su entorno, y estas representaciones son usadas para interpretar todas las nuevas experiencias. La percepción y la interpretación de todas las situaciones o experiencias es una función de unión entre la situación y el conocimiento del individuo. Bartlett (1932) definió estas representaciones como *schemata*, que son un grupo de experiencias organizadas. Piaget (1962) describió este proceso como la asimilación o interpretación de experiencias en términos de *schematas* existentes. (Glenn & Glenn, 1982)

Desde principios de los 90s, las tecnologías de la información y de la comunicación (ICTs) han sido usadas para actividades educativas (Harasin et al., 1995) en la forma de aprendizaje a distancia en línea. Desde entonces este tipo de tecnología ha sido usada para facilitar la colaboración entre aprendices (Cvetkovic, et al., 2002).

Se ha comprobado que los ambientes colaborativos y cooperativos no son solamente efectivos para generar respuestas positivas en el rendimiento escolar, también influyen los aspectos sociales y afectivos del individuo (Wang, 2001), esto debido posiblemente a que en la red los individuos comparten fácilmente sus *schematas*.

Esta es una de las grandes ventajas de los medios electrónicos y por ello debemos entender cómo promueven la creación de conocimiento grupal, ya que esto permitirá abordar una mejor solución para el entendimiento intercultural, que es a fin de cuentas producido por la interacción de individuos en conjunto.

Creación del conocimiento en ambientes electrónicos

Cuando individuos interactúan con personas de otras culturas las diferencias que los separan se vuelven prominentes. Inmediatamente nosotros colocamos a estas personas en la categoría de “ellos”, distinguiéndolos de “nosotros”. Personas que han sido colocadas

2

en lugares culturalmente desconocidos de pronto se encuentran encarando una cantidad de problemas nuevos, y hasta que han dominado estos problemas seguirán experimentando incertidumbre, confusión y estrés (Bochner, 1982).

Bochner (1972; 1981; 1982) ha llamado a este proceso “aprendizaje cultural”. Establece que el mayor reto que enfrenta un viajero no es el ajustarse a una nueva cultura, sino el aprender sus características más destacadas. En esta concepción el aprender una segunda cultura no contiene tonos etnocéntricos. En la vida hay muchos ejemplos en los que se vuelve necesario o recomendable el aprender una práctica aunque no la aprobemos, y abandonarla cuando las circunstancias hayan cambiado. La posesión de una habilidad en particular no tiene por sí misma valor de juicio alguno, su ejecución atrae la atención cuando la habilidad apropiada es deficiente o cuando el acto es inapropiado para las circunstancias (Furnham & Bochner, 1986). El poder lidiar con otra cultura es una habilidad, la cual puede ser aprendida bajo circunstancias apropiadas sin que se le atribuya a la persona ignorante ninguna culpa. Esto transporta al área de shock cultural dentro del área de la educación y el aprendizaje. Se puede elaborar una propuesta fundamentada en generar guías específicas para prevenir y remediar acciones, basada en los procesos de un entrenamiento de habilidades sociales (Furnham & Bochner, 1986).

Hay muchos factores que afectan a los estudiantes y deben de ser considerados para tener un éxito al momento de desarrollar estrategias que les faciliten poder aprender o desarrollar las habilidades o conocimientos que necesitan, sobre todo en los aspectos interculturales, donde la información puede entrar en conflicto con sus esquemas cognitivos preconcebidos.

Un acercamiento apropiado para llegar a una solución óptima para resolver problemas de naturaleza cultural sería acercarnos a un modelo constructivista, en dónde se le dé a los estudiantes tareas y objetivos para que ellos desarrollen su propio modelo interno del área en cuestión (Kemp et al., 2002). El constructivismo describe como el conocimiento es construido, y se refuerza en la idea de que la imposición de representaciones simbólicas que permiten la comunicación requiere de una negociación de significados previa que lleva a un compromiso (Jonassen, 1996).

Específicamente se podría utilizar una forma de constructivismo denominada *construccionismo*. Papert (1990) aclara la diferencia entre ambos términos de la siguiente manera:

La palabra *constructivismo* expresa la teoría de que el conocimiento es construido por el aprendiz, no dado por el maestro. La palabra *construccionismo* expande esta idea diciendo que este aprendizaje es mejor recibido cuando el aprendiz es involucrado en la construcción de algo externo o algo que pueda ser de alguna manera compartido (Kemp et al., 2002: 3).

Un potencial y mejor método para tratar de involucrar al estudiante para pensar y meditar es hacer que reformule sus ideas en un modo alternativo, incluso no familiar. En lugar de pensar en soluciones en términos de respuestas textuales lineales a los problemas, puede proveer una solución en términos de un diagrama o de estructuras como la narrativa visual. Se puede pensar que muy posiblemente esta forma alternativa de solución sea por sí misma un obstáculo que complique las cosas, pero hay argumentos que nos dicen que más bien facilita el que el estudiante entienda mejor el área temática (Kemp et. al., 2002).

Más allá de cualquier tecnología, cuando lidiamos con información todo se resume a tener la actitud adecuada. Necesitamos darnos permiso para buscar y aceptar únicamente aquella información que se adecua a nuestros intereses, especialmente enfocándonos en las conexiones de éstos. Hay nodos de conexión en cada idea. Cuando acumulamos y organizamos información alrededor de nuestros intereses, consecuentemente rechazamos la vastedad de datos puros y entendemos la diferencia entre dato e información, somos capaces de aprender lo que deseamos saber y así podremos diseñar nuestras vidas (Wurman, 2001).

Específicamente para el estudio intercultural, donde lo que se aprende es una experiencia vivencial muy compleja que involucra hábitos, ritos, costumbres y reglas sociales nos podemos ayudar de crear formas específicas de mapas mentales gráficos (es decir representaciones visuales de experiencias), como lo es la estructura de la

2

narrativa visual, donde el producto que sería una narración, esté compuesto de nodos que denoten conceptos y las ramificaciones al igual que en las situaciones de la vida real, haciendo evidente el tipo de relaciones involucradas. Así, el proceso de construir estos diagramas es sencillamente una forma de tratar de visualizar lo que el estudiante sabe o ha vivido. El propio acto de creación es una parte importante del proceso de aprendizaje. Es en este punto donde se puede apreciar el poder que tienen los ambientes electrónicos, especialmente de la *World Wide Web*, en donde ambientes inmersivos, herramientas colaborativas y medios integrados promueven un amplio rango de input derivado de narraciones orales hasta producciones multisensoriales (UNESCO, 2000). Así, el integrar la tecnología dentro de la instrucción y el aprendizaje es esencial, ya que nos permite ofrecer nuevos paradigmas de cómo comunicarnos, cómo educar y sobre todo cómo compartir conocimiento. Además hay que tomar en consideración que un proceso es fácilmente enseñado cuando está envuelto en un “paquete” interesante, una historia por ejemplo. Y en este rubro los cómics han demostrado la capacidad de dominar elementos técnicos en un orden disciplinado (Eisner, 1996) que facilita la transmisión de la información y el conocimiento, sobre todo cuando se conjunta con las capacidades de colaboración y aprendizaje en línea.

Aprendizaje colaborativo y el fenómeno intercultural

Los medios electrónicos no solamente han revolucionado el proceso compositivo, también se sabe que promueven la participación porque proveen de una atmósfera no amenazante en la cual los participantes se sienten menos inhibidos a expresarse (Abdullah, 2003), lo cual alienta a los usuarios para que produzcan más trabajos (Trupe, 2002). Esto es el resultado de las redes computacionales que redefinen los parámetros espaciales y temporales de la misma interacción que median (Abdullah, 1998).

El hipertexto provee al usuario de flexibilidad y control sobre el método, velocidad, localización y orden de acceso a la información (Marshall & Shipman, 1995). Puede abastecer a una amplia variedad de audiencias con diferentes objetivos, intereses, requerimientos y habilidades de comprensión. Proporcionando a las personas el conocimiento a través del cual pueden obtener/recuperar informa-

ción a su propio ritmo (Nah et al, 2000). Escritores y lectores deben adaptarse a los espacios informacionales no lineales. Esto es, cómo escribir en hipertexto y cómo leerlo sin la seguridad mental que viene al no tener que tomar decisiones más allá de voltear la página (Nielsen, 2000). Las prácticas de lectura están en flujo: nosotros no leemos texto en pantalla como lo hacemos con los libros, exclusivamente en dirección de izquierda a derecha, además nos desplazamos verticalmente (*scrolls*) cada vez con mayor velocidad y agudeza visual, con el objetivo de identificar y localizar indicios importantes en los cuales hacer click. La red se desarrolla constantemente, y se experimenta en ella, usando la Internet y a nosotros como sujetos de prueba (Nielsen, 2000). Por esto las nuevas tecnologías pueden también tener un efecto desestabilizante y causar un cambio de paradigma u ofrecer oportunidades no esperadas. En un ambiente virtual, las instituciones tienen en la actualidad una audiencia global. Las exhibiciones de tipo cultural no necesitan tener un horario fijo para ser vistas porque si están basadas en un modelo *web* se encontrarán accesibles a toda hora y por muchos años (UNESCO, 2000).

El sólo llenar de información a la audiencia no tiene sentido, la organización es tan importante como el contenido. Encontrar, escudriñar, sortear, organizar, y señalar la información toma prioridad sobre la creación de ésta. La forma en que la información es presentada y organizada es tan importante como el contenido. La integración permite esto, de tal manera que los consumidores finales escogerán la opción más ventajosa para tener una experiencia (Wurman, 2001). Por esto, los diversos objetos digitales deben ser apropiadamente ligados o asociados en formas lógicas, dentro de este colectivo virtual de ideas y experiencias. Ya que el contenido y los materiales descriptivos serán reunidos por los usuarios y el equipo a cargo, van a coexistir vocabularios naturales y controlados. Aunque no exista una imposición de lenguaje o contenido debe ser acordado un vocabulario estándar para acceso y descripciones a la información presentada (UNESCO, 2000).

Por su naturaleza, se puede también tomar ventaja de los rápidos avances tecnológicos para compartir y usar información. Ambientes inmersivos, herramientas colaborativas y medios integrados promoverán un amplio rango de *input* derivado de narraciones orales

2

hasta producciones multisensoriales (UNESCO, 2000). El discurso electrónico también ha traído consigo nuevas convenciones en el uso de los objetos gráficos: la mediación de la computadora introduce nuevas metáforas en nuestro pensamiento (Abdullah, 1998,), lo cual implica una oportunidad para el uso de la narrativa visual en la red, ya que en la misma esencia de ésta reside el uso de la metáfora, haciéndola especialmente adaptable al ambiente electrónico. Es por esto que el integrarla dentro de la instrucción y el aprendizaje es esencial, ya que nos permite ofrecer nuevos paradigmas de cómo comunicarnos, cómo educar y sobre todo cómo compartir conocimiento. Se ha comprobado (Wang, 2001) que los ambientes colaborativos y cooperativos no son solamente efectivos para generar respuestas positivas en el rendimiento escolar, también influyen los aspectos sociales y afectivos del individuo.

Además, en los ambientes web se da la oportunidad de interactuar a un diverso cuerpo de individuos, para quienes el éxito radica no solamente en la voluntad, actitud y devoción para alcanzar una meta, sino también en la forma en cómo ellos manejan los retos de consolidar una comunidad en la que los integrantes, aunque comparten objetivos comunes, no son afines en el modo de pensar, y mientras que pueden tener las mismas creencias y valores presentan diferentes puntos de vista, intereses, inquietudes y acercamientos para llegar a los objetivos (Wang, 2001).

En los ambientes de aprendizaje en línea, la adquisición del conocimiento y la colaboración en grupo difiere de los encuentros personales. En estos ambientes las personas hacen mapas del camino de su proceso mientras se comunican desde sitios remotos. Como los aspectos y claves no verbales de la comunicación como las expresiones faciales, gestos y tonos de voz se encuentran ausentes, la frecuencia de comunicación y la confianza en la interpretación aumentan. Claro que también hay cosas que deben de tomarse en consideración y evitarse para crear una mejor experiencia, ya que la efectividad de la comunicación y la colaboración cuando no se da de forma tradicional (cara a cara) puede verse afectada por factores como contenidos irrelevantes, ambientes que sean percibidos como impersonales, falta de asistencia y retroalimentación técnica o instruccional, sensación de no afiliación con otros miembros de la comunidad; todo esto afecta al usuario y lo puede llevar a sentirse

solo, sin motivación o no retado, ya que la comunicación en los ambientes de aprendizaje colaborativos web debe ser un proceso educacional con dos lados, uno psicológico y otro sociológico.

La cooperación crea posibilidades, la riqueza de tener múltiples puntos de vista en ambientes *web* de aprendizaje, si es bien canalizada, puede ayudar a la formación de perspectivas innovadoras. Los conflictos son positivos cuando los colaboradores se comunican y aprenden a negociar para alcanzar un entendimiento compartido, descubrir nuevos caminos y construir ideas juntos. El compartir, intercambiar y negociar provee a los aprendices de la oportunidad para profundizar en su entendimiento (Wang, 2001). Ya que las herramientas de escritura y el lenguaje electrónico continuarán cambiando deben de enseñar lo que no cambia: la conexión entre pensamiento y escritura, así como la habilidad para articular lo que uno sabe (Leibowitz, 1999), lo que podría ser facilitado por el lenguaje de los cómics, enriqueciendo la experiencia comunicativa en la red.

La narrativa visual y la tecnología digital como ayuda en las experiencias culturales

Nuevas formas de conocimiento cultural han sido creadas por las experiencias *online*, y con esto se ha dado un acercamiento mucho más sensible hacia los aspectos cognitivos de las relaciones entre cultura y tecnología (Peterson & Smith, 2000). Incluso cuando están confrontados con diversas fuentes de información, los medios en pantalla son preferidos a los libros. Las nuevas generaciones prefieren lo visual, sobre todo aquello que sean textos no lineales más parecidos a la imagen y otras formas de presentación (Livingstone, 2002) lo cual nos puede abrir a las posibilidades de la narrativa visual electrónica como un medio para la educación, porque una de las mejores formas de comunicar el conocimiento es a través de historias. Las buenas historias están ricamente texturizadas con detalles, permitiéndole a la narrativa tener una base sólida en la que construir la experiencia, y frecuentemente permitiendo múltiples interpretaciones (Wurman, 2001). Con el cómic electrónico, la distancia cultural entre el lector y la publicación (y su autor) es reducida por la desaparición del objeto físico, además de que nos ayuda a conectar internacionalmente a las personas, creando ligas por todos lados, y de esta forma se convierten en objetos creados por diferentes productores que intentan reflejar y construir una compleja realidad social. Los actos de escribir, los actos de publicación, los actos de diálogo y los de intercambio, así como la intertextualidad están esencialmente ligados con la sociabilidad (Atton, 2002).

La tecnología digital, especialmente en la *World Wide Web*, permite conectar los contenidos con las respuestas personales y la experiencia compartida. Podemos crear una experiencia inmersiva donde hablamos, vemos, conocemos y trabajamos juntos (Peterson & Smith, 2000). Estas capacidades de la tecnología de la información, el amplio campo de la herencia cultural y la actividad y comportamiento de las personas en internet nos puede indicar que de

2

hecho la cultura puede ser facilitada en los ambientes digitales (Peterson & Smith, 2000). Lo mismo puede decirse de la narrativa visual. La comunicación impresa como una fuente portable de ideas a profundidad sigue siendo sin lugar a dudas un medio necesario. Una amistad entre palabras e imágenes se convierte en una permutación lógica. Esta configuración resultante es llamada cómic y llena la brecha entre texto y filme. En un amplio sentido debemos considerar esta vasija como un comunicador y una forma singular de lectura (Eisner, 1996).

Los materiales impresos tienen un gran número de seguidores, y si les preguntáramos por qué, ellos podrían darnos una lista de sus ventajas sobre las computadoras, y seguramente sería una lista impresionante. Por ejemplo, los trazos de tinta sobre papel ofrecen una mayor resolución que los trazos en pantalla, los primeros tienen al menos diez veces más resolución. Lo impreso es mucho más portable, se puede meter en el bolsillo de una chamarra o debajo de nuestra almohada. El material impreso es mucho más barato en comparación con los equipos de cómputo. Aquello que está impreso es “multiplataforma”, cualquiera con dos ojos puede ver lo que hay en la página, no se necesita algún hardware o software en especial. Además es muy accesible porque no existe una curva de aprendizaje para que podamos acceder a la tecnología del papel y la tinta, incluso los niños pequeños pueden hacerlo. En estas y otras áreas prácticas lo impreso continúa a la delantera de lo digital, ¿pero por cuánto tiempo? (McCloud, 2000).

Aunque la tecnología de manufactura de impresión ha evolucionado considerablemente a través del tiempo, la experiencia de usarlo no ha cambiado mucho en 500 años. La experiencia de usuario en las computadoras, por otro lado, está evolucionando literalmente mes con mes. Visualizaciones con mayor resolución se están volviendo una realidad, a la par que las tecnologías de CPU y monitor llegan a un nivel impresionante. Las computadoras portátiles están tan solo un par de pasos atrás de sus primas de escritorio, además cada generación es más pequeña y ligera. Los precios de la tecnología se vuelven más accesibles para el público. La misma web les ha dado a los usuarios (independientemente de la plataforma) una interfase en común para acceder a un mundo de información. La velocidad de acceso a la red se incrementa continuamente, debido

a la apabullante demanda y a la variedad de tecnologías con las que compiten. Finalmente, la facilidad de uso (si bien todavía no se resuelve del todo) ha madurado bastante y es una prioridad (McCloud, 2000).

Más allá de los aspectos prácticos, ¿existe alguna cualidad estética intrínseca del papel y la tinta que el medio digital no puede igualar?, ¿las entregas digitales añaden una pared de separación entre el lector y el creador?, ¿hay una necesidad fundamental de nuestra parte de tocar en forma de libros y revistas lo que leemos? (McCloud, 2000).

Con respecto a la primera pregunta se puede asegurar que ambas tecnologías están separadas igualmente del artista. Ni la pantalla ni la página impresa representan un verdadero contacto personal. Después de todo el cambio de lo impreso a lo digital no es acerca de la tecnología sobrepasando al arte, sino de una tecnología sobrepasando a otra. La segunda y tercer pregunta señalan una cuestión más significativa, pero al final es seguro decir que los lectores no necesitan tocar o poseer un artículo o un cómic para experimentarlo en su totalidad, ya que si realmente fuera tan necesario el contacto físico para establecer un lazo emocional, ¿cómo podemos explicar nuestra atracción hacia la música o las películas? Después de todo sin las ideas o la habilidad artística, lo impreso es tan solo madera muerta aplanada (McCloud, 2000).

Pasada esta barrera del papel como medio de entrega podemos enfocarnos a la manera en que los cómics apoyados por las nuevas tecnologías pueden facilitar los encuentros interpersonales, Wellman and Guilia (1999) nos dicen que las relaciones en el ciberespacio “son muy parecidas a las que las personas desarrollan en la vida real: son intermitentes, especializadas y su intensidad varía” (p.186). Los medios electrónicos permiten a lo personal, las experiencias íntimas, y los recuerdos unirse en una forma de socialización que estructura a las publicaciones en línea, las cuales utilizan la tecnología para reducir la distancia social; nos permiten reunir lo personal y lo interpersonal, además tienen la capacidad de disminuir la distancia cultural, ya que los *e-media* tiene pluralidad de recursos que son dirigidos a una igual pluralidad de audiencias (Atton, 2002). Entonces ¿a quién le estamos narrando la historia?

2

La respuesta a esto precede la narración, porque es un asunto fundamental de cómo entregar el producto. El perfil del lector – experiencia y características culturales- deben ser reconocidas. La comunicación exitosa depende la propia memoria de experiencias del narrador y su vocabulario visual (Eisner, 1996).

Mcmillan (2002) nos habla de que existen tres tipos de interactividad:

Usuario a usuario
Usuario a documento
Usuario a sistema

La interacción de usuario a documento es una actualización de las formas tradicionales de comunicación masiva, en el sentido de que en primer lugar los participantes más importantes están culturalmente posicionados como productores y consumidores, en segundo lugar el flujo de comunicación es de uno hacia muchos, ese es el modelo de la narrativa visual. En las comunidades del ciberespacio la interacción social no recae en el objeto físico, sino en la información, el consejo o la ayuda recibida. Esto nos permite deducir que con la narrativa visual digital (e-cómic), la distancia cultural entre el lector y la publicación (y su autor) es reducida por la desaparición del objeto, además de que nos ayuda a conectar internacionalmente a las personas, creando ligas por todos lados, y de esta forma se convierten en objetos creados por diferentes productores que intentan reflejar y construir una compleja realidad social (Atton, 2002).

Podemos dividir el uso de la narrativa visual en dos grandes aplicaciones: instruccional y entretenimiento. Cómic, las novelas gráficas, los manuales y los *storyboards* son los más conocidos. Pero hay un cruce de estas dos funciones, debido a que la narrativa visual tiende a ser expositiva (Eisner, 2000). Por ejemplo aquellos cómic que están dedicados exclusivamente al entretenimiento, recurren comúnmente al uso de imágenes explicativas instructivas.

En el caso de la narración visual puramente instructiva, como en las piezas explicativas de procesos o comportamientos, las especificaciones de información están cargadas con humor (exageración) para

atraer la atención del lector, indicando relevancia, y estableciendo analogías; es decir, el reconocimiento por parte del lector de situaciones de la vida en las que la adición de acción intermedia es provista por sus mismas experiencias para completar la información que se le muestra (ver figura 6).

El área de *instructional visuals*, es decir la aplicación de la narrativa visual para enseñar algo en específico, se presenta en dos formas (Eisner, 2000): técnica y actitudinal.

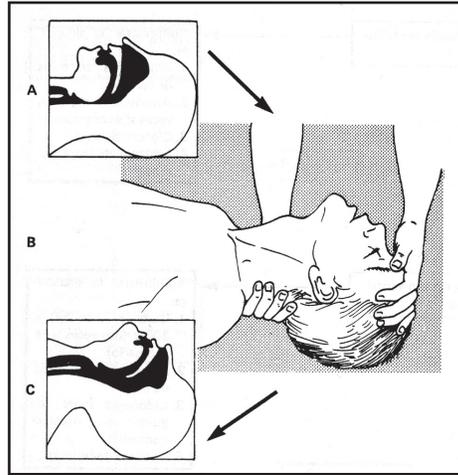
Una narrativa visual técnica, en la cual un procedimiento que tiene que ser aprendido se muestra desde el punto de vista del lector, da instrucciones acerca de como realizar labores y procedimientos. La forma de llevar a cabo estos procesos, es de hecho en forma secuencial, y el éxito de la narración como una herramienta para la enseñanza recae en que el lector puede fácilmente relacionar lo que ve con la experiencia. La otra función de la narrativa instruccional es condicionar una actitud hacia algo. Las personas aprendemos por imitación, y el lector en este caso puede fácilmente llenar los vacíos con aquello que ya supone.

Una buena comunicación entre las personas es posible cuando tienen algo en común; se dificulta cuando existen diferencias entre ellos. Cuando la diferencia cultural hace su aparición la solución a ésta se encuentra en describir los elementos en común y diferentes, haciendo esto en una forma capaz de explicar los malentendidos y apuntar hacia el entendimiento (Glenn & Glenn, 1982). En esto nos puede ayudar enormemente la narrativa visual, apoyada en ambientes digitales, ya que éstos permiten la amplia y rápida difusión de la información.

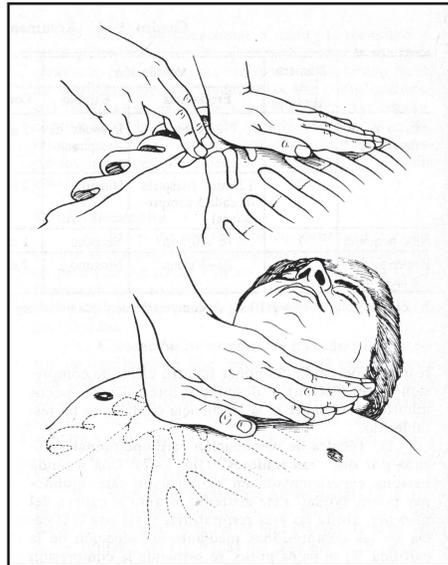
Debemos tomar en consideración un acercamiento cognitivo para lograr transmitir efectivamente la información, el cual nos va a sugerir como cada cultura estructura el conocimiento de diferente manera y como estas diferencias determinan la forma de comportarse y de comunicarse. Por ejemplo, en los temas de los que hay que hablar, la organización de la información cuando nos comunicamos, los tipos de información que son aceptados como opiniones válidas, etc. (Glenn & Glenn, 1982).

2

Figura 6



A



B

Esto nos lleva a preguntarnos como podemos lograr un acercamiento cognitivo a la comunicación intercultural. Debemos pensar que en los procesos mentales podemos establecer estilos cognitivos, es decir, de patrones de pensamiento o de organización de la información que se convierten en cosa habitual y pueden ser usados en gran cantidad de situaciones y en numerosos tipos de información (Glenn & Glenn, 1982). En la era digital además, necesitamos enfocarnos en las conexiones entre todos nuestros elementos de diseño: medios, palabras, imágenes, y sonidos (Wurman, 2001). Debemos mirar a cada mensaje y es en esto dónde entran las ventajas de la narrativa visual, para poder interpretar y facilitar los procesos mentales que actúan en el aprendizaje y eventual puesta en práctica dentro de la vida cotidiana de nuevas situaciones culturales a las que pueden enfrentarse las personas.

Capítulo 3

El entender la brecha entre los datos y lo que puede fomentar el entendimiento e incrementar el conocimiento, entre información como un hecho e información como significado, nos hará más competentes para procesar información. Con esta capacidad aumentada debemos tener mayor confianza y más control, lo que nos permitirá relajarnos. Para esto es necesario entender la estructura y organización de la información, ya que nos permitirá extraer lo valioso y significativo de ésta (Wurman, 1990). Se debe entender al usuario, ya que de esto dependerá si el sitio será usado o no. En la UDLAP los estudiantes llevan un ritmo de vida rápido, por esto el sitio debe enfocarse en proporcionar la información claramente, para que el usuario perciba que no está perdiendo su tiempo. Además se debe ser flexible para permitir distintas formas de presentar las experiencias, ya que esto generará una riqueza de contenidos mucho más amplia, y seguramente será más atractiva para el navegante.

Se debe permitir al usuario mirar la información desde diferentes perspectivas, porque sugiere otras formas de presentación y organización, debido a que la calidad de información es juzgada no solo por su certeza y claridad, también por como actúa hacia nosotros (Wurman, 2001): ¿Es útil y relevante?, ¿Tiene significado o es solamente puros hechos?, ¿Es retroalimentación para las preguntas de los consumidores?, ¿Tiene el poder para cambiar o expandir el conocimiento de nuestros clientes?

El área de los encuentros interculturales es muy basta y por su propia esencia es muy impredecible, a la vez, la forma de ser de la red es perfecta para dar ayuda a las personas que buscan información y dar ideas para solucionar posibles conflictos por estar frente a un modo de vida distinto, ya que su naturaleza maleable le permite fácilmente acoplarse a las necesidades de cualquier individuo o grupo, proporcionando un respaldo que puede ser consultado a cualquier hora y en cualquier día, con tan solo un clic de distancia. Esto convierte a la Internet y a la narrativa visual en el mejor apoyo para el viajero intercultural.

En el marco de la preparación intercultural de estudiantes que buscan ampliar sus horizontes al viajar a otro país, nos encontramos

3

con que su principal fuente de información son las páginas de las universidades en las que están inscritos (Kapustka, 1997), y que son las que les proporcionan su primer acercamiento con la posibilidad de vivir en otra cultura. Por esto es importante realizar un análisis que nos oriente sobre la situación que plantean los sitios *web* en la actualidad, dándonos idea de la forma en que se enfocan para orientar, y en algunos casos complicar la vida a los alumnos, debido a que sólo se enfocan en cumplir una tarea administrativa y no en ayudar a difundir el conocimiento cultural que necesita el estudiante para un viaje prolongado.



Análisis de sitios electrónicos de universidades que participan en intercambios internacionales.

En este capítulo se estudian los sitios electrónicos de universidades mexicanas en la zona de Puebla para ver que tan útiles son como herramientas para ayudar a sus estudiantes en el proceso de adaptación intercultural, y como contribuyen para ayudar o desconcertar a sus estudiantes/usuarios con la información que presentan para lograr un viaje académico a otro país y hacer más placentera su estancia al proporcionar conocimiento que el estudiante pueda posteriormente poner en práctica dentro de su vida cotidiana y volverla más fácil. Se complementan los resultados con el análisis de las páginas de algunas universidades extranjeras, esto con el fin de hacer una comparación entre similares que pueda arrojar datos valiosos para hacer más útil el sitio. Dentro de este rubro también se analizan sitios cuya temática entra dentro del área de estudio intercultural, para ver cuál es el enfoque que estas páginas dan a la información y aprender de la estructura aquello que sea útil para el proyecto.

Benchmarking

El término *Benchmarking* se refiere a hacer pruebas/análisis para determinar cómo un diseño existente se está desempeñando (Sless, 2004). Aplicando el benchmarking se analizan siete sitios en total, los cuales a su vez están divididos en dos grandes categorías: sitios de universidades y sitios de intercambio de información intercultural, esto con el objetivo de facilitar el estudio de acuerdo al planteamiento global del proyecto de tesis.

Wurman (2001) dice que necesitamos abarcar tres factores al momento de diseñar nuestro sitio web: *Facilidad de navegación, Calidad de información, Ahorro de tiempo*. De esta manera para el análisis y eventual calificación se usaron los siguientes parámetros:

Facilidad para encontrar información.
Existencia de información.

3

Consistencia en la navegación Ayuda (guías visuales o información)

Además también se emplean los conceptos de James Garrett (2003) acerca de lo que debe cumplir una página web para que ésta logre una buena experiencia de usuario:

Objetivos estratégicos: Metas que el sitio busca cumplir.

Funcionalidad y contenido: Todo aquello que permite que el sitio logre su cometido.

Navegación: El medio (y la facilidad) por el cual el usuario se mueve de un punto a otro a través del sitio.

Contraste, color y uniformidad: Los elementos por los cuales se llama la atención del usuario, guiando su ojo hacia aspectos importantes del sitio.

Tipografía: El uso de fuentes o tipos para crear un particular estilo visual en el sitio.

1.- Páginas sobre intercambios académicos de universidades.

Este tipo de páginas se escogieron para realizar el benchmarking ya que son el equivalente a la página de la Dirección de Asuntos Internacionales de la UDLAP, por lo que proporcionan un buen marco de referencia para saber en dónde y cómo se encuentra esta universidad comparada estratégicamente con su competencia.

Se escogieron para este análisis dos universidades locales de la ciudad de Puebla, con el objetivo de entender que está haciendo la competencia directa de la UDLAP para ayudar a sus estudiantes viajeros. Estas universidades y sus sitios electrónicos son:

Universidad del Valle de México (campus Puebla)

http://www.uvmnet.edu/uvm_internacional/uvm_Laureate2.asp?menu=21

Universidad Iberoamericana (Golfo Centro)

<http://www.iberopuebla.net/>

De igual manera, con el propósito de obtener información para hacer la comparación de los países cuyo shock cultural se quiere

disminuir, se escogieron tres escuelas españolas (seleccionadas por ser las que reciben más estudiantes UDLAP al semestre), para obtener un panorama más amplio acerca de cómo se lidia con la situación intercultural en el extranjero.

Universidad Complutense de Madrid

<http://www.ucm.es>

Universidad de Alcalá

<http://www.uah.es>

Universidad de Salamanca

<http://www.usal.es>

2.- Sitios sobre intercambios culturales y de conocimiento

El objetivo principal en estos sitios es promover el intercambio de conocimiento e información intercultural. El análisis de estos sitios ayudará a dar una idea de qué hacer y qué no hacer en el rubro de generación de conocimiento e intercambio de información de experiencias. Los sitios seleccionados para el análisis se escogieron de acuerdo a dos criterios acordes con los objetivos principales del sitio que se propone en este documento de tesis: alentar la difusión y creación de conocimiento y promover la participación de los usuarios en forma de comunidad. Hay muchos sitios en Internet que promueven educación para vivir una experiencia en otra cultura, pero en forma de cursos didácticos con una estructura rígida y con un costo, así que al final de una búsqueda de diversos sitios se encontraron dos que cumplían con los criterios perfilados.

Aula intercultural

<http://www.aulaintercultural.org>

Cointel

<http://www.cointel.de>

A continuación se muestra una tabla con los resultados del *benchmarking* obtenidos en el análisis (ver figura 7). Además se puede revisar el apéndice al final de este documento para conocer la lista completa de variables tomadas en consideración para realizar el estudio.

3

Figura 7

Código

Calificación

Excelente	
Bueno	
Regular	
Malo	
No aplica	

	U. UVM	U. IBERO	U. COMPLU	U. ALCALÁ	U. SALAMANCA	AULA INTER.	COINTEL
CONTENIDOS							
JERARQUIZACIÓN							
CLARIDAD INFORMACIÓN							
RETÓRICA VISUAL							
RETÓRICA TEXTOS							
ACCESIBILIDAD							
ESCANEABILIDAD							
ESTRUCTURA							
DISEÑO CORPORATIVO							

3

	U. UVM	U. IBERO	U. COMPLU	U. ALCALÁ	U. SALAMANCA	AULA INTER.	GOINTEL
ACTUALIZACIÓN							
NAVEGACIÓN							
AYUDA EN LÍNEA							
USO DE PLUG-INS							
USO DE CLAVES VISUALES							
CONSISTENCIA EN CÓDIGOS							
POSICIONAMIENTO EN BUSCADOR							
PREVENCIÓN DEL ERROR							

Universidad del Valle de México campus Puebla

3

Estructura de usabilidad

Este sitio tiene varios errores estratégicos que afectan su rendimiento global. Podemos mencionar como el más notorio que no existe una jerarquización clara de la información, además no manejan claves visuales que sean obvias para el usuario (ver figura 8). En este rubro por ejemplo se puede mencionar que existen ligas y submenús que no lo parecen, además no hay indicadores claros de en qué lugar de profundidad se encuentra el navegante, es decir hay fallas en su establecimiento de facetas y objetivos. Además no hay una congruencia de unidad entre los contenidos de los diferentes archivos que dan información específica sobre los requisitos de intercambio para cada universidad, hay cierta información en uno que no aparece en otro (y debería de hacerlo).

Finalmente se fuerza demasiado al usuario a descargar archivos PDF (ver figura 9), lo que implica un tiempo mayor, para acceder a cierta información importante, cuando bien podría encontrarse en formato HTML y visualizarse de inmediato. Como Jakob Nielsen (2001) señala: “El forzar a los usuarios a navegar entre archivos PDF lleva a tener una usabilidad 300% peor comparada con páginas HTML. Solo hay que usar PDF en documentos que los usuarios van a imprimir” (Nielsen, J. *Avoid PDF for On-Screen reading*, www.useit.com, revisada en noviembre 03, 2005).

Estructura del Discurso

El discurso manejado en este sitio está enfocado a dar información fáctica, sobre aspectos de infraestructura de las universidades extranjeras, beneficios académicos de los estudiantes que se van de intercambio, es decir, proporciona datos de carácter administrativo, y además obliga al navegante a viajar entre varias páginas en las que está dispersa la información.

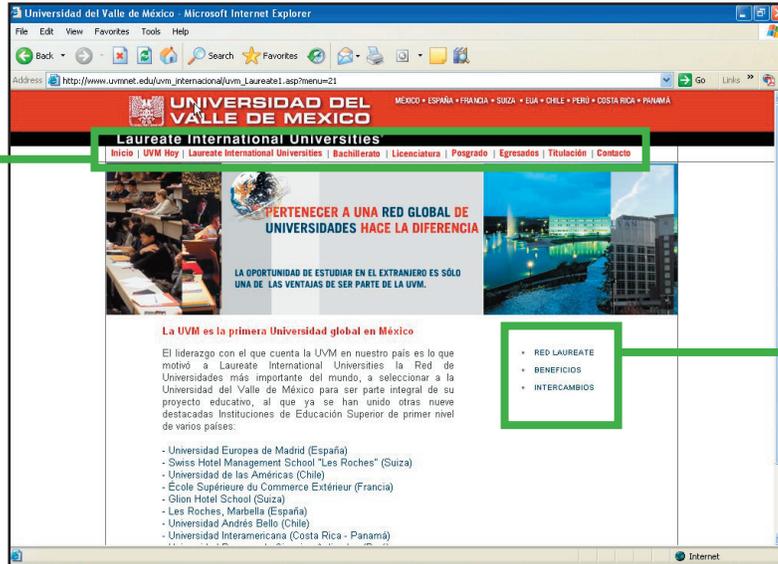
La forma de presentación del discurso no es atrayente, se maneja una forma de retórica basada en presentar un argumento lógico enfocado en dar datos sin valor real (por ejemplo: “*Al formar parte de una comunidad universitaria internacional, nuestros estudiantes tienen la*

3

oportunidad de convivir con jóvenes de distintas nacionalidades y visitar diferentes países, dando como resultado una experiencia educativa única en la que conocerán otras culturas y mercados, que les permitirá vislumbrar futuras proyecciones, tanto personales como profesionales”) y dentro de algunas páginas en ocasiones finaliza con una invitación en un tono mucho más personal (por ejemplo: “¡No pierdas la oportunidad de hacer la diferencia!”).

La estructura argumentativa presenta muchas incongruencias, a veces se habla al estudiante de manera impersonal y en otras de forma amigable. Además la secuencia lógica de presentación de la información no se basa en las necesidades del usuario, sino en una organización institucional que primero busca la consolidación de la idea de que existe toda una infraestructura esperando al estudiante, y deja al final la información importante, el proceso que se debe de seguir para obtener los beneficios del intercambio, y tampoco llega a hablar de la necesidad de una preparación intercultural.

Figura 8



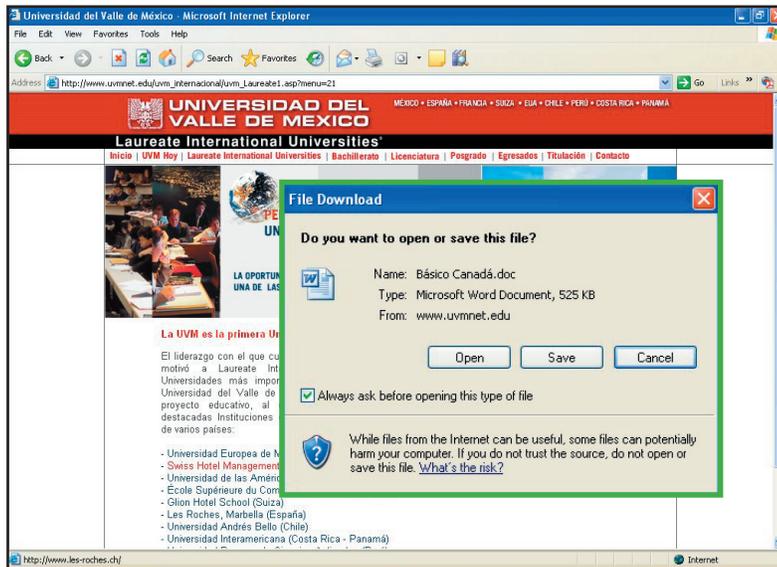
No hay información que le diga al usuario en qué lugar del sitio se encuentra

Este es el submenú de navegación interna, pero por falta de jerarquía y posicionamiento para el usuario no tiene peso visual

Página principal intercambios UVM

Figura 9

3



Se hace un uso excesivo de descargas para acceder a la información

Universidad Iberoamericana Golfo Centro

Estructura de usabilidad

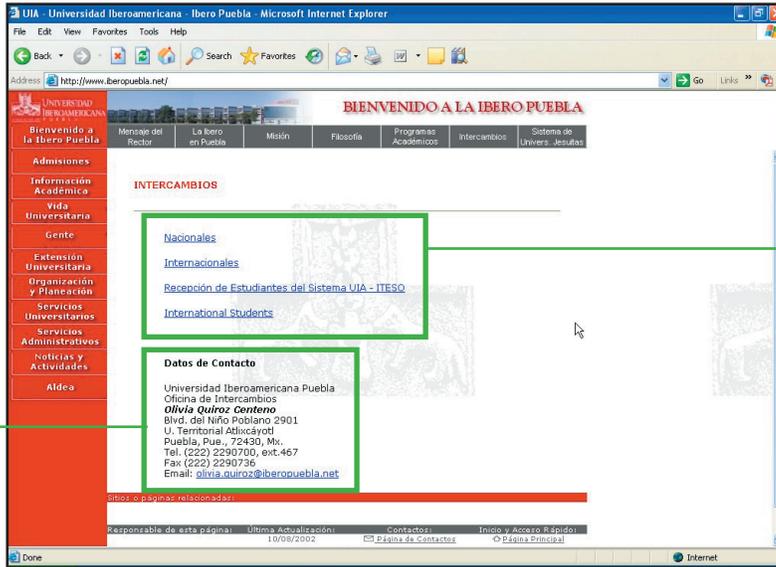
Esta página presenta al usuario una idea clara en la forma de mostrar información (ver figura 10). Hay una buena jerarquización en este rubro (ver figura 11), por lo que el usuario puede encontrar fácilmente lo que busca. Inmediatamente se nota que hubo una buena planeación de la estrategia con facetas definidas y con objetivos claros que debían cumplirse.

Su falla se encuentra en el uso exclusivo de texto (aunque esto es relativo ya que le da en cambio un alto grado de accesibilidad), que satura al lector, y esto limita al sitio en tanto al uso de claves visuales, lo cual por cierto es su mayor falla, ya que algunos de los hipervínculos no lo parecen (ver figura 12), lo que da como resul-

3

tado que el usuario se confunda y no sepa en dónde acceder a cierta información. Además en este mismo rubro hay incongruencias, al principio se le muestra al navegante claramente una selección de ligas (perfectamente definidas) y cuando se avanza en mayor profundidad dentro de la página esta claridad desaparece.

Figura 10



Desde el primer nivel hay datos de contacto

La página presenta una buena planeación, de inmediato muestra al usuario información importante y cómo llegar a ella.

Página principal intercambios Ibero

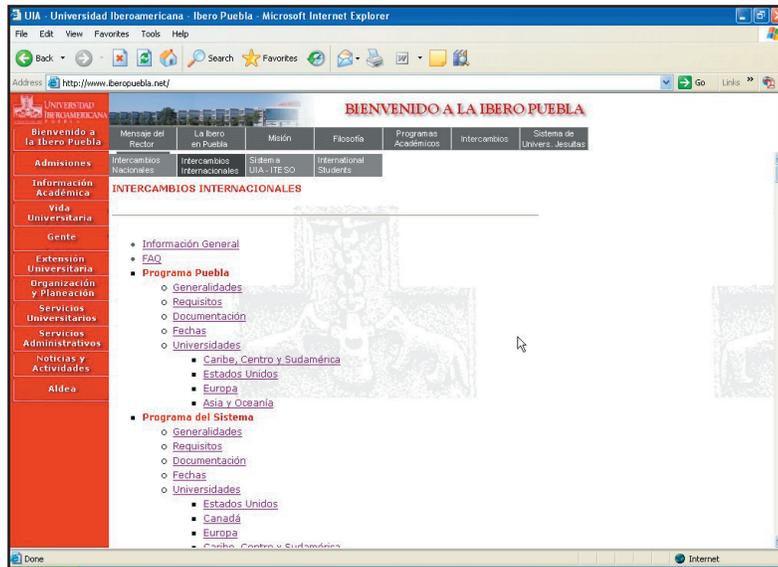
Estructura del Discurso

Esta universidad maneja un discurso enfocado a una estructura lógica, presenta información bien organizada, que sirve para resolver dudas de carácter administrativo. Usa demasiado texto que puede tener el efecto contraproducente de aburrir al navegante y lo más seguro es que no lea toda la información.

Presenta su discurso en forma de preguntas y respuestas, pero mezcla diversos tonos de voz, en las preguntas se habla de forma

Figura 11

3



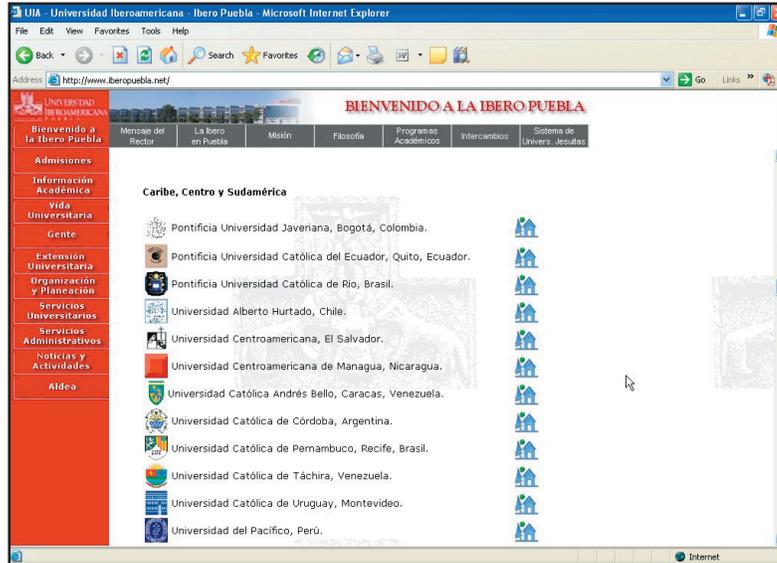
Jerarquización de la información dentro de la página

personal como si las hiciera el estudiante (p.e: “¿Me puedo ir en cualquier semestre?”) y las respuestas son impersonales (p.e: “Los estudiantes pueden irse de intercambio cuando ya han concluido...”), pero no se mantienen con este formato, en ciertas partes lo invierten.

Se mantiene durante toda la estructura argumental la idea de proporcionar datos en forma de pregunta-respuesta, y nunca va más allá de la idea de proporcionar información administrativa, de hecho nunca hace mención de “los beneficios de un viaje a otra cultura” como la Universidad del Valle, tal vez debido a que dan por hecho que las personas entienden el viajar como una experiencia enriquecedora, pero esto es una gran ausencia, ya que no hay una pista para el navegante de que puede existir un valor agregado de naturaleza cultural.

3

Figura 12



Aunque pareciera un buen ejemplo de uso de claves visuales, ¿en dónde debe de hacer click el usuario?, ¿en el escudo de la universidad, en el nombre o en el ícono con la imagen de la casa? La respuesta es en el ícono de la extrema derecha, los otros dos no son hipervínculos.

Universidad Complutense de Madrid

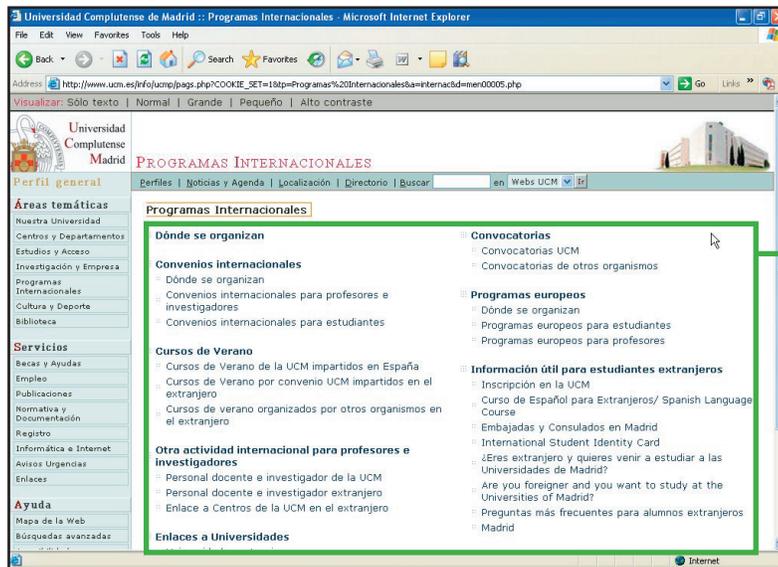
Estructura de usabilidad

Este sitio tiene muy bien delineados los objetivos que quiere lograr, por la claridad visual y jerarquización que demuestra (ver figura 13). Con tan solo cambios en el formato de texto (bold, normal, tamaño) se guía al usuario para saber como funciona la información que se le muestra (ver figura 14). Cumple con los requisitos de tipografía, funcionalidad y objetivos estratégicos (Garret, 2003).

Es muy completa la información que muestra al usuario, se enfoca principalmente al estudiante español que busca vivir un intercambio, pero también ayuda al alumno internacional que desea realizar estudios en España.

Figura 13

3



Página principal intercambios Universidad Complutense

La página muestra una buena jerarquización, usa claves visuales para indicar diferencias entre los elementos.

De manera intuitiva con un vistazo el usuario se ubica en el contexto del sitio, que le indica la jerarquía de la información a través de contrastes en el texto.

Se podría mejorar planteando una reagrupación de los puntos a tartar, para que no aparezca tan saturada de texto

Su mayor problema a nivel de diseño es que hace uso de una navegación profunda excesiva (Garret, 2003), ya que para llegar a cierta información es necesario internarse cuatro niveles, cuando con dos sería suficiente, lo que provoca que el usuario se pierda, ya que no existe un indicador de ruta que diga en que lugar se encuentra el navegante y como regresar al nivel original (ver figura 15).

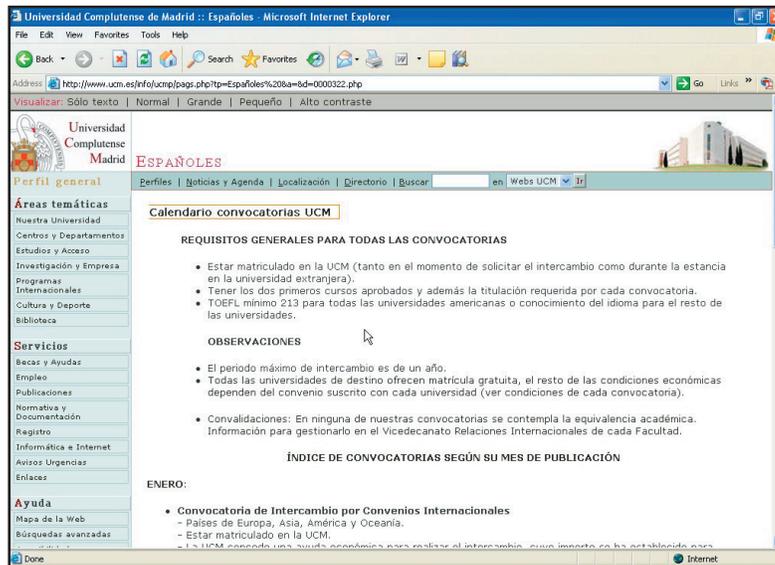
Además se centra demasiado en los procesos administrativos, no en dar información de los procesos socioculturales, que pueden ser de interés para empezar a entender al nuevo contexto en que el estudiante piensa vivir.

Estructura del Discurso

La Universidad Complutense hace uso de un texto impersonal, bastante neutro para comunicar la información que maneja en el sitio

3

Figura 14



Hay congruencia en los contenidos y la forma de presentarlos a lo largo de todo el sitio

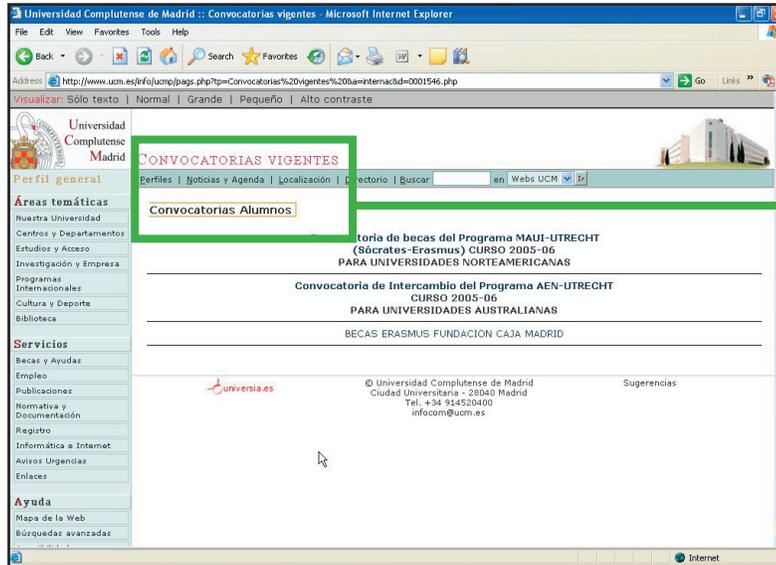
(usa el formato de mostrar un punto relevante y a continuación una hiperliga que lleva a otra página de texto), la cual es bastante valiosa con respecto a enterar al estudiante de todos los requerimientos administrativos que necesita cubrir.

La estructura del discurso se rompe continuamente debido a la amplitud del sitio, ya que exige al lector navegar demasiado para llegar a la información que busca.

La forma de presentar visualmente la información es lo mejor, hace uso de colores pálidos que contrastan con la tipografía más oscura, lo que produce una mejor lectura. De hecho esto incrementa la sensación de impersonalidad del sitio como una entidad neutra.

Figura 15

3



La navegación llega a un nivel de profundidad en dónde el usuario ya no tiene claves que le orienten cómo regresar.

La página tiene un título que indica al usuario en dónde se encuentra, pero carece de un indicador de ruta (llamado menú de cortesía o breadcrumb) que le diga cómo llegó ahí y como regresar al nivel dónde comenzó.

Universidad de Alcalá

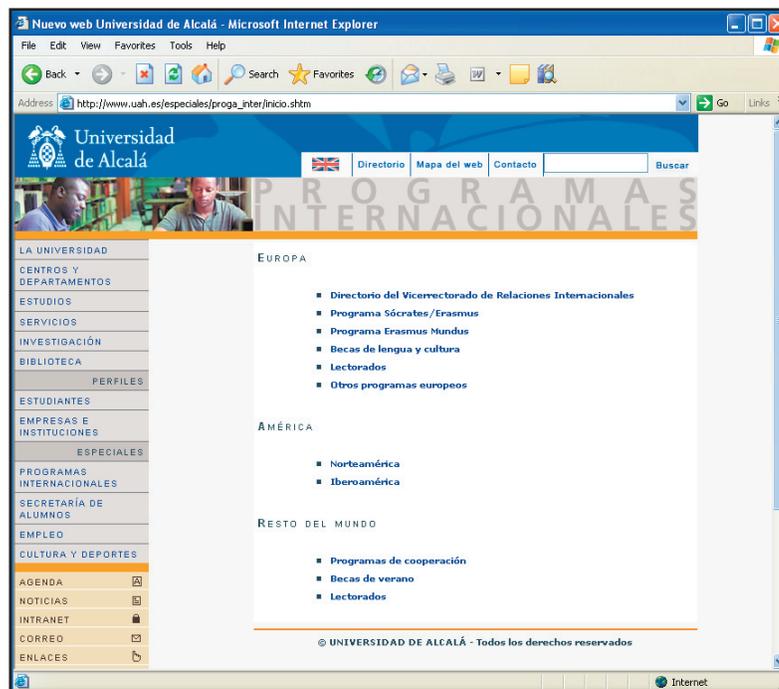
Estructura de usabilidad

Este sitio es eficiente en cuanto a explicar procesos administrativos, pero no ayuda en nada al estudiante que quiere prepararse para enfrentar las condiciones socioculturales del nuevo país; da información al estudiante explicándole con detalle como son los procesos para ser aceptado en un intercambio, le dice claramente que perfil debe tener y que debe reunir para lograrlo (ver figura 16), pero no da información relevante en cuanto a las costumbres y consideraciones del nuevo país.

Tiene un perfil institucional perfectamente definido, pero hace un uso excesivo de texto (ver figuras 17 y 18), lo que para un navegante es muy aburrido (Nielsen, 2000). Además según las ideas de Garret (2003) este sitio es muy complejo para navegar, complica demasiado al usuario al no presentar señales claras de dirección.

3

Figura 16



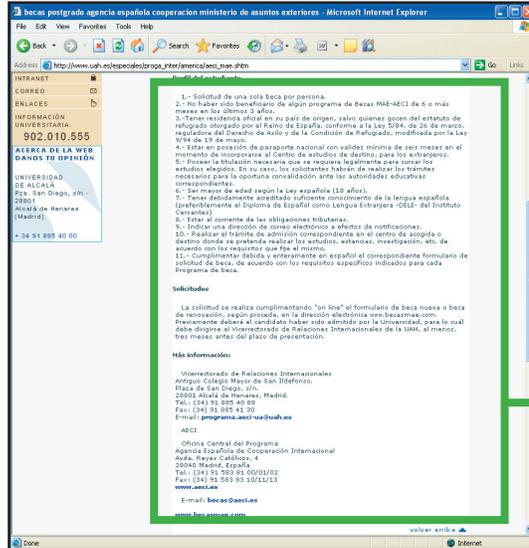
Esta página muestra claramente la información administrativa, estructurada por categorías muy bien definidas.

Estructura del Discurso

El discurso manejado tanto en lo visual como en lo argumental es muy lógico y directo, no alude tanto a las emociones como a la razón. Pero falla en dirigir al lector, ya que la organización está planeada para alguien que sabe lo que busca, el argumento y la estructura visual están demasiado contextualizados. Parece que el texto fue escrito más para un contrato legal que para dar información a un estudiante (esto de acuerdo con la estructura de la organización). El discurso está enfocado a los datos, no a fomentar la búsqueda de conocimiento sobre algún tema.

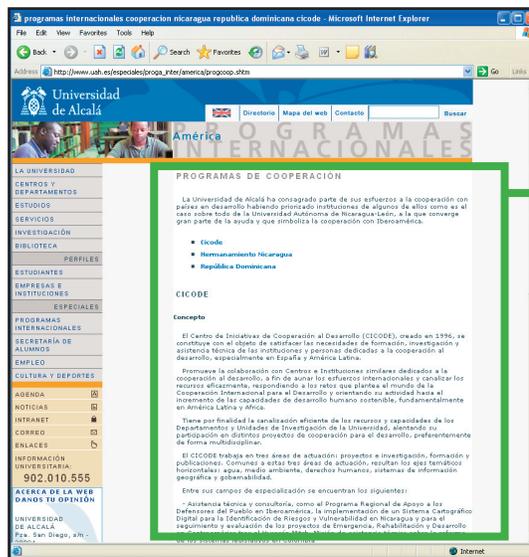
Figura 17

3



Se explica con detalle al navegante los pasos a seguir para lograr estudiar en el extranjero, pero se usa demasiado texto en la mayoría de las páginas, lo que reduce las posibilidades de que se lea y entienda la información.

Figura 18



3

Universidad de Salamanca

Estructura de usabilidad

En este sitio el interés principal es explicar los trámites administrativos, pero también se preocupa por dar algunos detalles del entorno de Salamanca para aquellos estudiantes que vienen del extranjero a estudiar (ver figura 19).

La información que presenta es breve y muy concisa (ver figura 20). Se ve el interés que tiene esta universidad de hacer más agradable la estancia a los alumnos (ver figura 21).

De los sitios españoles revisados es el que presenta mayor eficiencia en cuanto a conocimiento cultural, ya que dedica una buena parte a dar algunos tips sobre el contexto de la universidad y de la vida en ésta, lo cual es atractivo y buen inicio para presentar la institución a un alumno que quiera viajar a España.

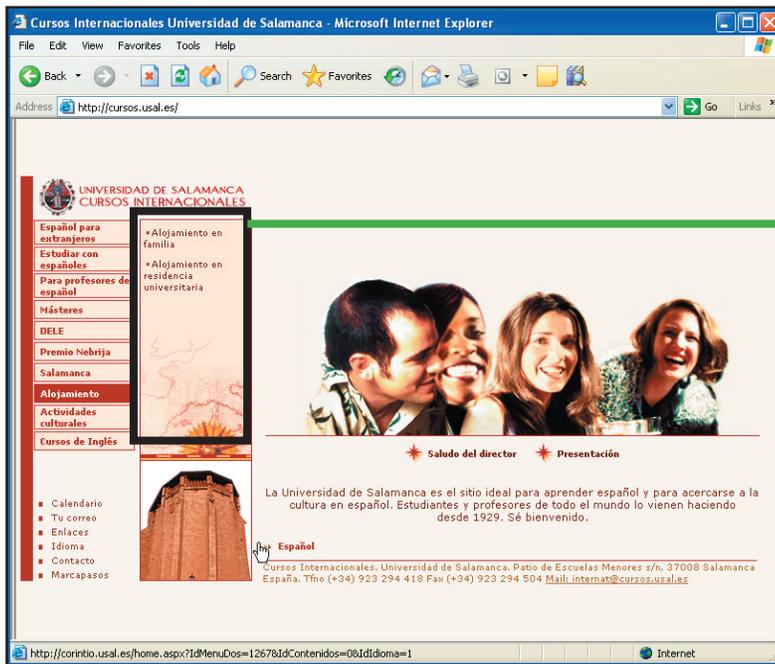
Estructura del Discurso

Se emplea una forma de retórica muy confusa, tal vez la intención era presentar un discurso lógico, pero pierde fuerza con la forma en que se organiza la página, no hay una estructura coherente, si bien tiene en común con otras páginas el usar una estructura de pregunta-respuesta, no lo hace de manera consistente, y está muy desorganizado, no lleva al lector a un ritmo donde pueda hacerlo sentir cómodo, más parece que lo obliga a estar buscando constantemente la información que necesita.

El texto está escrito de forma muy impersonal, no busca establecer un contacto amistoso con los alumnos, con lo que pierde fuerza como un discurso que invite a estudiar en la universidad.

A diferencia de las otras páginas españolas, tiene una presencia de identidad muy marcada, visualmente se apoya en imágenes que corresponden a figuras ornamentales clásicas del patrimonio cultural español. Pero no es consistente con esta imagen, ya que cuando el lector salta a un subsitio, la identidad cambia drásticamente (igual que en el sitio electrónico de la UDLAP) y se pierde.

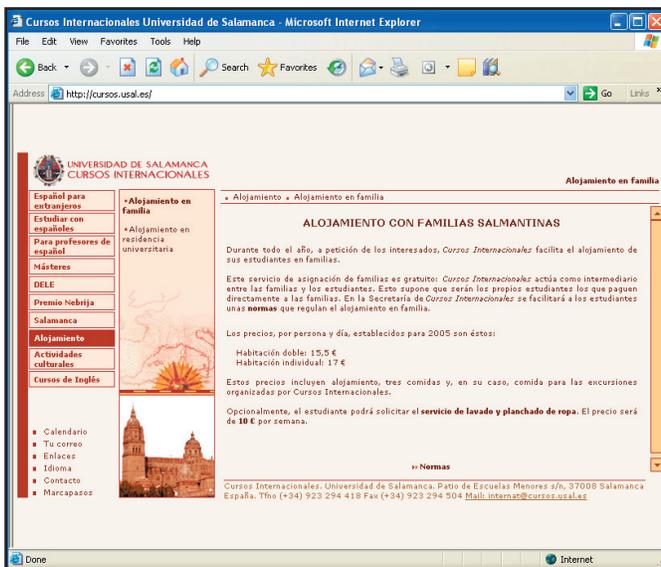
Figura 19



Por el menú contextual se puede acceder a información útil que sitúa en el contexto de Salamanca al estudiante.

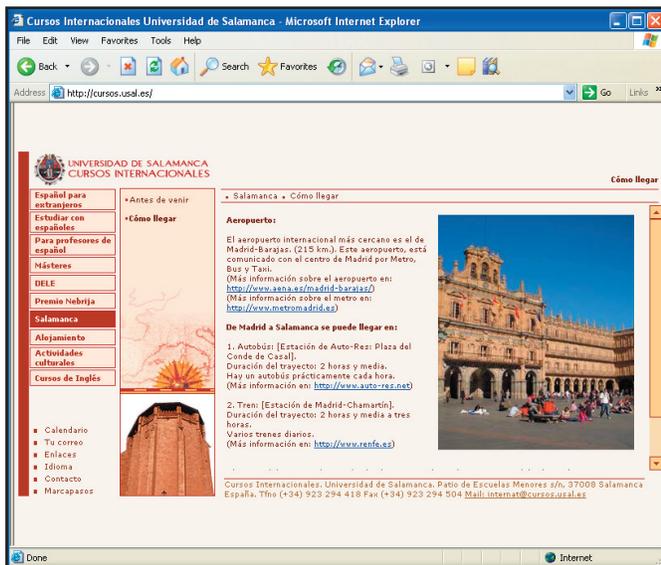
Figura 20

3



La información es puntual.

Figura 21



Uno de los objetivos es hacer más fácil la vida al estudiante al darle información contextual.

Aula Intercultural

Estructura de usabilidad

Este sitio español busca promover un entendimiento entre las culturas. Es deficiente en la forma en que busca crear un dinamismo en los participantes, está compuesto de diferentes áreas temáticas dónde se pueden dejar los mensajes (siendo la idea de esto que otros navegantes respondan) pero no hay un modo efectivo de hacer participar a otros, esto se debe en parte a que la interfaz no invita a esta acción. Además la jerarquización manejada es confusa, esto se debe en parte a que hace un uso excesivo de imágenes que saturan al lector (ver figura 22). Igualmente tiene el problema de que muestra la posibilidad de ver el contenido en varios idiomas pero cuando se selecciona una opción solo cambia el nombre de los botones y no los contenidos (ver figura 23).

Lo mejor de esta página es que tiene un buen esquema para dejar mensajes, que permite redactar al mismo tiempo que se ve el mensaje al cual se está respondiendo (ver figura 24).

Otro acierto es que maneja un lenguaje muy apropiado para el tipo de usuario (personas que quieren intercambiar información en un ambiente amigable y desenfadado).

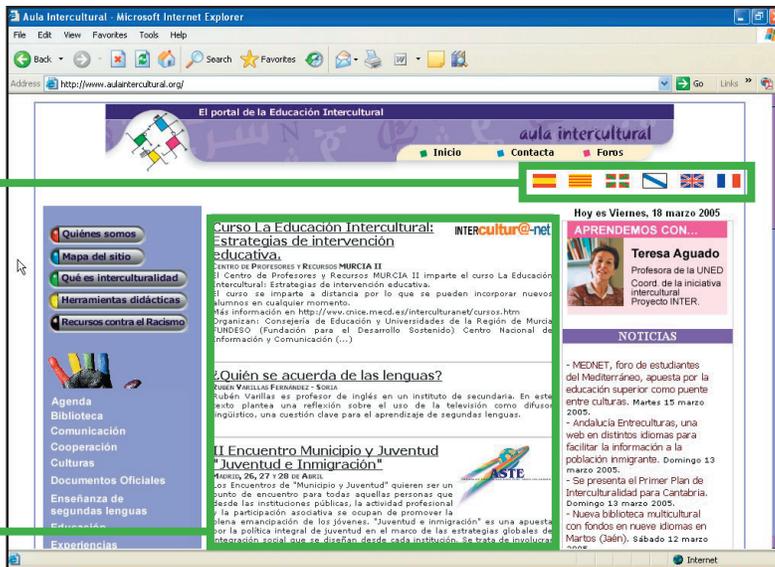
Estructura del Discurso

Se provee de datos al navegante, no de información valiosa, lo que dificulta el entender cómo funciona este sitio. Parece planeado para enfocarse a lo visual, en apariencia se basa en imágenes y colores, pero está muy mal organizado, no lleva al lector de la mano a un entendimiento, al contrario causa confusión por saturar de elementos la pantalla. Cuando se visitan las páginas internas hay demasiado texto, y lo más seguro es que las personas decidan no revisar la información.

Usa la frase “*El portal de la educación Intercultural*”, pero no se preocupa por tratar de educar activamente a las personas, da mucha información en texto y el objetivo es que esta sea leída, pero no se cumple. Además parece que su forma de fomentar el entendimiento

3

Figura 22

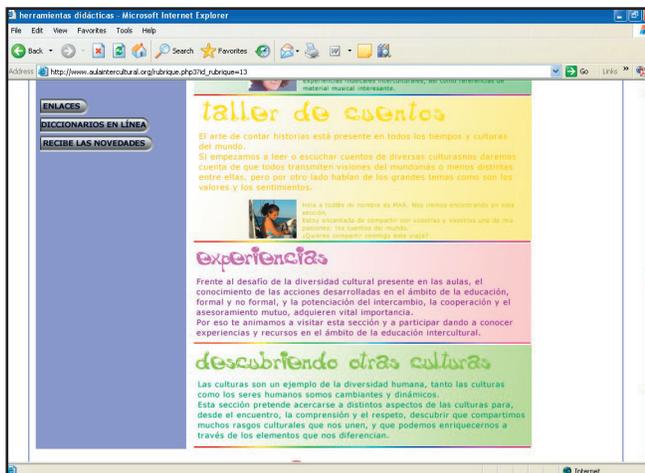


Opción de varios idiomas que falla porque al seleccionar uno, solo cambia cierta información (títulos de página) y no todo el contenido.

Demasiado texto que provoca que el lector, desde que realiza su escaneo, vea la página como aburrida.

Página principal Aula Intercultural

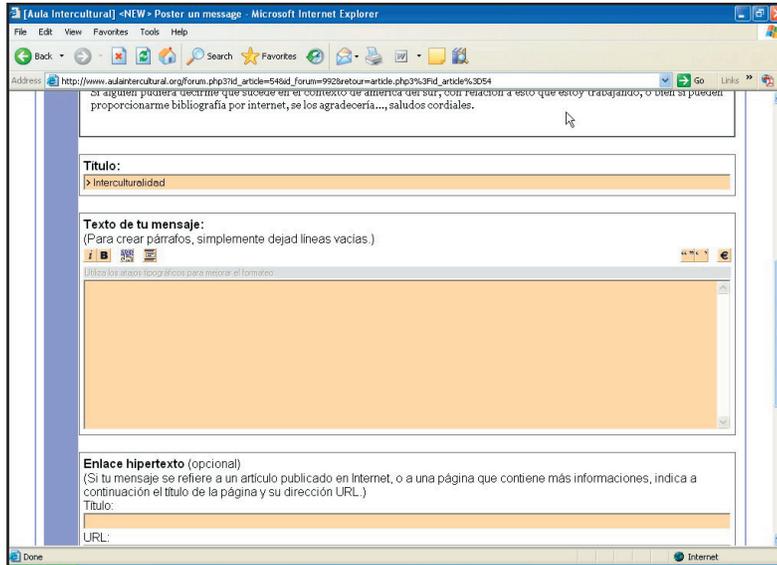
Figura 23



El sitio hace un uso excesivo de información visual, lo que provoca que el lector se sature de información.

Figura 24

3



Lo mejor de este sitio es su interfaz para subir comentarios e interactuar con otros asincrónamente.

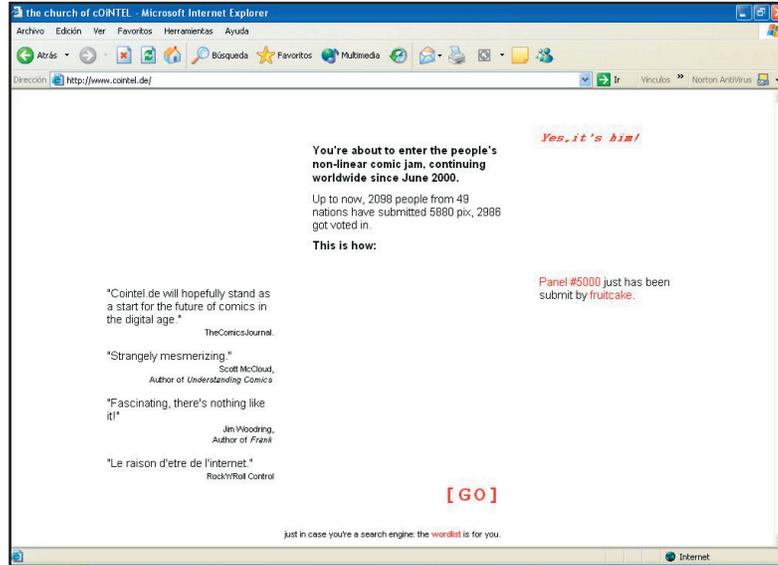
es demasiado pasiva, da la impresión de que piensan que solo porque hay información en texto eso es suficiente para promover el entendimiento y dar ayuda a las personas culturalmente distintas.

Cointel

Estructura de usabilidad

Este sitio (ver figura 25) dedicado a la participación grupal es interesante en la forma en que invita a interactuar a la comunidad. Usa una herramienta para crear historias secuenciales a través de dibujos, en dónde un participante empieza a partir de dónde otro se quedó (ver figura 26). Se utiliza la votación como una forma de selección cuando dos o tres personas quieren subir material (ver figura 27).

Figura 25



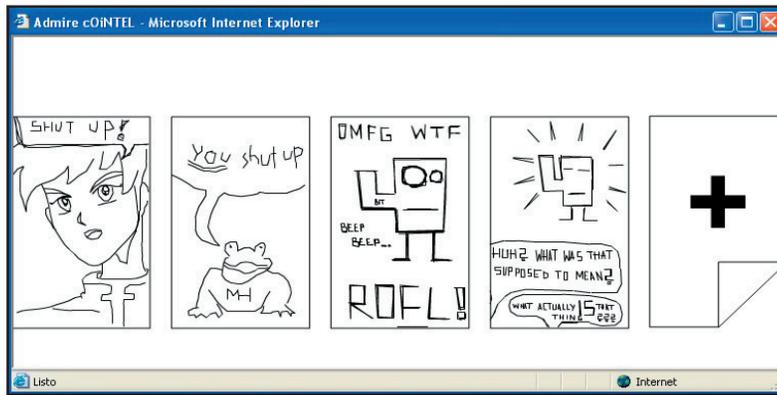
Página home de Cointel

Tiene un sistema que ayuda en todo momento al usuario para prevenir y avisarle de errores, desde el formato de suscripción hasta el momento de dar la clave personal para ingresar a un foro se ayuda al navegante.

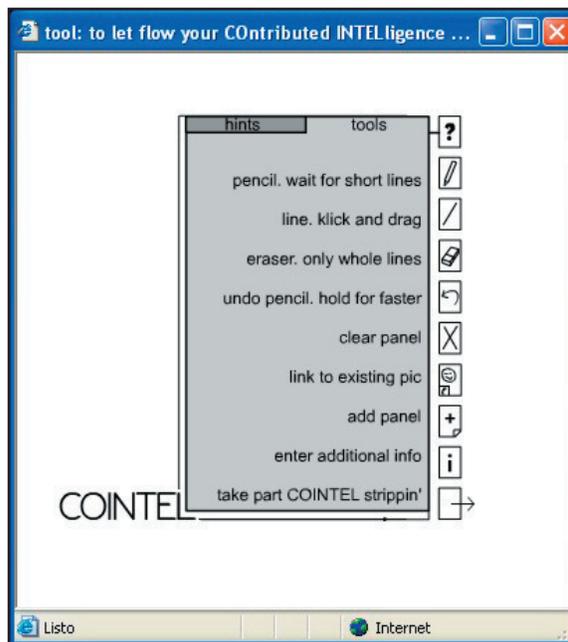
Hay información clara de cómo llevar a cabo los procesos, además están muy bien planificadas las políticas de privacidad de la información que proporciona el usuario, ya que se le brinda control total sobre los datos personales que quiere o no mostrar, lo que demuestra una buena estrategia al tomar en cuenta los deseos de los navegantes. También hay guías y códigos visuales que ayudan a las personas para ubicarse.

Sus deficiencias se encuentran en el uso de lenguaje, demasiado formal para el perfil de usuarios, además el proceso de suscripción puede ser simplificado, ya que tiene demasiados pasos, y la herramienta que se utiliza para dibujar las historias es muy limitante y no

Figura 26



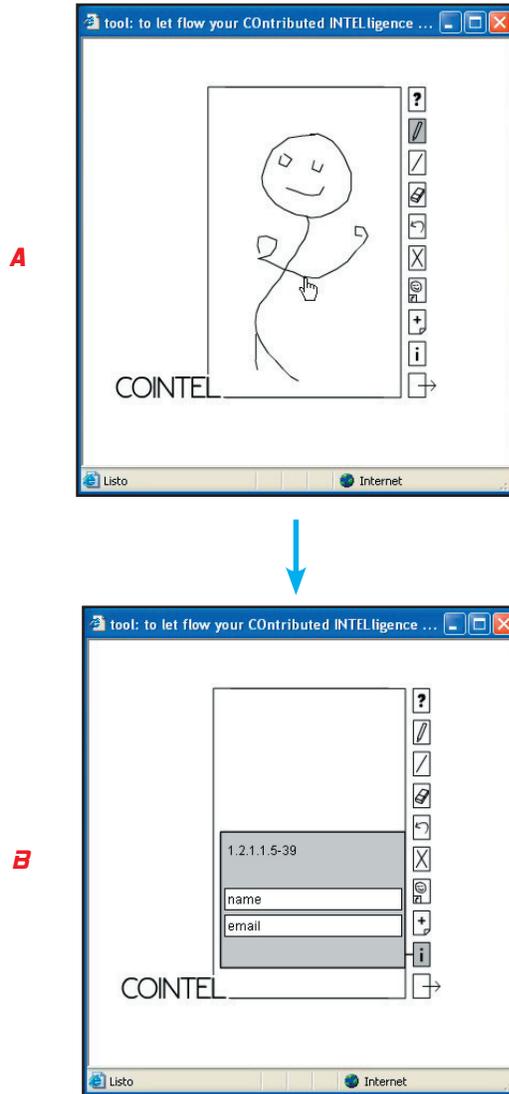
A: Cuando un participante quiere añadir viñetas al cómic, sólo necesita hacer click en el signo "+" al final de la secuencia.



B: Entonces aparece la interfase de dibujo, que es muy sencilla y permite al participante dibujar de inmediato.

3

Figura 27



En cuanto el dibujo ha sido terminado, el usuario anota información de contacto y envía el trabajo para comenzar el proceso de votación.

permite otras formas de aproximación visual, además en ocasiones llega a ser confuso, ya que la dinámica no es muy clara, por si misma no promueve necesariamente la participación en comunidad.

Otro error es que hace uso de ciertas claves visuales que confunden al lector, por ejemplo en el menú auxiliar hay indicadores de sección que más bien parecen menús *drop down* (en forma de lista desplegable), lo que no permite al usuario ver todas las opciones.

Estructura del Discurso

Cointel es una de las primeras comunidades que mezclan las capacidades de los cómics con el poder de tomar decisiones de Internet. En esta comunidad virtual el lector se convierte en actor participando en la elaboración de un cómic sin fin, que en algunos casos crea un laberinto de diferentes caminos dónde el participante/lector puede escoger continuar o tomar otro sendero.

Se lleva al lector a un discurso altamente visual con muy poco texto, solo el necesario, lo cual es congruente con su propósito, el comunicarse por medio de imágenes. Esto y la misma forma de presentar y estructurar las historias dan al sitio una apariencia altamente orgánica (influenciada por la intención que tiene este sitio de crear una comunidad social virtual, que establezca su propia forma de organización, cambiante constantemente), al parecer sin una estructura, lo que es natural debido a la naturaleza maleable de la forma electrónica, que ha hecho al proceso físico de composición más "elástico", los creadores tienen mayor rapidez para trasladar el pensamiento a lo escrito y de reorganizar los contenidos porque es mucho más sencillo realizar cambios en la pantalla. A este tipo de nuevas convenciones, que están evolucionando y difuminando las distinciones entre escritura tradicional y hablar se le llama "*discurso electrónico*" (Leibowitz,1999).

Esto es una de las grandes ventajas que proporciona el medio digital de la red, pero debe ser usado de manera regulada, ya que puede resultar en una experiencia confusa para el navegante primerizo. Lo cual ocurre con el acto de narrar las historias en este sitio, nadie se preocupa por dar a los nuevos visitantes claves que les digan que está ocurriendo actualmente con las narraciones, de qué tratan; lo

3

cual es algo negativo, ya que seguramente esto aleja a muchos lectores/participantes potenciales, y convierte a la comunidad que si participa en una estructura social cerrada.

Análisis general de la estructura discursiva en los sitios revisados

Los sitios revisados de las universidades, tanto nacionales como extranjeros, están planeados en términos de dar un servicio corporativo, de acuerdo a lo que la institución a la que pertenecen piensa es lo que necesitan los estudiantes. Esto limita para desarrollar una estrategia más efectiva, creando en los usuarios una idea equivocada de lo que realmente deben de buscar conocer, al no pensar en aquello que realmente necesitan.

Los sitios mexicanos están mal estructurados (incluyendo al sitio de la UDLAP), esto se comprueba al revisar la información que presentan: no hay claridad ni sentido de organización, demasiada burocracia, falta de facilidad para localizar las cosas, etc.

En comparación los sitios de universidades extranjeras tienen una estructura más confiable, es mucho más sencillo localizar lo que se necesita, hay una jerarquía visible, y visualmente son más agradables, usan colores suaves que ayudan a los usuarios a sentirse más cómodos y hacen un buen contraste con los tonos oscuros de la tipografía. Sin embargo, caen en el error igual que las páginas electrónicas mexicanas, de enfocarse en los procesos administrativos, lo que provoca presentar demasiada información y saturar con esto al lector.

Parece que en todos los sitios españoles se maneja el mismo tipo de ideología al momento de estructurar el argumento visual y textual que se presenta a los usuarios: estructuras muy lógicas, y escritura impersonal. Tal vez la forma de presentación es un reflejo de la realidad social de España. Pero aún así se podría hacer mucho más, ya que un sitio electrónico es un portal proveedor de algo (en este caso información) y como tal debe dar la sensación de un “servicio personalizado”, con mucho más carisma que convenga al navegante de por qué está visitando esa página, por qué debe quedarse en ella y qué puede hacer.

Por otro lado el estudio de los sitios culturales y participativos aunque muestra deficiencias igual o mucho más graves, presenta posibilidades que de ser empleadas de manera más apropiada facilitará el uso y acercamiento a la información del navegante potencial. Lo que nos enseñan estas páginas es que el hipertexto provee al usuario de flexibilidad y control sobre el método, velocidad, localización y orden de acceso a la información (Marshall & Shipman, 1995), y con esto puede abastecer a una amplia variedad de audiencias con diferentes objetivos, intereses, requerimientos y habilidades de comprensión.

Esto lleva a pensar que el uso de las tecnologías cambia con el contexto y genera efectos en términos de sus usos, y que los creadores de sitios electrónicos pueden tomar ventaja de esto, usando esta capacidad para involucrar más al lector, creando construcciones más plurivocales en las cuales existen diferentes lecturas para diferentes audiencias, sobre todo si se incluye un medio alternativo de acceso al conocimiento como es el cómic. Es importante el entender esto, porque impacta la manera en que la audiencia lee los contenidos; el contexto del productor y el del lector determinarán la (de)codificación del discurso. Y en el entendimiento de este discurso recae la efectividad del producto, y como se ha visto en capítulos anteriores la narrativa visual es un medio muy directo que propicia con facilidad la comprensión del información.

Finalmente, el *benchmark* resultó de mucha utilidad para entender que se está haciendo bien tanto en estrategia como en usabilidad en los perfiles analizados y que debe de evitarse para lograr conformar un sitio exitoso.



“La mejor forma de acompletar una misión es determinar su propósito esencial, su misión más básica” (Wurman, p. 51). En el diseño crear una conexión con el usuario debe ser más que solo colocar anuncios. Es llevar a los clientes/usuarios a nuestro sitio electrónico y que salgan del otro lado con una imagen consistente de nosotros –lo que hacemos y cómo lo hacemos-, por tanto los diseñadores más exitosos serán los que hagan sus productos más entendibles a través del diseño, dándonos cuenta que es el medio el que tiene que influenciar al diseño (Wurman, 2001).

Este proyecto se enfoca en generar un modelo electrónico que facilite la experiencia de la vida cotidiana de alumnos mexicanos de la UDLAP que viajan en un intercambio académico, apoyado en la experiencia de otros estudiantes que se han ido previamente, para compartir vivencias que posibiliten a los que por vez primera salen del país el desarrollar sus propias estrategias sociales, facilitando el intercambio de conocimiento y de experiencias interculturales.

El proyecto busca:

1.- Preparar a los alumnos para tener experiencias interculturales

- Facilitar el proceso de adaptación intercultural a través de un sitio electrónico.
- Fomentar un sentido de comunidad entre los estudiantes que viajan al extranjero.

2.- Crear conocimiento

- Intercambiar de manera electrónica información de experiencias.
- Apoyarse en herramientas que faciliten el compartir conocimiento.

3

De manera particular se quiere:

Proponer un modelo electrónico colaborativo con el formato de un sitio electrónico que promueva el intercambio de experiencias interculturales (El sitio estaría vinculado con el sitio de la UDLAP y el subportal de la Dirección de Asuntos Internacionales).

Crear una interfaz intuitiva que ayude al usuario a entender cómo funcionan los diversos procesos sociales relacionados con la experiencia y el viaje intercultural.

Proponer un modelo teórico de herramientas que promuevan la colaboración dinámica en la red.

Teniendo esto en consideración se tuvo que analizar la información fáctica reunida a lo largo del proceso de investigación, para desglosarla y obtener aquello que nos sirve para desarrollar el sitio. Una forma más precisa de identificar datos de información es mirar al contexto. Sin contexto la información no puede existir, y el contexto en cuestión debe relacionarse no solamente al ambiente del dato, sino también al contexto e intención de la persona interpretándola (Wurman, 2001). Por esto pasaremos a entender la contextualización particular del caso, entendiendo como es el tipo de usuario y los demás elementos involucrados en el problema de diseño.

Audiencias

El usuario al que el proyecto está destinado son todos aquellos estudiantes mexicanos de la Universidad de las Américas, Puebla que van a viajar a otro país en un intercambio escolar.

Datos del usuario

El perfil de los estudiantes es el siguiente (Dirección de Asuntos Internacionales, 2004):

- Son alumnos que han cursado al menos tres semestres en la UDLAP.
- Su edad mínima es 19 años.

- Alrededor del 60% del total de estudiantes solicitantes son mujeres.

Necesidades

Para entender las necesidades de los usuarios se realizaron entrevistas con los principales *stakeholders* (personas involucradas o con algún interés en el proyecto): la Dirección de Asuntos Internacionales, específicamente con la Mtra. Mariana Muñoz Couto, coordinadora de estudios en el extranjero, Ana Jiménez coordinadora de Orientación y reclutamiento y Olga Cantú jefe del departamento de Educación Internacional. Además se realizaron entrevistas a profundidad con estudiantes que han viajado a España y por tanto ya tienen una visión global de la experiencia y de las necesidades personales que surgen durante el viaje al extranjero.

De esto se desprendieron las necesidades de los grupos involucrados en términos de: *las cosas que dicen que quieren, las cosas que ellos quieren y aquello que no saben que quieren* (Garret, 2003). Así podemos enumerar los siguientes requerimientos de parte de los usuarios:

Acceso rápido
Aprender rápido
Entrar en contacto con otros
Volver más amistosa su estancia
Poder subir información fácilmente
Conocer el contexto sociocultural en el que se encuentra el país al que van
Saber qué consideraciones hay que tomar antes de salir
Aprender cosas prácticas que les faciliten la vida diaria

Estructura del sitio

Antes de poder darle una estructura al sitio que se quiere desarrollar se determinaron las ideas generales alrededor de las cuales deben concretarse los temas para un sitio exitoso (Mandel, 1997).

3

Planteamiento del diseño de interacción de la interfase

El objetivo principal del proyecto es lograr una efectiva calidad de experiencia de interacción por parte del usuario al navegar y utilizar el sitio electrónico, para esto se utilizó en la fase de diseño la metodología propuesta por Theo Mandel (1997):

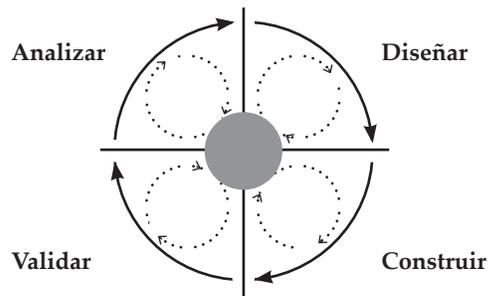
Fase 1: Reunir y analizar información

Fase 2: Desarrollar la interfase del usuario

Fase 3: Construir la interfase

Fase 4: Validar la interfase

Visualmente puede representarse de la siguiente manera:



De estas cuatro etapas es en la primera donde se recopila la información sobre la que el proyecto girará y por tanto profundizaremos en ella.

Pasos de la Fase 1:

- 1.- Determinar el perfil del usuario
- 2.- Desarrollar análisis de los procesos que realiza el usuario
- 3.- Reunir información de los requerimientos del usuario
- 4.- Analizar el ambiente del usuario
- 5.- Cumplir con los requerimientos de los procesos del usuario

Paso 1: Esta parte responde a la pregunta: "¿Quién es nuestro usuario?" Los perfiles de usuario nos permiten determinar los aspectos

demográficos, habilidades, conocimiento, historia y cualquier otra información importante que sea necesaria en lo que concierne a todos los usuarios del sistema.

Paso 2:

- ¿Qué labores realizan los usuarios?
- ¿Cuáles son las labores más críticas?
- ¿Qué pasos se llevan a cabo para realizar las labores?
- ¿Cuáles son los objetivos del usuario al desarrollar sus labores?
- ¿Qué información es la necesaria para completar los objetivos?
- ¿Qué herramientas (computadoras y otras) son usadas para lograr la tarea?
- ¿Qué tipo de *output* se genera a partir de las acciones del usuario?
- ¿Cómo los usuarios realizan su trabajo (manual, computadora, teléfono, etc.)?
- ¿Cómo interactúan los usuarios con otros en sus labores?
- ¿Qué tan frecuentemente los usuarios realizan sus labores?
- ¿Cómo puede ayudar una computadora o algún tipo de software a los usuarios con sus labores?

Paso 3: Esta parte responde a la pregunta: “¿Qué es aquello que los usuarios esperan que el producto y la interfaz hagan por ellos?” Además de determinar los requerimientos funcionales del producto y las necesidades del usuario, ayudan a determinar el apropiado diseño de la interfase y como debe de lucir y sentirse.

Paso 4: El análisis del ambiente del usuario nos responde lo siguiente: “¿Dónde los usuarios desarrollan sus actividades?” debemos determinar características del ambiente que tengan algún impacto en como los usuarios hacen su trabajo. Recolectar información de acuerdo a:

Ambiente físico de trabajo (luz, ruido, espacio, ambiente, temperatura, computadoras, teléfonos, gente, etc.).

Locación y movilidad del usuario (oficina, casa, escuela, etc.).

Factores humanos, ergonómicos y consideraciones físicas (visión, oído, sentado, parado, habilidad con el teclado, etc.).

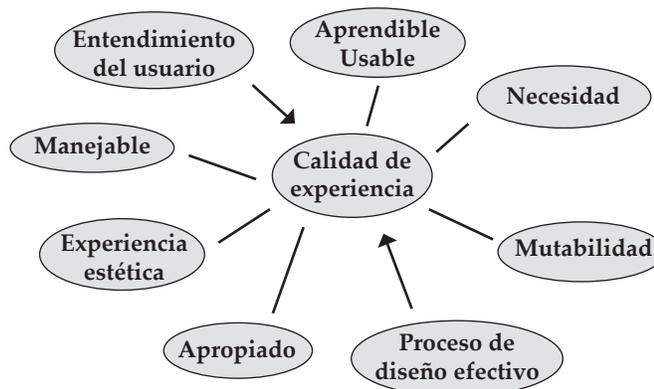
Internacionalización y consideraciones culturales (traducción, color, iconos, texto, mensajes, etc.).

3

Paso 5: Algunas veces los requerimientos del usuario no son realistas para el tipo de labor que están desarrollando. En este caso, se deben de manejar las expectativas y percepciones del usuario de manera tal que ellos no esperen más de lo que van a obtener. Pero también hay que revisar si podemos ir más allá de lo que los usuarios realmente necesitan para hacer su trabajo. Al revisar los requerimientos y labores del usuario, se vió dónde y cuándo ciertos elementos de la interfase son requeridos por los usuarios para realizar sus labores.

Para reforzar el trabajo que se realizó en cada uno de los pasos y fases se usaron también la metodología de Alben (1996), quien establece un criterio de diseño de interacción muy adecuado para lograr los propósitos que se tienen como meta (ver figura 28).

Figura 28



Con estas ideas perfectamente identificadas surgieron claramente los puntos al momento de estructurar el sitio del proyecto, con lo cual fue más fácil plantear las cuestiones principales a considerar.

Objetivos del sitio:

Información de intercambios

- Requisitos y fechas para lograr un intercambio
- Tipos de intercambio
- Opciones diversas (cursos de verano, de idiomas, etc.)
- Jerarquía de la información

Identidad corporativa

- Retórica textual (Lenguaje usado)
- Retórica visual

Información de las entidades con las que hay convenios

- Fichas de información de universidades
- Confiabilidad

Políticas del manejo de la información

- Restricciones y estipulaciones especiales
- Divulgación del conocimiento

Además de lo anterior también se debe considerar la calidad y cantidad de información que se presenta en el sitio, estudios de usabilidad indican un fiero interés de parte de los usuarios en el contenido. Cuando llegan a una nueva página inmediatamente miran al área principal de contenido en busca de títulos y otras indicaciones que les digan de qué trata la página. La investigación ha demostrado que la lectura en pantalla es aproximadamente 25% más lenta que sobre papel. Como resultado la gente no busca leer demasiado texto en la pantalla de la computadora. Por esto se debe de escribir un 50% menos, tanto para acelerar la velocidad como para aumentar la sensación de buena lectura. Debido a esta dificultad y a que la experiencia en línea parece promover una cierta cantidad de impaciencia, los navegantes escanean el texto, seleccionando oraciones clave y párrafos de interés. Por esto se debe considerar que el texto a introducir en el sitio sea pensado para escaneabilidad (Nielsen, 2000):

Estructurar artículos con dos, e incluso tres, niveles de encabezados.

Usar encabezados significativos en lugar de simpáticos.
Leer un encabezado debe inmediatamente decirle al usuario acerca de que es la página o sección.

3

Listas *bullet* y elementos de diseño similares deben ser usados para romper el flujo de bloques de texto uniformes.

Hay que resaltar y hacer énfasis en las palabras importantes para atraer al ojo del usuario.

Hay que ser sucinto. No obligar a los usuarios a leer enormes cantidades de texto; es mejor usar párrafos cortos, subtítulos y listas.

Ya que los usuarios no se toman el tiempo para leer mucho material, es importante presentar el material más importante primero, usando el llamado principio de la pirámide invertida. Los usuarios deben ser capaces de establecer con solo un vistazo sobre qué trata la página, y lo que ésta puede hacer por ellos. Con frecuencia, usuarios que escanean texto leen únicamente la primera línea de cada párrafo. Esto sugiere que las oraciones tópicas, como son el usar “una idea por párrafo” deben ser la regla. Si se cubren múltiples temas en un solo párrafo muchos usuarios no se percatarán de la segunda idea si la primera no detiene su mirada mientras escanean. También se deben usar estructuras simples para las oraciones. También la escritura convoluta y palabras complejas son muy difíciles de entender en línea. Una manera eficiente para mantener el texto reducido sin sacrificar profundidad de contenido es separar la información dentro de múltiples nodos conectados por hiperligas. Cada página puede ser corta y aún así el total de hiperespacio puede contener mucho más información que en un artículo impreso. Información de fondo, larga y detallada puede ser relegada a páginas secundarias; similarmente, información de interés para una minoría de lectores puede ser disponible a través de un link de manera que no se penalice a quienes no la requieren (Nielsen, 2000).

Se sabe que a los usuarios no les gusta hacer *scrolling* (desplazamientos verticales). Las páginas que obligan a desplazarse verticalmente son malas para los usuarios porque hacen imposible el ver todas las opciones disponibles al mismo tiempo. Siempre existirán partes de una página que serán invisibles, así que los usuarios tendrán

que tomar la decisión de su siguiente acción sin poder comparar directamente todo. Esto incrementa la carga de memoria del usuario, lo que siempre es malo y aumenta el riesgo de cometer errores (Nielsen, 2000).

La conclusión de esto es hacer las páginas cortas y asegurarse que las ligas más importantes sean visibles en los monitores sin tener que desplazarse con *scrolls* (Nielsen, 2000).

Finalmente también deben ser considerados los títulos de la página, ya que son elementos clave tanto de navegación como de información para el usuario.

Un título de página es un microcontenido y necesita ser claro. Sólo se tiene de 40 a 60 caracteres para explicarles a las personas qué encontrarán en la página. A menos que el título clarifique de qué trata la página un lector jamás la abrirá. En HTML, cada página debe tener su propio título especificado. Es importante tener buenos títulos, porque éstos son usados como la principal referencia a las páginas. Los títulos no necesitan ser oraciones gramaticales; deben estar más en la línea de los eslogans *billboard* (Nielsen, 2000).

Como punto final se deben de optimizar los títulos para un rápido escaneo. Esto implica emplear términos que connoten la información desde el inicio del título y preferentemente que empiecen con una palabra que satisfaga las necesidades del usuario mientras escanea un menú o una lista de títulos (Nielsen, 2000).

Escenarios

Un escenario es un planteamiento hipotético (basado en los perfiles de usuario) sobre alguna situación o serie de situaciones que un visitante puede encontrar al momento de navegar dentro de un sitio electrónico.

Antes de pasar a crear un escenario que nos ayude a establecer los procesos que nuestro usuario va a realizar, debemos apoyarnos en otros conceptos que enriquezcan y amplíen nuestra percepción para lograr un buen producto final.

3

Calidad de experiencia

¿Cómo el diseño de una interacción efectiva le da a la gente una experiencia exitosa y satisfactoria?

El diseño debe tener complejidad, ser interesante, tener intensidad, profundidad y riqueza, y ser distintivo. Debe tener amplitud, en su acabado y en nuestra memoria, atrapar nuestras mentes y hacernos pensar acerca de él (Mandel, 1997). El manejo de la narrativa visual ayuda a cumplir los requerimientos de este punto.

Hay que tomar en cuenta la importancia de diseñar productos que respondan a las necesidades de los usuarios, basados en sus experiencias y expectativas, así como en sus diferencias sociales, culturales y ambientes de trabajo, en lugar de estar estructurados desde el punto de vista del diseñador (Mandel, 1997). Es decir, hay que hacer nuestro sitio simple de navegar para nuestra audiencia, asegurando que nuestras ideas son consistentes a través de todos los medios, prometiendo únicamente las cosas que podemos cumplir, así estaremos conectados con todas nuestras audiencias (Wurman, 2001). Para lograr esto, debemos entender como piensa nuestro usuario.

Modelos mentales

IBM (1992) dice: *“Un modelo mental no necesariamente refleja una situación y sus componentes de manera precisa. Sin embargo, un modelo mental ayuda a la gente a predecir que es lo siguiente que pasará en una determinada situación, además sirve como un parámetro de análisis, entendimiento y toma de decisión”* (Mandel, 1997:24). Mayhew (1992) enlista razones por las que las personas forman modelos mentales (Mandel, 1997:24):

Los modelos ayudan a las personas el predecir e inferir futuros o acontecimientos invisibles.

Los modelos permiten a los usuarios encontrar las causas para los eventos observados.

Los modelos les permiten a los usuarios

determinar las acciones apropiadas para provocar los cambios deseados.

Los modelos sirven como dispositivos mnemónicos para recordar relaciones y eventos.

Los modelos son una forma de entender comportamientos análogos

Los modelos permiten a las personas el usar estrategias para vencer las limitaciones en los procesamientos de información.

La razón de discutir modelos, y en particular el modelo mental del navegante, es que los productos deben ser diseñados para encajar en la forma en que los usuarios ven los sistemas y como trabajan con ellos. Como todo esto ocurre dentro de la cabeza de las personas, no es sencillo tener y desarrollar ideas. ¿Entonces cómo podemos encontrar una forma de obtener el modelo mental del usuario? Como el modelo mental de usuario está basado en las experiencias y expectativas de la persona, la única forma de acertar y entender al usuario es hablar con él y verlo usar la propuesta (Mandel, 1997).

Mandel (1997) recomienda cinco formas de recabar información de los usuarios:

- Análisis de labores del usuario
- Examinar y entrevistar a los usuarios potenciales
- Visitar los lugares de trabajo
- Obtener retroalimentación del usuario
- Realizar pruebas de usabilidad

Un asunto importante es la dificultad de obtener una confiable retroalimentación de los usuarios, éstos usualmente dicen lo que ellos hacen, en vez de aquello que quisieran hacer. Por otro lado el modelo del diseñador se formula mejor a partir de la base de la pirámide *Cliente-Diseñador-Usuario*. De hecho, mientras se trabajan los aspectos más importantes, como definir los objetos y las metáforas usados en la interfase, los aspectos visuales y estéticos de ésta, como los iconos, usualmente evolucionan de manera lógica y fácilmente (Mandel, 1997).

3

Por esto se decidió realizar pruebas con usuarios, para observar en la realidad cómo se comportaban frente al sitio, dividiendo el proceso en etapas para que en cada ronda se pudieran hacer mejoras hasta llegar a una propuesta óptima. Steve Krug (2000) dice que en pruebas de usabilidad el número ideal de usuarios por cada ronda de pruebas es de tres y máximo cuatro. Se dividió el proceso de diseño en tres fases durante las cuales se realizaron dos rondas de pruebas. En la primera se entrevistaron a tres usuarios y a partir de la información recopilada se hicieron mejoras al sitio. Esto condujo a una segunda ronda de pruebas, en donde se entrevistaron a cuatro usuarios nuevos, más los usuarios de la primera etapa. Por último, a partir de esta ronda se llegó al desarrollo final del sitio, el cual se enfocó pensando en que la satisfacción del usuario depende de sus expectativas así como de los tiempos de respuesta. Si la misma acción algunas veces ocurre rápido y otras lentamente, los usuarios no sabrán que esperar y por esto no podrán ajustar su comportamiento para optimizar su uso del sistema. Cualquier cosa que se pueda hacer para estabilizar las respuestas resultará en una mejora de usabilidad (Nielsen, 2000).

Con cada ronda de entrevistas el sitio fue mejorando, enfocándose en las partes donde se encontraban dificultades y aquellas susceptibles de ser mejoradas para facilitar y efficientar al máximo los procesos del usuario.

La psicología del usuario

Involucrar al usuario en el diseño de la interfase es de vital importancia. Diseñar la interfaz debe basarse en un conocimiento de las experiencias y expectativas de éste (Mandel, 1997). Usabilidad significa asegurarse de que algo funciona correctamente. Cuando miramos una página *web* ésta debe ser autoevidente, obvia y autoexplicatoria. Poner atención a la usabilidad reduce la frustración y aumenta la satisfacción para los visitantes de un sitio, y una mejor oportunidad de que vuelvan a visitarlo (Krug, 2000).

La psicología cognitiva es el estudio de cómo nuestras mentes trabajan, cómo pensamos, cómo recordamos, y como aprendemos. Éste es un modelo de procesamiento de la información de la cognición humana (Mandel, 1997).

El sistema visual humano requiere de una pequeña cantidad de tiempo para reaccionar a los estímulos y mover los ojos hacia donde la información es presentada (Mandel, 1997). La percepción no es simplemente el acto de ver. Es la combinación de toda la información disponible a través de nuestros sentidos (vista, tacto, oído, gusto y olfato) con el conocimiento almacenado en nuestra memoria, entonces el proceso de percepción es relacionar nuevas experiencias con viejas experiencias y expectativas (Bailey, 1982).

Los mensajes deben permanecer en la pantalla el tiempo suficiente para que los usuarios no solo se den cuenta de que el mensaje está ahí, sino que también puedan pasar la información a funciones mentales más avanzadas para leerlo y responder a él. El sistema sensorial humano toma la información de toda la pantalla. Un fondo de pantalla es divertido de observar. Sin embargo, cuando trabajamos en una ventana mientras que el fondo animado está funcionando nuestro sistema sensorial se encuentra realizando más trabajo de lo necesario, estamos procesando toda la actividad que ocurre en la pantalla a la vez que intentamos trabajar en la ventana. Este procesamiento visual extra puede causar ansiedad y fatiga (Mandel, 1997).

Cuando usamos la red cada objeto que nos hace detenernos a pensar suma una carga a nuestra capacidad cognitiva, distrayendo nuestra atención del objetivo a mano. A las personas no les gusta romperse la cabeza tratando de descubrir como funciona algo. La cosa más importante que podemos hacer es entender el principio básico de eliminar todo aquello que nos hace detenernos (Krug, 2000). De hecho la estimulación constante o repetida cansa nuestros mecanismos sensoriales, de tal manera que ponen menos atención y su capacidad de distinguir los cambios se reduce. Esto es llamado *habituación*, y se aplica a toda la información sensorial, incluyendo aquella en el ambiente físico y en las pantallas de las computadoras (Mandel, 1997).

Hay que diseñar interfases basadas en aquello que se sabe acerca de las habilidades cognitivas y perceptuales del usuario. Una de las cosas más importantes que una interfase puede hacer es reducir el uso de la memoria del usuario y usar las fortalezas de la computadora para ayudar a éste (Mandel, 1997).

3

Un diseño centrado en el aprendizaje se enfoca en aumentar la experiencia de aprender mientras se llevan a cabo tareas (Mandel, 1997). La facilidad de uso, a pesar de ser tan valiosa, es una visión muy limitada. Necesitamos hacer crecer nuestras expectativas acerca de lo que las capacidades computacionales pueden hacer y soportar. Necesitamos llegar al verdadero asunto de nuestro tiempo: alimentar el crecimiento intelectual de los niños y adultos, apoyarlos al tiempo en que afianzan sus ideas, liberando y entrenando su imaginación, y desarrollando toda forma de destrezas (Soloway & Prior, 1996). Tomando estas ideas para el proyecto trazamos el plan sobre el cual estructuraremos las acciones de diseño.

Personas (User models)

El recolectar todo tipo de información de nuestros usuarios es muy valioso, pero algunas veces podemos perder de vista a la gente detrás de las estadísticas. Podemos hacer más real a nuestros usuarios al transformarlos en *Personas o User Models*, que son personajes ficticios contruidos para representar las necesidades de toda una gran gama de usuarios reales. Al poner rostro y nombre a la información dispersa que hemos reunido en la investigación, las *Personas* aseguran que mantengamos nuestras mentes en los usuarios durante todo el proceso de diseño (Garret, 2003).

Anteriormente ya hemos hablado que el perfil general de los estudiantes UDLAP que usarán el sitio abarca alumnos desde 19 años que se encuentran estudiando en tercer semestre de licenciatura hasta maestría y doctorado, siendo la mayoría mujeres. Con esto en claro pasaremos a ser más específicos para la creación de *Personas*.

Los perfiles que se muestran a continuación fueron desarrollados con base en las entrevistas que se realizaron a varios estudiantes de la UDLAP que han tenido la oportunidad de vivir una experiencia intercultural en España.

Karla (ver figura 29)

Ella es estudiante de artes plásticas no tiene tiempo ni interés de realizar búsquedas detalladas o profundas acerca del país al que va a ir. Busca aprovechar la oportunidad que le brinda la UDLAP de irse de intercambio a otra nación para vivir cosas nuevas. Realmente no le importa a qué país va, ha hecho varias solicitudes, entre ellas España. No cree que sea difícil la experiencia de estar en otros lugares. Su uso del internet es moderado.

Figura 29



Karla

“No me gusta complicarme la vida, quiero encontrar información rápido”

Karla quiere viajar para vivir otras experiencias, le importa poco el lugar.

Edad: 26

Ocupación: Estudiante de Artes Plásticas.

Perfil técnico: Uso moderado de tecnología; Aple Ibook (desde hace dos años).

Uso de internet: Principalmente en casa; entretenimiento y correo electrónico.

Ficha técnica del perfil de la persona Karla

3

Berenice (ver figura 30)

Tiene 21 años, es una estudiante de economía que busca irse por todo un año a España. Escogió este país porque además de tener excelentes universidades dentro de su área de estudios, también se habla el mismo idioma, sabe que va a encontrarse con cosas diferentes pero no está segura de cuáles son los temas que debe de tomar en cuenta para prepararse. Solo usa el internet para correo electrónico o tareas escolares.

Figura 30



Berenice

“Quisiera un sitio donde pueda tener toda la información que necesito”

Viaja para tener una mejor educación; la calidad de las universidades es importante, además del idioma.

Edad: 21

Ocupación: Estudiante de Economía

Perfil técnico: Uso limitado de tecnología; PC de escritorio (desde hace cinco años).

Uso de internet: Principalmente en la escuela; tareas y correo electrónico.

Ficha técnica del perfil de la persona Berenice

Alberto (ver figura 31)

Es un estudiante de 30 años que pronto viajará de intercambio para hacer una maestría, busca información lo más detallada posible acerca del nuevo entorno en el que estará y si es posible entrar en contacto con otras personas mexicanas que ya estén estudiando o hayan vivido en el país con las que entablar amistad y lo orienten para hacer más fácil su viaje. Está bastante familiarizado con el uso de internet y tecnología en general.

Figura 31



Alberto

“Quiero aprender todo lo que pueda del nuevo lugar a donde voy”

Acostumbrado a viajar Alberto sabe que lo mejor es tener una idea de las costumbres del país en que va a vivir.

Edad: 30

Ocupación: Estudiante de Arqueología.

Perfil técnico: Uso extenso de tecnología; PC laptop (desde hace tres años).

Uso de internet: Escuela y trabajo; tareas, correo electrónico e investigación.

Ficha técnica del perfil de la persona Alberto

3

Escenas

Algunas de las tareas más comunes a las que estos usuarios se van a enfocar son: el entrar en contacto con otros que estudien en la zona a la que van a llegar, buscar vivienda, aprender sobre las costumbres locales, aprender sobre los modismos de lenguaje y comportamiento más comunes, buscar compartir sus propias experiencias, etc. Por ejemplo la persona Berenice busca saber donde puede encontrar alojamiento, y en el proceso el sitio debe de tener la capacidad para guiarla a encontrar esta información y además poder enterarla que debe considerar no solo la vivienda, sino cuáles son los costos generales de vivir en España, específicamente en la localidad de Sa-lamanca, que es a donde ella va a residir.

Otro ejemplo es Karla, a la que le interesa saber de la vida nocturna, específicamente lugares donde, además de poder tomar una cerveza, disfrute de algún tipo de entretenimiento artístico, así que el sitio le debe de ofrecer la posibilidad de entrar en contacto con personas con intereses similares que le brinden esta información.

Finalmente Luis Alberto, busca enterarse de la forma de comportarse de los españoles, y tiene un gran interés en conocer cuáles son los modismos más utilizados al hablar, de esta manera va a tener un mejor proceso de comunicación con los residentes del país. El sitio a través de compartir las experiencias de otras personas puede ayudarlo a entender como funciona la cultura española, ya que le mostrará como otros han reaccionado y superado eventos difíciles (por diferencias culturales entre mexicanos y españoles) en diversos momentos de la vida cotidiana.

Estos son solo algunos de los ejemplos de los escenarios que se crearon para establecer las necesidades que debe satisfacer el sitio.

Principios organizacionales

A menos que el sitio sea estructurado de acuerdo a las necesidades del usuario y contenga esquemas navegacionales que permitan a las personas encontrar lo que ellos buscan, los usuarios nunca llegarán ni siquiera cerca de las páginas correctas. En la red el usuario fundamentalmente controla su navegación a través de las páginas, así es mejor diseñar para tener libertad de movimiento (Nielsen, 2000). La decisión de si el usuario comienza su desplazamiento por búsqueda o navegación depende del ánimo en que se encuentre. Si escoge navegar, debe hacer su camino a través de una jerarquía, usando señas que lo guíen (Krug, 2000).

La estructura inicial del sitio se ha planeado para ser inicialmente en formato de árbol, pero con el paso del tiempo entre más experiencias y colaboraciones sean añadidas y la comunidad crezca esta estructura debe de pasar a ser en formato de matrix, ya que así facilitara la búsqueda y jerarquización de información con rangos específicos de acuerdo a las distintas necesidades de cada uno de los diferentes usuarios.

Por tanto es de vital importancia considerar los factores que concretan la usabilidad (Mandel, 1997) para que en el futuro el sitio sea fácilmente convertido a los requerimientos que surjan:

Utilidad: El grado en el que un producto permite al usuario lograr sus objetivos.

Efectividad: Que tan exitoso es un producto al permitir a los usuarios realizar su trabajo (¿Qué tan bien un usuario realiza labores con el producto?).

Aprendizaje: Los usuarios pueden usar un producto a un determinado nivel de competencia después de un determinado periodo de entrenamiento (entre menos tiempo de aprendizaje es mejor un producto).

Actitud: Percepciones, sentimientos y opiniones del usuario acerca de aprender y usar un producto (¿Cuáles son los pensamientos del usuario acerca de la usabilidad del producto?). La actitud se mide a través (ya sea de forma oral o escrita) de la satisfacción.

3

El “figurarnos dónde estamos” es uno de los problemas en la red, mucho más constante y pervasivo que en los espacios físicos. La navegación compensa esta sensación de perder el lugar gracias a la jerarquía del sitio, creando un sentido de “estar aquí” (Krug, 2000). La forma en que se ha estructurado el sitio es en base a nodos pasando de los grandes temas a los subtemas que de estos se desprenden (ver figura 32).

Home: Bienvenida, acercamiento general a los contenidos del sitio.

Objetivos: Reglas, restricciones, políticas de uso.

Experiencia intercultural: Listado de países, facetas de temas.

Platica con otros: Chat dónde se puede platicar al momento con otras personas de la comunidad.

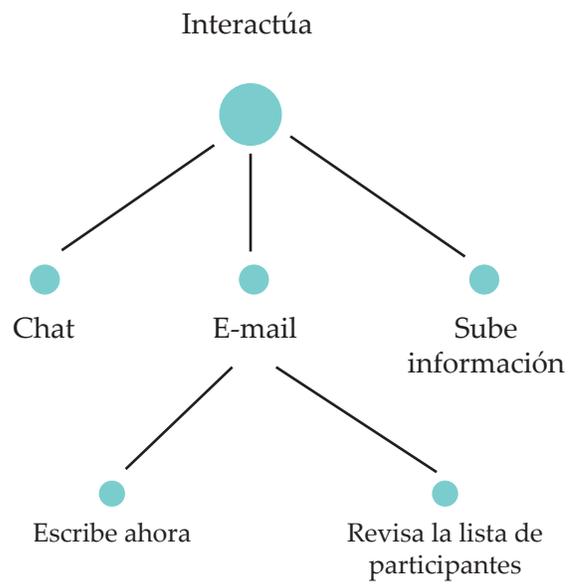
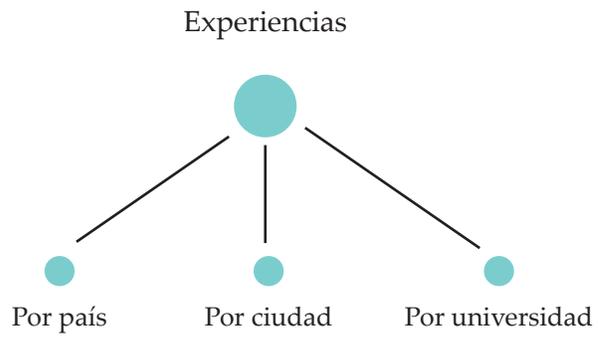
FAQS: Preguntas más comunes (como encontrar vivienda, cursos recomendados, lugares de interés dentro del área, etc.).

Contacto: Direcciones, teléfono, correo electrónico, para la dirección de Asuntos Internacionales o para la jefatura por carrera.

Dos de los propósitos de la navegación son obvios: ayudarnos a encontrar aquello que buscamos, y decirnos dónde estamos. Además nos da algo a que aferrarnos, ya que nos brinda en que apoyarnos (aunque sea virtual) para sentirnos sobre tierra. Además de lo anterior tiene otras funciones: **Nos dice qué hay en el lugar**, revela el contenido del sitio. **Nos dice cómo se usa el sitio**. Y **nos da confianza en la gente que lo construyó**. Una navegación bien planeada es una de las mejores oportunidades que un sitio tiene para crear una buena impresión (Krug, 2000).

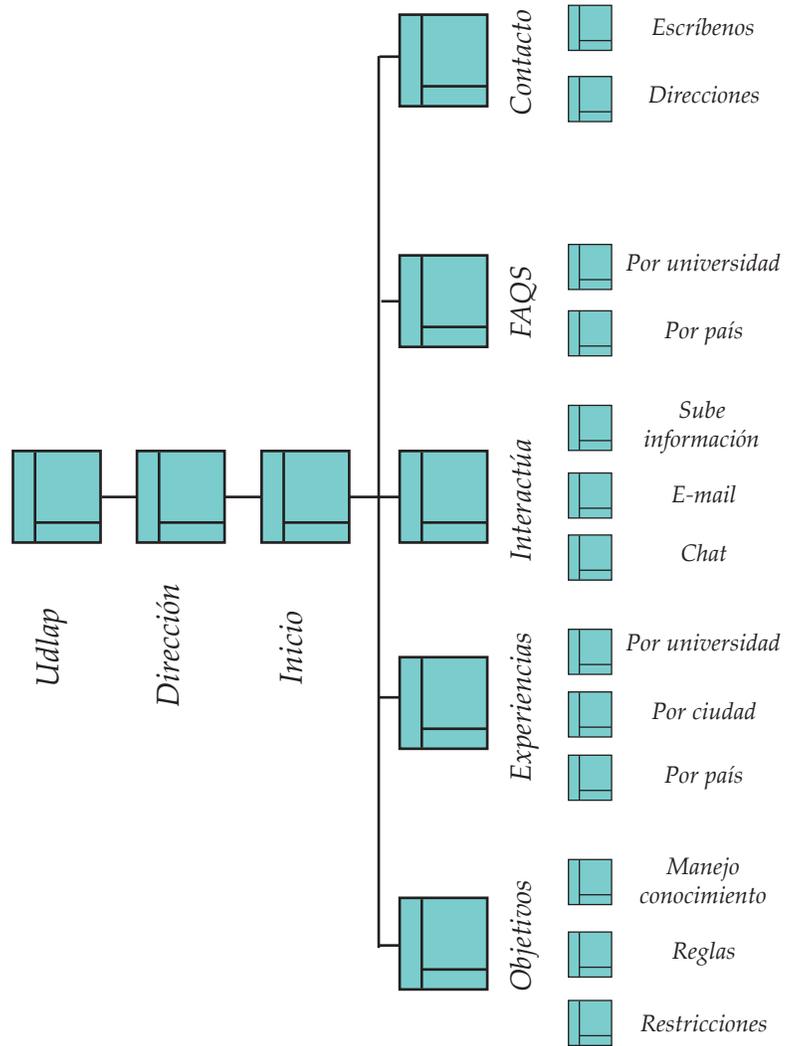
Teniendo identificado y tomado en consideración todo lo anterior el sitio se estructuró de manera que estuviera fundado sobre una arquitectura muy sencilla que facilitara la navegación de los usuarios al ser intuitiva (ver figura 33).

Figura 32: Ejemplos de cómo ha sido agrupada la información en nodos



3

Figura 33: Mapa de sitio



Objetivos de conversión

Una comunicación efectiva es importante para el éxito de cualquier producto, por esto la información debe estar presentada de manera tal que ayude a las personas para asimilarla y entenderla. La conversión nos da una mejor sensación con respecto a qué tan eficientes somos para presentar los contenidos y que aquellos que visitan nuestro sitio se interesen por él; lo que a la larga produce un efecto de lealtad en nuestros visitantes (Garret, 2003).

Para lograr una conversión eficiente en el sitio propuesto consideramos lo siguiente:

Obtener información específica sobre una situación:

Este es uno de los grandes temas que el sitio debe de poder cumplir, ya que de esta manera los usuarios tendrán la posibilidad de desarrollar sus propias soluciones sociales al estar expuestos a la experiencia previa de otros compañeros UDLAP.

Subir información de una experiencia propia:

Un punto crítico es el poder compartir con otros algún acontecimiento, ya que esto será materia prima para poder iniciar discusiones y obtener soluciones a situaciones conflictivas o simplemente por el placer de compartir, lo que fomenta la capacidad expresiva personal de maneras lúdicas y creativas.

Intercambiar información dinámicamente:

Otro de los grandes objetivos es que se fomente un sentido de comunidad (a pesar de no haber presencia física) entre los estudiantes mexicanos de la UDLAP que se encuentran en diversos lugares de un mismo país, ya que esto les permitirá apoyarse mutuamente y hacer más amigable su estancia.

Todo estos puntos tienen el propósito de mejorar la eficiencia del sitio, entre menor tiempo lleve cualquier tarea, sea más intuitiva, y se logre tener una experiencia más agradable, el usuario notará que todo funciona como debe de ser y entonces volverá a visitarnos (Garret, 2003).



Propuesta

A continuación se muestran páginas del proyecto a nivel esquemático, cabe hacer notar que dentro de los objetivos estratégicos se decidió mantener una congruencia con el aspecto visual que actualmente tiene el sitio de la UDLAP, esto debido a la importancia de mantener una unidad global en la imagen corporativa. De la misma manera es importante señalar que se han hecho pequeños cambios que mejoran la funcionalidad, como son el eliminar elementos innecesarios o utilizar ciertas guías visuales que promuevan la claridad visual a través de contrastes.

1 La parte superior de la página debe ser significativa (Nielsen, 2000).

Escudo institucional que sitúa inmediatamente al usuario, diciéndole a qué institución pertenece el portal.

A su vez esta imagen es un hipervínculo programado para llevar al usuario a la página principal de la UDLAP.

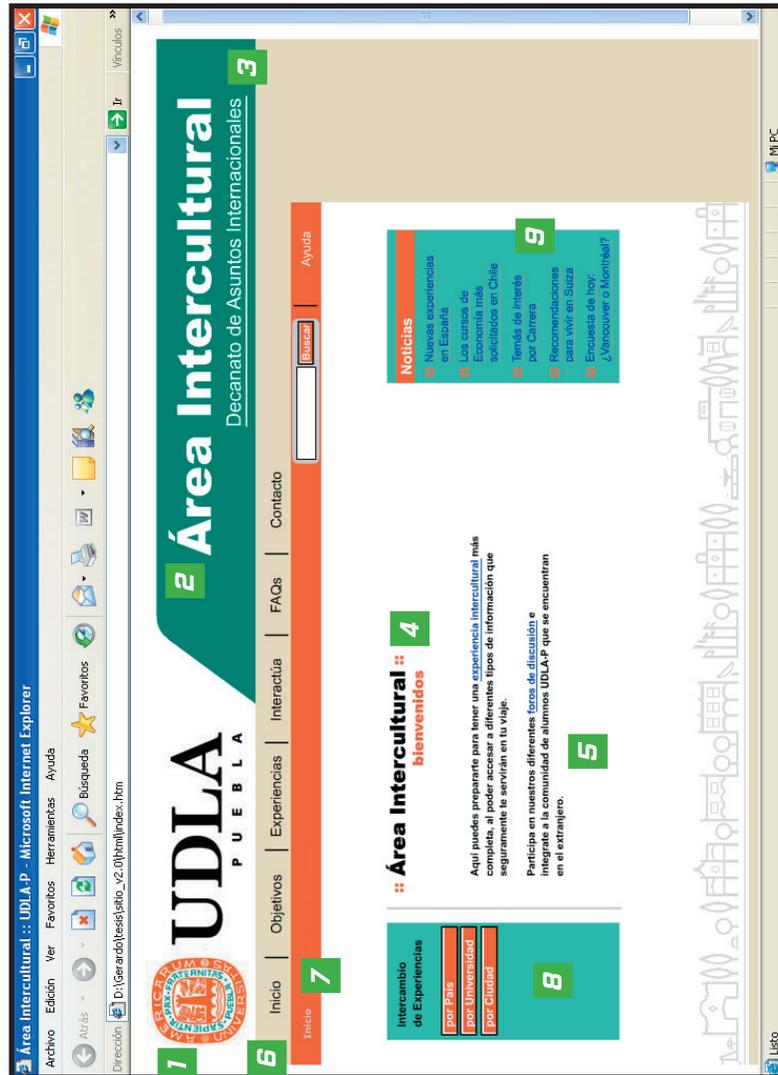
2 Título que indica la temática de este sitio electrónico.

3 Nombre colocado estratégicamente junto al título del portal, señala al usuario la pertenencia inmediata, dándole información y confianza sobre quién es responsable del sitio. También es un hipervínculo directo al subsitio de la Dirección de Asuntos Internacionales.

4 Cabeza titular de sección, indica por jerarquía y posición espacial el tema de la página que se ve actualmente.

5 Área destinada al contenido informativo, se distingue de los otros cuerpos de texto por tamaño, posición y extensión. En esta parte encontraremos ligas asociativas, que usualmente son palabras subrayadas (también pueden ser imágenes) y apuntan a páginas con más información acerca del texto ancla.

presentación del proyecto a nivel dummy

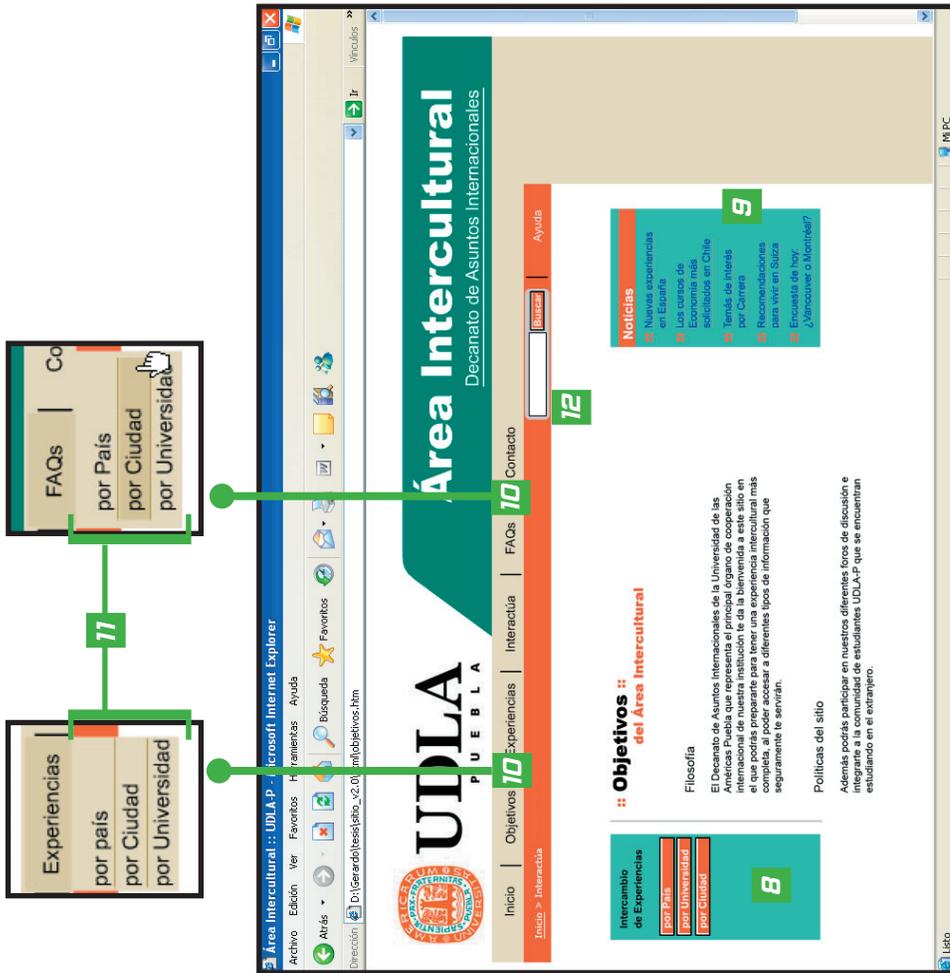


128

6 Menú para el sistema de navegación global, compuesto de ligas de navegación estructural: estas ligas establecen la estructura del espacio informacional y permite a los usuarios dirigirse a otras partes de ese espacio (Nielsen, 2000).

7 Área reservada para colocar el menú de cortesía (también llamado Breadcrumbs). Tener una guía a la vista todo el tiempo ofrece la seguridad de que sin importar lo perdidos que estemos, siempre podremos volver al inicio (Krug, 2000).

Página principal del sitio propuesto



Página dónde se especificarán las políticas del sitio y se explicará lo que el usuario puede lograr hacer

8 Área en dónde aparecerá el menú para la navegación suplementaria y en caso de ser necesario para navegación contextual

9 Menú opcional de navegación contextual, con links a noticias recientes e información importante

10 La arquitectura de la información está planeada para que existan submenús de navegación local.

11 La organización de estos submenús abarca los temas más comunes en que los usuarios categorizan cognitivamente la búsqueda de información.

12 Existirá la opción de un buscador para facilitar al navegante encontrar aquello que necesita.

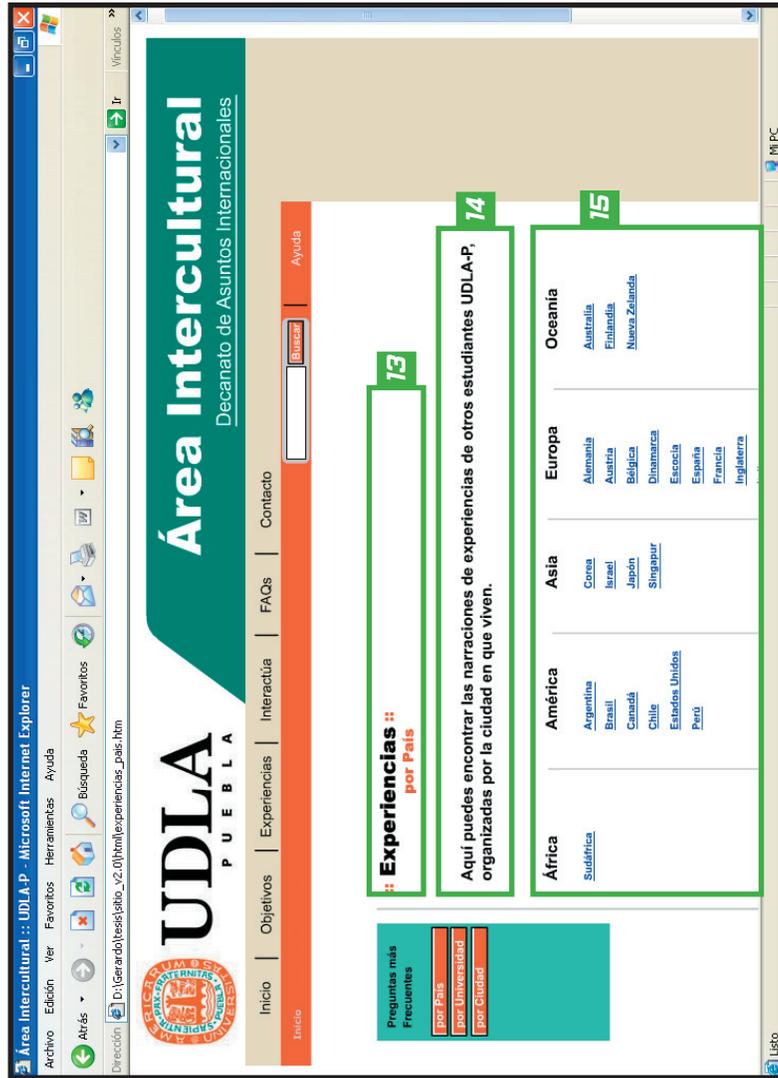
3

13 Texto que indicará al usuario la temática de la página en donde se navega. Está pensado y redactado para no saturar al lector con información, es breve y conciso.

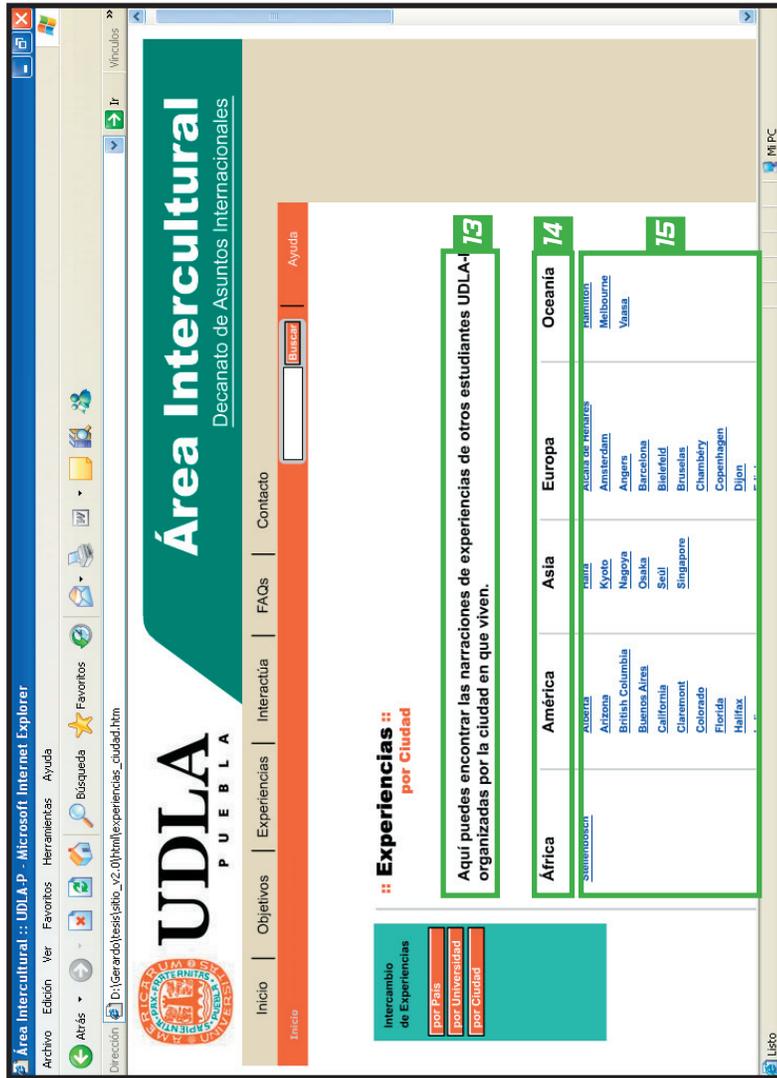
14 Según Richard Saul Wurman (2001) hay cinco formas de organización: por Locación, Alfabeto, Tiempo, Categoría y Jerarquía.

La información para encontrar las experiencias ha sido estructurada de manera que los subtítulos indican locación (continentes) reforzado por alfabeto (Africa-Oceanía), de manera que facilita el posicionar mentalmente en dónde está lo que se busca.

15 Al igual que en el punto anterior, el cuerpo de información ha sido estructurado para localizar los objetos de acuerdo a un orden por alfabeto, que es el más natural para que el usuario ubique información colocada dentro de una larga lista de opciones.



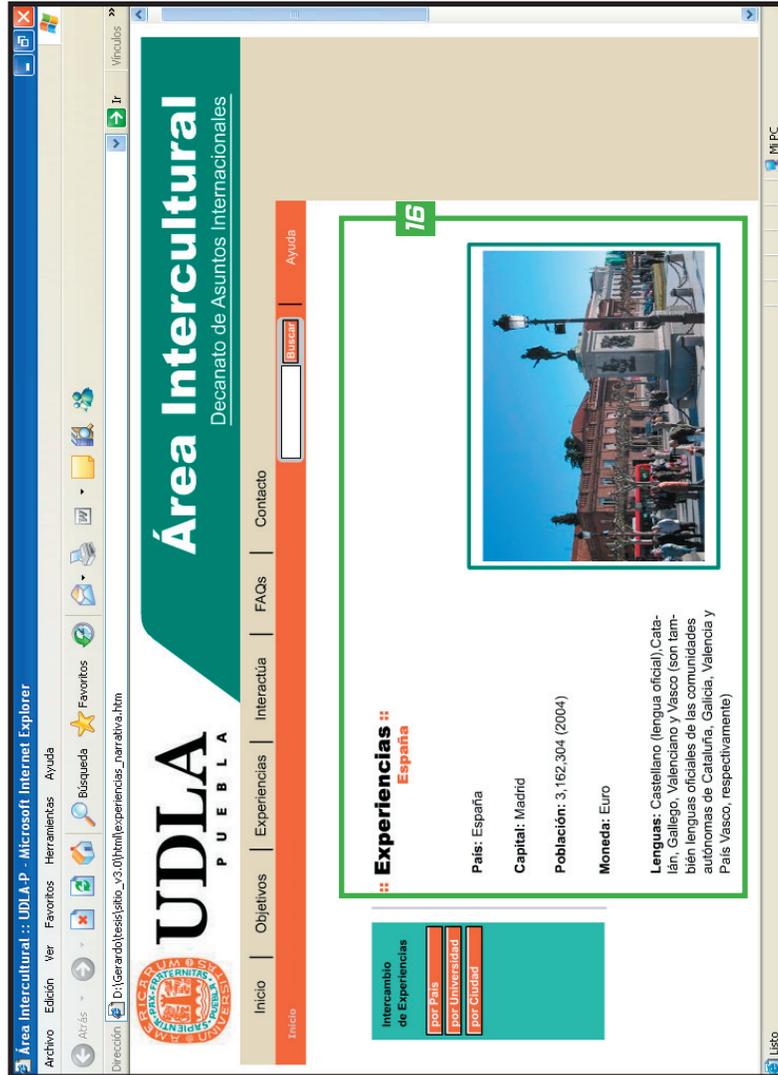
Página por donde se podrá acceder a la biblioteca de experiencias



Página por donde se podrá acceder a la biblioteca de experiencias

3

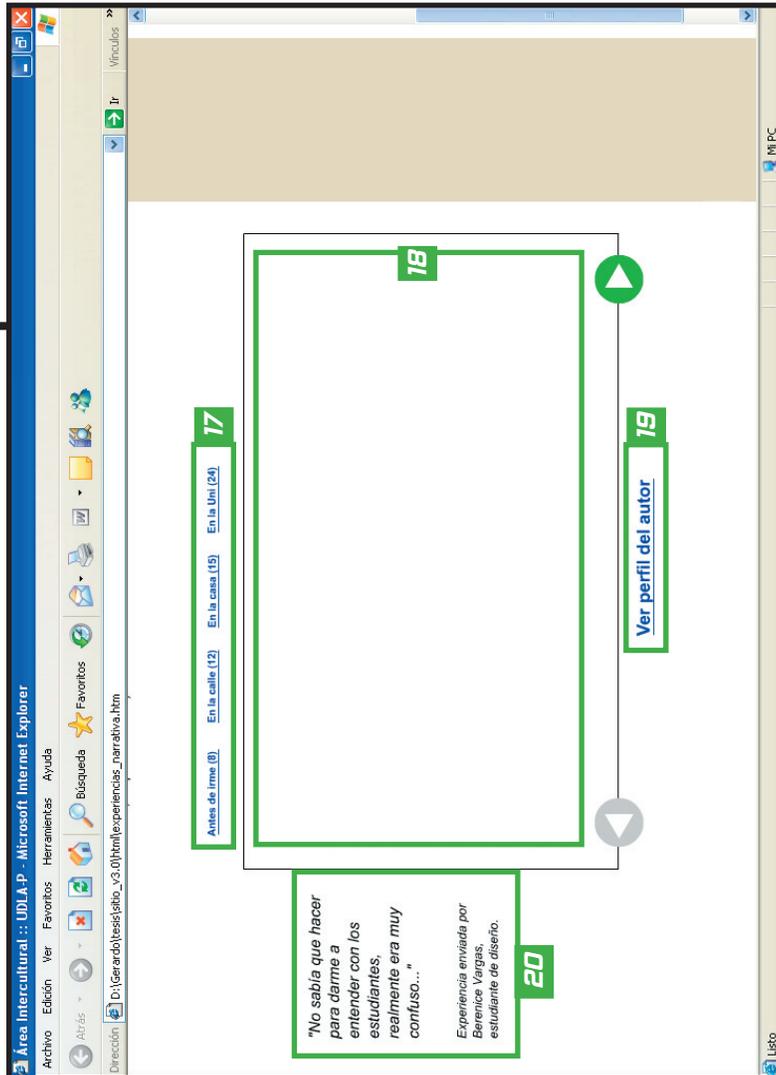
16 Al acceder a una experiencia lo primero que verá el navegante será una ficha técnica del lugar, la clasificación será por: País, Ciudad o Universidad. Se dará una sinopsis con los datos más relevantes y se mostrará una imagen representativa. Con esto se pretende situar espacialmente al lector y contextualizarlo con ayuda de elementos visuales informativos relevantes.



Subpágina de la biblioteca de experiencias

3

Subpágina de la biblioteca de experiencias



17 Menú de navegación contextual para moverse localmente en esta sección del sitio, dividido por temas de interés más frecuentes en que los usuarios categorizan la información.

18 Para que el usuario no tenga que navegar demasiados niveles internos, en esta zona se encontrará la información accesible de manera dinámica.

19 Hipervínculo por el cual se podrá acceder a la ficha personal del autor de la experiencia.

20 Texto que provee una sinopsis de la experiencia, irá acompañado por datos de la persona que envió el material.

3

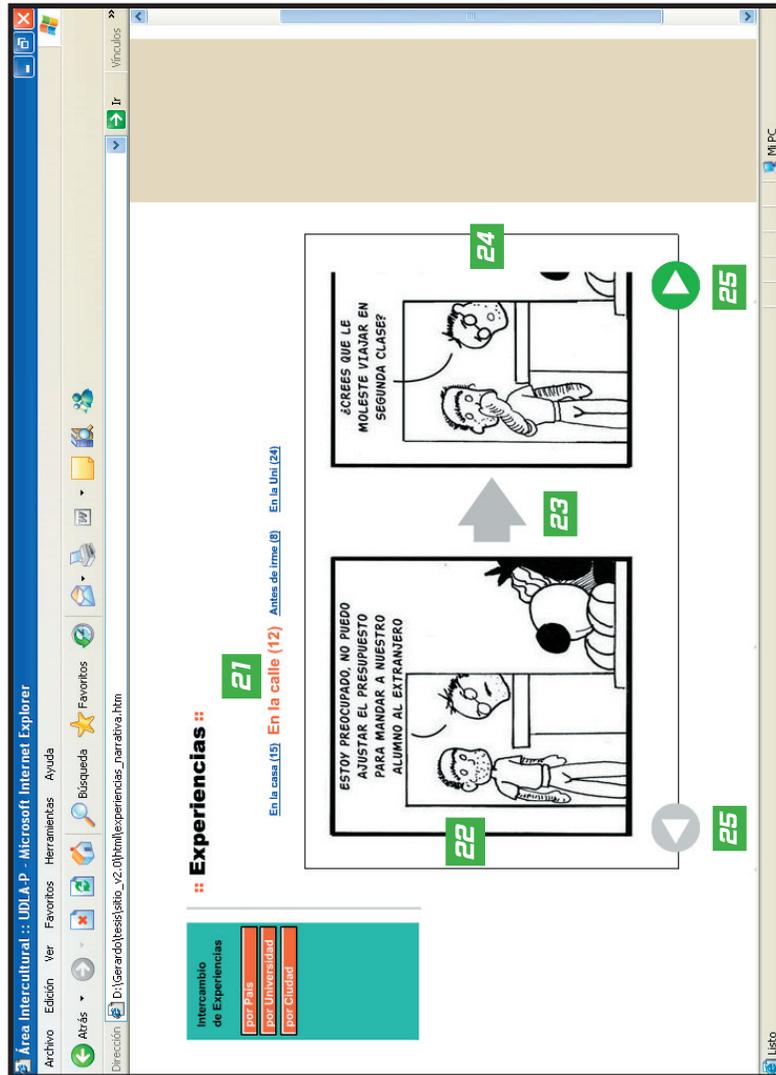
21 Siempre existirá una guía visual que indique claramente al navegante su posición dentro del sitio.

22 Narrativa visual, presentada en forma de tira para facilitar la lectura, el estilo dependerá de la creatividad de los usuarios.

23 La flecha indica al navegante que existe una continuidad, se ha coloreado en un tono gris para indicar que no es un elemento sobre el que se pueda hacer click y de esta manera se evita confundir al usuario.

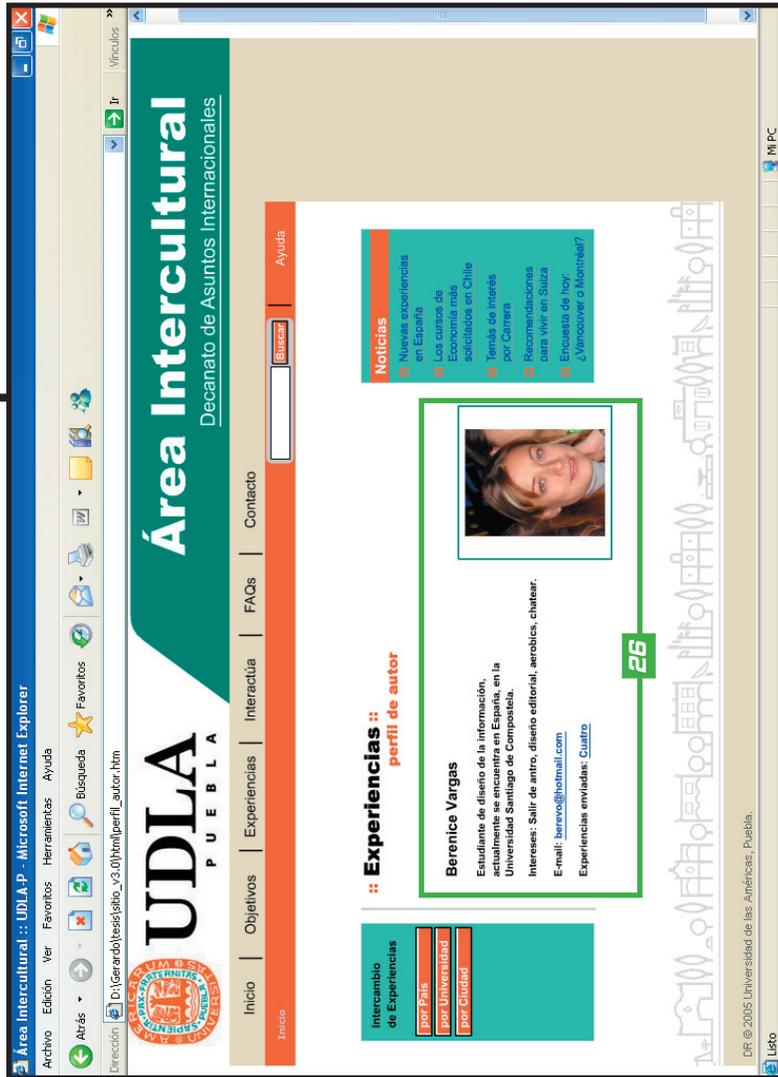
24 Para reforzar el sentido de continuación la viñeta siguiente aparece parcialmente, así el lector sabe intuitivamente que la lectura continúa.

25 Botones de navegación interna de las narrativas electrónicas, se definen claramente y alertan al usuario de su función, tanto por su posición como por su forma.



Subpágina de la biblioteca de experiencias

Ficha de autor



26

Ficha con datos del autor en la que se mostrará información básica, como el nombre, carrera, edad e intereses personales, además aparecerá un link que llevará directamente a las experiencias enviadas por ese miembro de la comunidad.

Se incluirá una fotografía y el correo electrónico para que otros estudiantes de intercambio entren en contacto.

3

27

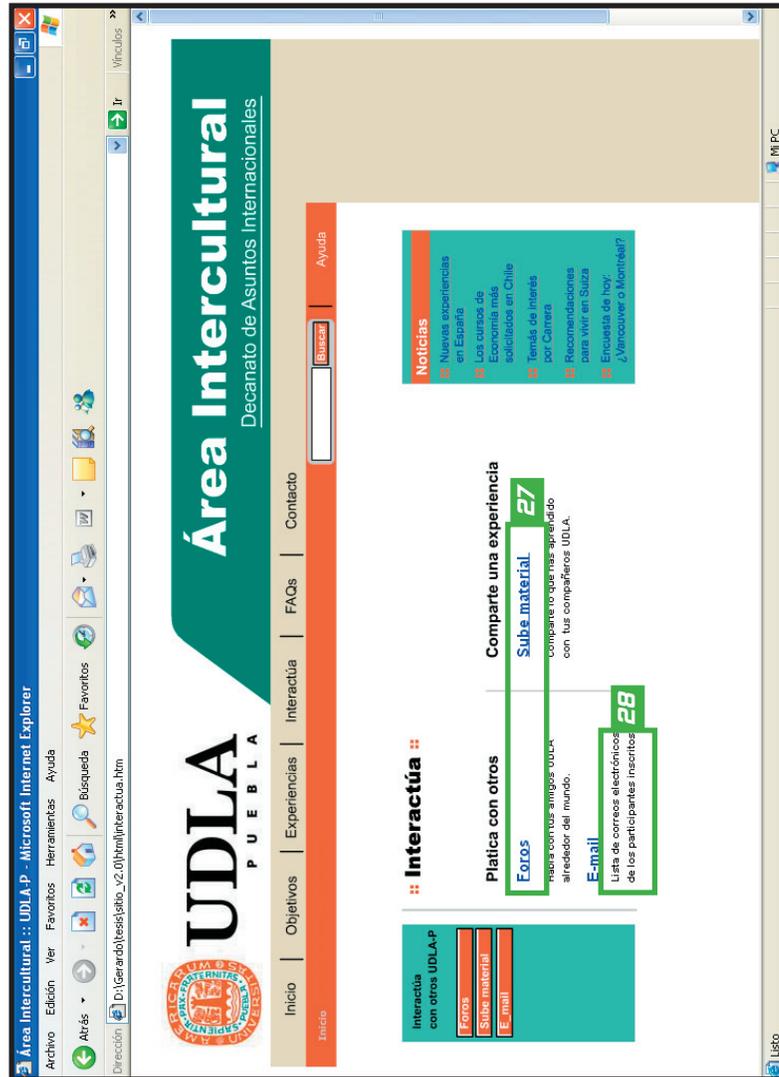
Herramientas con las que el estudiante podrá interactuar con la comunidad. Los nombres son autoexplicativos para el usuario: Chat, E-mail, Sube material.

Aunque el ancla de hipertexto no debe de ser mayor a dos o cuatro palabras, se recomienda fuertemente el incluir texto adicional (no como hipervínculo) que explique la liga. En particular, ligas que parezcan similares necesitan diferenciarse con texto suplementario para que los usuarios determinen qué información necesitan (Nielsen, 2000).

28

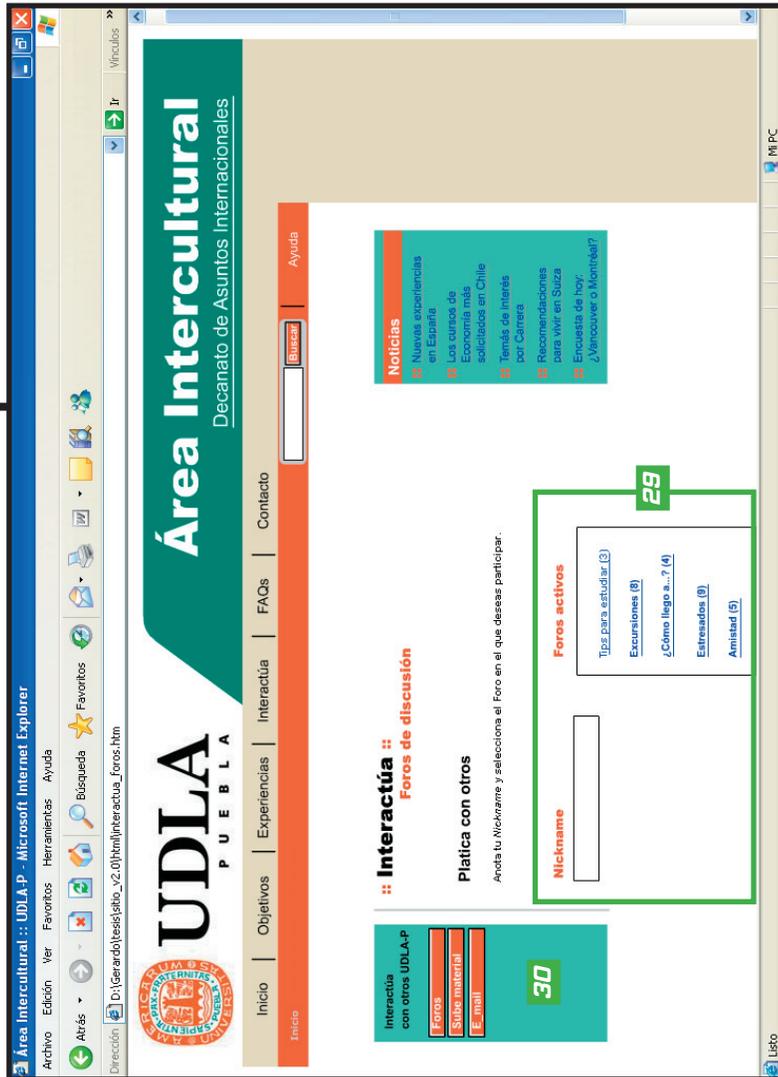
Texto explicativo que ayuda al usuario a reafirmar el propósito de las herramientas.

Cuando un usuario decide seguir una liga después de leer sobre qué es, le facilitará entender rápidamente la página destino a su arribo: la desorientación es reducida. Las ligas se convierten en contenido y son una razón en sí mismas para que a los usuarios les agrada y usen o no el sitio (Nielsen, 2000).



Página en dónde el usuario tendrá la posibilidad de interactuar con otros usando diversas herramientas

Subpágina en donde el navegante podrá acceder a distintas salas de plática (chat) para intercambiar ideas de forma sincrónica con otros, fomentando la participación en comunidad.



29

Antes de entrar a una sala de plática el usuario podrá elegir la temática (creada por los participantes) y opcionalmente un nickname, como en cualquier chat, el estudiante se sentirá cómodo con el proceso al saber por experiencia previa como funciona.

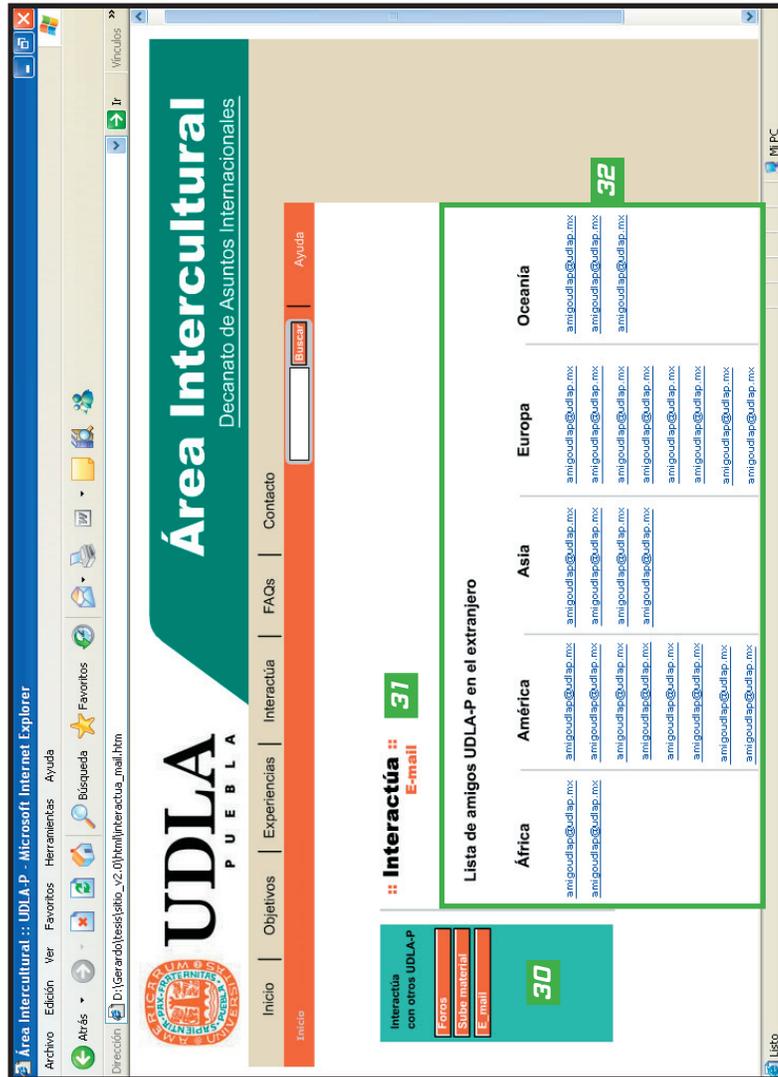
30

Botones de navegación contextual que permiten al navegante moverse dentro de diferentes opciones locales.

3

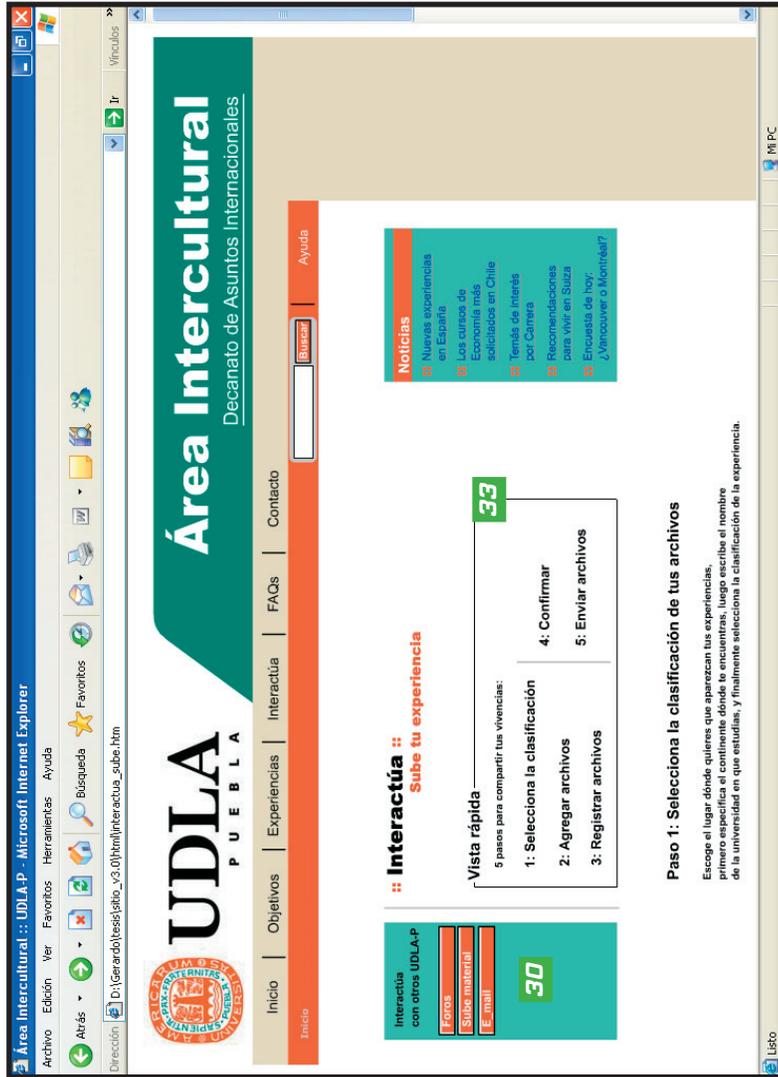
31
El título de la página estará acompañado por un subtítulo que indique al usuario en qué sección se encuentra.

32
Si la misma acción toma el mismo tiempo y la misma forma, los usuarios aprenderán qué esperar, además el reuso frecuente de un reducido vocabulario visual no sólo acelerará los tiempos de descarga, también unirá visualmente todo el sitio (Nielsen, 2000). Por esto la estructura de organización de los contenidos en el sitio permanece constante, así los procesos se vuelven automáticos para el navegante, reduciendo el tiempo y asegurando sus expectativas.



Lista de correos de participantes inscritos en donde el usuario tendrá la capacidad de enviar mensajes asíncronos.

En esta sub-página los estudiantes podrán subir sus experiencias en línea y compartirlas a toda la comunidad.



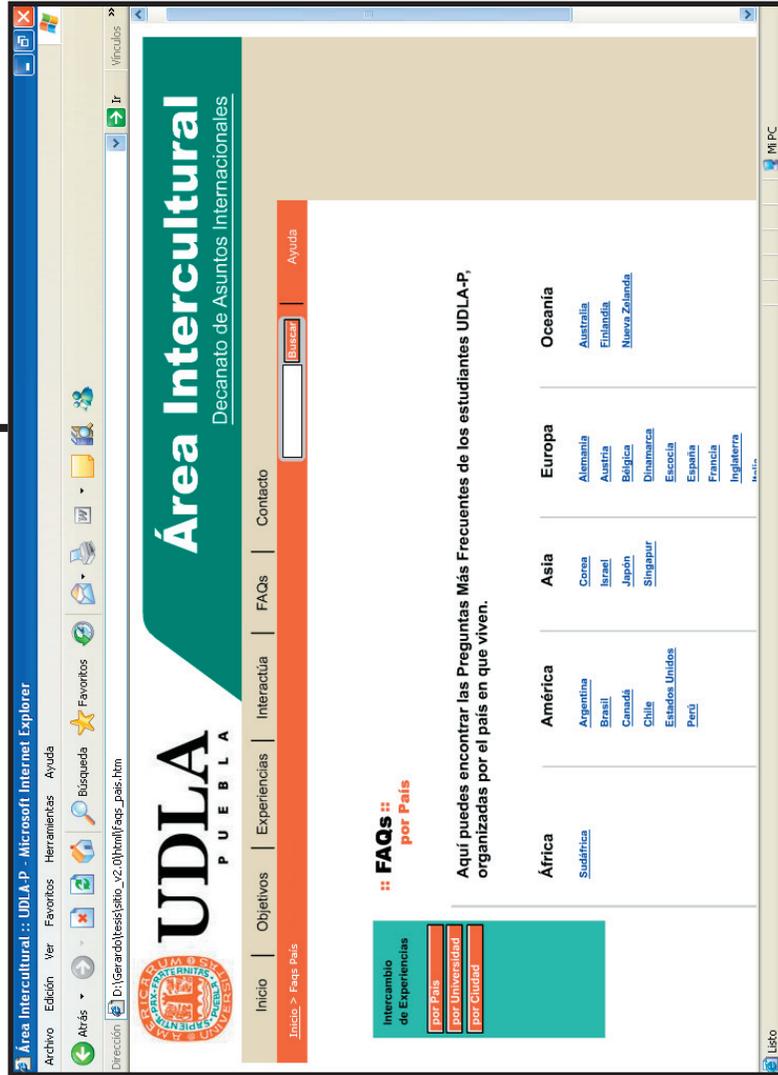
33

Cuando un proceso requiere llevar varios pasos, éstos se explicarán claramente, de manera que para el navegante no exista confusión al respecto de que debe seguir.

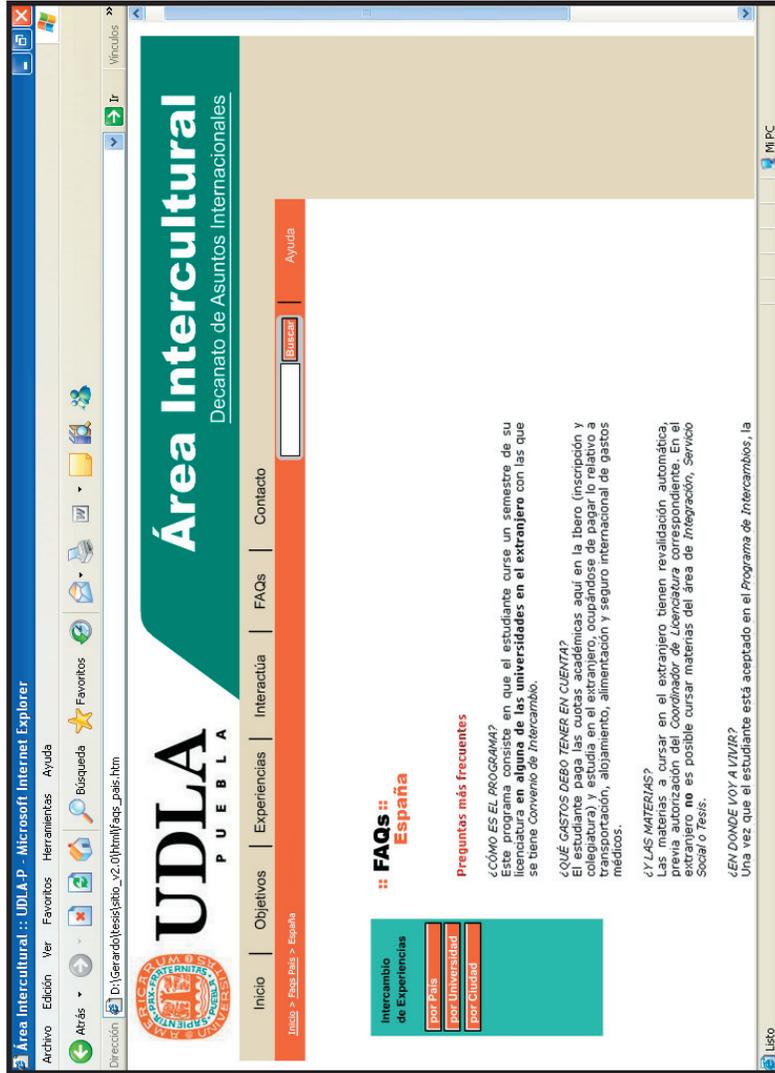
Se mostrará en primer lugar una "vista rápida" de las etapas a realizar durante el proceso, así el usuario sabrá que esperar. Luego se llevará a cabo cada una y aparecerá un texto explicativo para disminuir el error en el proceso.

3

Página en donde habrá una sección de preguntas frecuentes para ayudar a los usuarios que no tengan tiempo o paciencia para realizar búsquedas a profundidad.



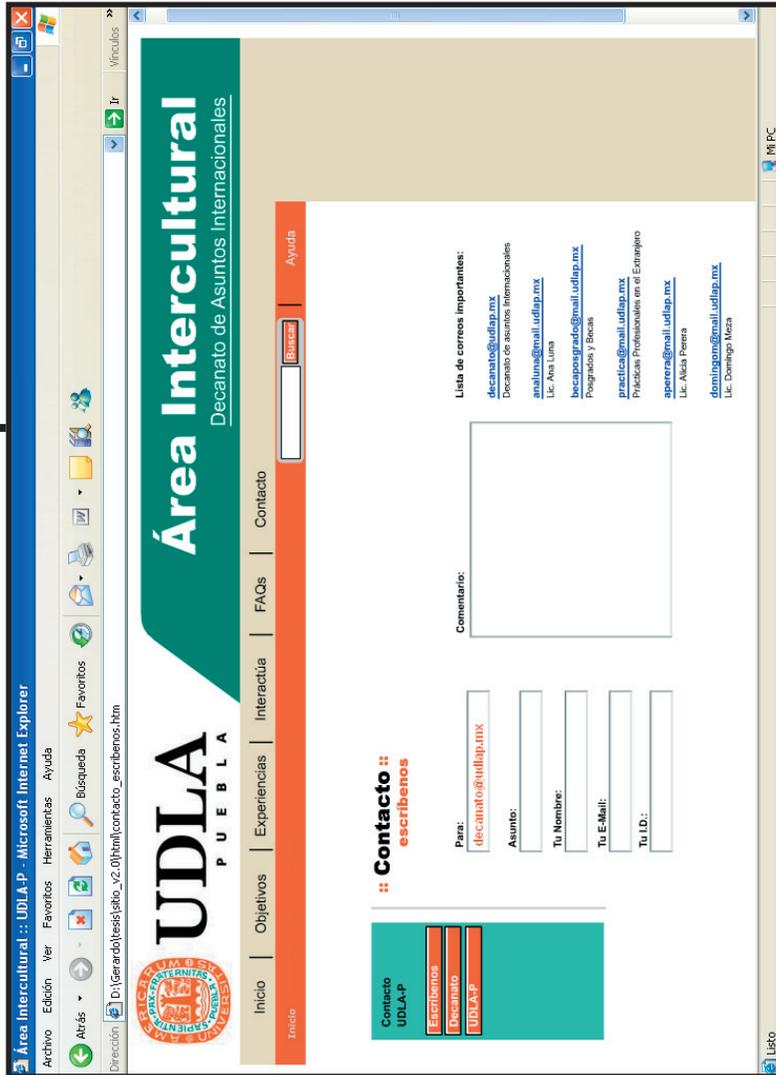
presentación del proyecto a nivel dummy

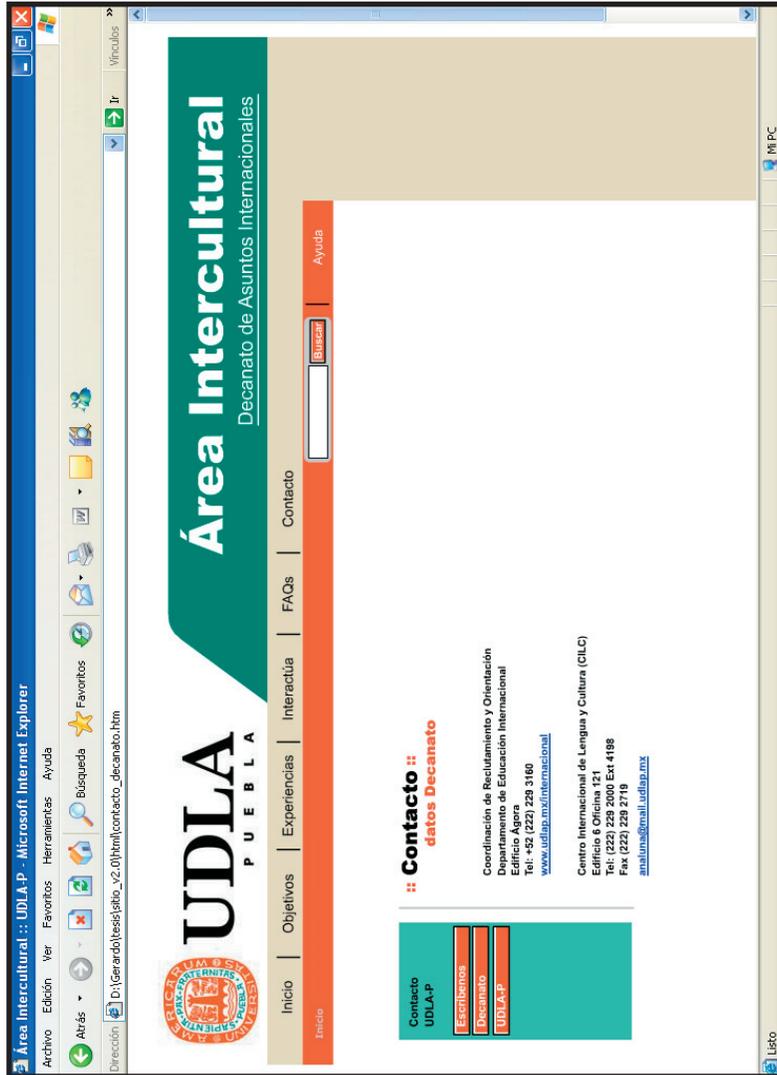


Página de preguntas frecuentes por país.

3

Existirá un formato para contactar a la UDLAP, se planea que éste prevenga el error de manera eficaz mostrando pantallas si se ha omitido algún dato y una pantalla de revisión de la información antes de enviar el correo





Página en donde se mostrarán todas las formas en que un navegante puede comunicarse con la universidad.

Conclusión

CONCLUSIÓN



Las universidades envían cada semestre muchos estudiantes a vivir una experiencia internacional en la que se busca tener un crecimiento humano, pero en la mayoría de los casos los alumnos van escasamente preparados para confrontar esta experiencia, lo que resulta en un acercamiento inicial difícil y altamente frustrante, y aunque estos sentimientos eventualmente desaparecen siempre queda el recuerdo de esos difíciles primeros días que bien pudieron ser facilitados.

No es responsabilidad total de la universidad, ya que al final de cuentas el vivir un intercambio es un acto de responsabilidad del individuo que desea viajar, es por esto que el interés de conocer más y el querer intercambiar el saber ya adquirido son factores que pueden potencializarse porque ya se encuentran en los individuos universitarios y solo hace falta canalizarlos.

Hoy en día se puede hacer mucho más por los estudiantes desde antes que comience su aventura. Se les puede encaminar hacia un primer acercamiento en el que se les muestre, en un ambiente virtual y amigable donde ellos mismos impongan su ritmo de aprendizaje, y puedan examinar a conciencia lo que están viendo sin estar apurados por el tiempo, los actos cotidianos que vivirán en su nuevo entorno, guiados por otros alumnos que previamente han viajado.

Por su parte la narrativa visual nos permite transmitir fácilmente información que otros medios no pueden. El lenguaje e iconismo que este medio ha implantado es tan característico que posiblemente la mayoría de las culturas occidentales y orientales pueden entender el sentido con tan solo una mirada a las viñetas.

Usando esta información para el proyecto de tesis que se propuso, el estudiante se convierte por sí mismo en el creador de conocimiento, ya que se encuentra en un ambiente virtual donde no se tiene que concentrar solo en la respuesta sino en el proceso de búsqueda de la información y en el compartir, si es el caso, lo que ya sabe.

conclusión

El estilo de aprendizaje que se propone enfatiza la participación tanto individual como grupal en el proceso creativo al enfocar la mente en un objetivo específico, que es el comunicar de manera visual el conocimiento aprendido por la experiencia. A la vez que se les da a los usuarios la satisfacción motivacional de desarrollar un producto que pueden compartir (Kemp et al, 2002) y que en el desarrollo de éste revisualizen las situaciones vividas y obtengan una nueva perspectiva de lo ocurrido.

Por otro lado al lector de estos productos se le da la oportunidad de prepararse y desarrollar las habilidades sociales para enfrentar situaciones de la vida cotidiana que tendrá que confrontar en su nuevo entorno. Pero siempre haciendo quedar en claro al estudiante que no debe caer en el error de creer que puede evitar los malentendidos interculturales, más bien que puede llegar a tener la capacidad, a través del conocimiento de las experiencias de otros, de poder manejar mejor las situaciones que se le presenten, haciendo que éstas sean menos incómodas y frustrantes, así como obtener ayuda en una red social virtual de alumnos de su mismo país y universidad, en la que puede encontrar y dar apoyo al compartir estas experiencias.

La cultura no puede ser contenida en instituciones, tampoco la herencia cultural intangible puede ser colocada en un espacio físico para su almacenamiento y conservación. Las tradiciones, ceremonias, lenguajes, experiencias tribales y las ligas con la tierra son holísticas y dinámicas. Pero tal vez con las tecnologías de información como los catalizadores se puede crear un poderoso recurso virtual cultural que mantendrá, dará facultad y posibilitará una evolución en el futuro. La mejora en los formatos de documentos se refleja en la riqueza de la presentación de los contenidos para capturar y diseminar el saber, mostrando cómo estos objetos están relacionados con los procesos artísticos y las prácticas culturales. Con la llegada de la red, los documentos digitales han hecho posible el acceso no solo a las descripciones de las prácticas culturales sino también permite conectarnos con las imágenes de los practicantes, con lugares culturales y eventos (UNESCO, 2000). El contacto cultural generalmente es más fácil para aquellos grupos en los que su conocimiento e información es más rico (Glenn & Glenn, 1982).

conclusión

Es posible crear una experiencia cultural inmersiva de aprendizaje a través del uso de la red mundial, también es posible de manera local solucionar problemas a los que se enfrentarán los estudiantes mexicanos de la Universidad de las Américas, Puebla, antes de un viaje de estudios internacional para lograr concretar una mejor experiencia multicultural. Lo más importante es siempre plantear como el centro del trabajo a los usuarios, entender sus necesidades y satisfacer aquello que necesitan y que a veces no saben que lo requieren. Para esto se debe plantear un diseño de información que tome en consideración todos estos factores humanos sumando las necesidades técnicas y mecánicas que son naturales al medio electrónico, de esta manera se logrará crear una experiencia de usuario enriquecedora que ayude a la persona y que fortalezca el uso del sitio para lograr crear una comunidad que intercambie experiencias interculturales, lo que a su vez promoverá el entendimiento y la preparación del individuo que esta próximo a realizar un viaje de estudios a otro país.

Al añadir una nueva dimensión a lo que usamos hoy en día podemos remover las distancias físicas entre las cosas. Esto es lo que Internet y la red hacen al ambiente computacional, una nueva dimensión que borra la distancia entre dos puntos de información entre las computadoras (y quienes las usan) en el mundo (Mandel, 1997), lo que nos permite realizar propuestas culturales que no poseen limitaciones físicas, además de ser dinámicas y envolventes.

Existe una gran deficiencia en la información y la ayuda que se les da a los estudiantes que viajan año tras año. En muchas ocasiones sus primeros días en otro país les revela una sociedad hostil y poco entendible llegando al punto de que se sienten totalmente solos al menos por un par de semanas hasta que se habitúan al nuevo modo de vida, pero posiblemente esto puede ser evitado si estuvieran más preparados.

Existe evidencia de que una red de ayuda que promueva el aprendizaje de otras culturas, no centrándose en lo exótico pero sí en lo hechos de la vida diaria, puede ser un lugar donde el aprender es bienvenido y se vuelve productivo y apreciado. Creo que el usar la narrativa visual con el formato de cómic es una buena herramienta

conclusión

para desarrollar la autoexpresión para el estudiante a la vez que un gran medio de aprendizaje para el lector. Podemos apoyarnos en los cómics, que son un medio que ha creado poderosas herramientas visuales, instaurando un entendible y muy identificable lenguaje, dando elementos que pueden ser de gran ayuda al usuario para hacerle más accesible la información.

Gombrich (2000) hace una certera afirmación cuando dice que la nuestra es una época visual en la que todo tipo de imágenes, tanto de otros tiempos como de lugares muy lejanos son ahora accesibles para cualquier ser humano. El medio del cómic ha sido parte de la cultura popular desde hace mucho y ha logrado aprender y reunir gran cantidad de conocimiento, el cual si el diseño de información lo retomara y direccionara en sus propios caminos, seguramente lo beneficiaría ya que le permitiría establecer alternativas, tal vez incluso nuevos caminos antes no considerados, para visualizar la información de otras maneras.

Por su naturaleza los cómics atraen la atención, son capaces de mostrarnos imágenes memorables, y tienen la capacidad de permanecer en nuestra mente por mucho tiempo. El uso de metáforas y estereotipos ha facilitado su permanencia en el gusto de las personas y aunque muchos ejemplos de esto se han debido más a la adición producida por el paso del tiempo o al ensayo y error que a un esfuerzo consciente y sistemático, han logrado entender que el uso de estos recursos les beneficia porque les ayuda a transmitir de manera más eficiente la información.

El lugar de los cómics en la sociedad es vital, ofrecen un medio de enorme amplitud y gran control para el autor, además de una única e íntima relación con su audiencia y un enorme e inspirador potencial (McCloud, 2000).

Si conjuntamos estos factores, el contacto cultural y las experiencias que de este se derivan, las tecnologías de información y la oportunidad que éstas nos ofrecen de una capacidad de interacción ilimitada con el poder de la narrativa visual (que puede ejercerse tanto para comunicar información fáctica como ser en sí misma una forma de autoexpresión), se puede obtener como resultado una comunidad virtual. Esta comunidad intercambia experiencias de manera di-

conclusión

námica, promoviendo la tolerancia a los otros, y sobre todo con una memoria cultural que puede servir de ayuda a aquellos que apenas van en el camino de conocer nuevos lugares, auxiliándoles en su proceso de adaptación, para que puedan establecer fácilmente lazos de amistad y una calidad de vida mejor.

Para esto se debe de entender muy bien al usuario, ya que de esto dependerá si el sitio será usado o no. En la UDLAP los estudiantes llevan un ritmo de vida muy rápido, por esto el sitio debe de enfocarse en proporcionar la información claramente, para que el usuario perciba que no está perdiendo su tiempo. Además debe ser flexible para permitir distintas formas de presentar las experiencias, ya que esto genera una riqueza de contenidos seguramente más atractiva para el navegante.

También se deben retomar aquellos puntos y consejos proporcionados por la investigación documental realizada, ya que esta información recabada acerca de las propuestas que se han hecho en el área del acercamiento cultural es muy valiosa porque se puede evitar caer en errores ya detectados, así como implementar estrategias útiles comprobadas.

El área de los encuentros interculturales es muy vasta y por su propia esencia es impredecible, a la vez, la misma forma de ser de la red es perfecta para dar soporte a las personas que buscan información y ayuda para solucionar posibles conflictos culturales, ya que su naturaleza maleable le permite fácilmente acoplarse a las necesidades de cualquier individuo o grupo, proporcionando un respaldo que puede ser consultado a cualquier hora y en cualquier día, con solo un clic. Esto convierte al internet y a la narrativa visual en el mejor apoyo para el viajero intercultural.

Podemos concluir que mediante el uso de las capacidades y oportunidades que nos ofrece la red se puede facilitar y aumentar la experiencia intercultural del estudiante viajero de la UDLAP, es por esto que debemos poner atención al trabajo del diseño de información de los sitios electrónicos para crear una experiencia de uso positiva, tomando en cuenta primordialmente los factores de planeación, centrados en el usuario, de lo que se busca lograr, ya que éstos son los que mostrarán el camino para el éxito del proyecto,

conclusión

que está incrustado en un complejo ambiente institucional en una contextualización determinada, por lo que hay que estar atentos de entender esta situación para lograr una efectiva inserción y consiguiente aceptación del proyecto dentro de su marco histórico, social e ideológico, lo cual se logra con una estrategia efectiva y bien diseñada.

Gerardo Luna Gijón, Noviembre 2005.

Referencias

BIBLIOGRAFÍA

Abdullah, Mardziah Hayati, *“Electronic discourse: Evolving conventions in online academic environments”*, (U.S.A., 1998).

Abdullah, Mardziah Hayati, *“The impact of electronic communication on writing”*, (U.S.A., 2003).

Atton, Chris (2002), *Alternative Media*, Londres, Sage Publications.

Bochner, Stephen (ed) (1982), *Cultures in contact: Studies in cross-cultural interaction*, New York, Pergamon Press.

Bonsiepe, Gui (1999), *Del objeto a la interfase : Mutaciones del diseño*, España, Ediciones Infinito.

Burnette, Jane, *“Critical Behaviors and Strategies for Teaching Culturally Diverse Students”*, (U.S.A., 1999).

Cvetkovic, Srba R. et al., *“Broadening the Learning in University Environment: Process Reengineering Through Information and Networking Technologies”*, (U.K., 2002).

Eco, Humberto (1968), *Apocalípticos e Integrados*, Barcelona, Editorial Lumen.

Eisner, Will (1996), *Graphic Storytelling and Visual Narrative*, Tamarac, Florida, Poorhouse press.

Eisner, Will (2000), *Comics and sequential art*, Tamarac, Florida, Poorhouse press.

referencias

- Fisher, Frank et al., *"Using the Internet to Improve University Education: Problem-Oriented Web-Based Learning with MUNICS"*, (Germany, 2003).
- Furnham, Adrian & Bochner, Stephen (1986), *Culture Shock: Psychological reactions to unfamiliar environments*, New York, Routledge.
- Garret, Jesse James (2003), *The elements of user experience: user-centered design for the web*, U.S.A., Aiga New Riders.
- Glenn, Edmund S. & Glenn, Christine G. (1982), *Man and mankind: Conflict and communication between cultures*, U.S.A., Ablex publishing.
- Hall, Edward T. (1989), *Beyond Culture*, New York, Bantam.
- Kemp, R.H.; Stewart, T. ; Fung, I.P.W. and Orban, B., *"Learning by Creating: Letting the Student Do the Work"*, (New Zealand, 2002).
- Livingstone, Sonia (2002), *Young people and new media*, Londres, Sage publications.
- Luke, Carmen, *"Technological literacy"*, (Australia, 1997).
- Mandel, Theo (1997), *The elements of user interface design*, New York, John Wiley & Sons, Inc.
- McCloud, Scott (2000), *Reinventing comics*, New York, Perennial.
- McKay, Elspeth , *"Cognitive Skill Acquisition Through a Meta-Knowledge Processing Model"*, (Australia, 2002).

referencias

- Nielsen, Jakob (2000), *Designing web usability*, USA, New Riders.
- Niman, Jerry and Hackney, Ray, *"World-Wide-Web Use in UK Higher Education: Professional Tool or Personal Toy?"*, (U.K., 2002).
- Renkl, Alexander and Atkinson, Robert K., *"Learning from Examples: Fostering Self-Explanations in Computer-Based Learning Environments"*, (U.S.A., 2002).
- Savage, William (1990), *Comic Books and America 1945-1954*, U.S.A., University of Oklahoma press.
- Spiegelman, Art (1990), *Maus: A survivor's tale*, New York, Pantheon Books.
- UNESCO (2000), *World Culture Report: Cultural diversity, Conflict and Pluralism*, France, UNESCO publishing.
- Van der Veen, Jan et al, *"Network applications for group-based learning: Is more better?"*, (The Netherlands, 2002).
- Volet, Simone and Wosnitza, Marold, *"Social affordances and students' engagement in cross-national online learning"*, (2004).
- Wang, Janey, *"Handshakes in cyberspace: Bridging the cultural differences through effective intercultural communication and collaboration"*, (U.S.A., 2001).
- Wen-Tsai Sung and Shih-Ching Ou, *"Learning Computer Graphics Using Virtual Reality Technologies Based on Constructivism – Case Study of the WebDeGrator System"*, (Taiwan, 2002).

referencias

Wright, Bradford (2001), *Comic Book nation: The transformation of youth culture in America*, U.S.A., Johns Hopkins University press.

HEMEROGRAFÍA

Young, Chic (Año 1, #1, Marzo 1990) "*Lorenzo y Pepita*", México, Editorial Vid.

INFOGRAFÍA



Aula Intercultural

HTTP://www.aulaintercultural.org

Cointel

HTTP://www.cointel.de

E-merl

Http://www.e-merl.com/pocom.htm

Universidad de Alcalá

HTTP://www.uah.es

Universidad Complutense de Madrid

HTTP://www.ucm.es

Universidad de las Américas, Puebla

HTTP://www.udlap.mx

HTTP://www.udlap.mx/internacional

Universidad Iberoamericana (Golfo Centro)

HTTP://www.iberopuebla.net/

Universidad Nacional Autónoma de México

HTTP://www.tuobra.unam.mx/publicadas/041111111057.html

Universidad de Salamanca

HTTP://www.usal.es

Universidad del Valle de México (campus Puebla)

HTTP://www.uvmnet.edu/uvm_internacional/uvm_Laureate2.asp?menu=21

APÉNDICE



Lista completa de variables manejadas para el benchmarking.

Estratégicas

1. Objetivo del sitio y filosofía de la universidad (esto incluye la visión de la universidad sobre los intercambios y lo que espera que el alumno obtenga al participar en uno)
2. Jerarquización de la información
3. Información de los pasos y requisitos que un alumno debe de cumplir (documentación, fechas de entrega, promedio mínimo, etc.)
4. Explicar las diferentes maneras de lograr un intercambio
5. Uso de lenguaje congruente con la audiencia (texto e imagen corresponden al perfil del usuario, hacer el contenido importante prominente, evitar elementos innecesarios, reducir el ruido en la página)
6. Confiabilidad de los enlaces a fuentes en otras páginas
7. La retorica del sitio refleja apropiadamente la actividad ideológica de la universidad
8. Información (Fichas) de universidades a las que el alumno puede ir de intercambio (esto incluye que carrera acepta cada universidad, cuántos lugares ofrece)
9. Accesibilidad para estudiantes extranjeros (¿sitio en otro idioma?)
10. Información sobre los distintos tipos de intercambio
11. Información sobre otras opciones (por ejemplo cursos de verano)

referencias

12. Ofrecer preparación (idiomas, hospedaje, pláticas con nativos del país, entrenamiento cultural, etc)
13. Sección de preguntas frecuentes
14. Políticas del manejo de conocimiento
15. Codificación explícita de las cualidades del sitio
16. Filosofía de los foros de discusión (restricciones, estipulaciones de cómo llevar a cabo el proceso)
17. Impacto del conocimiento generado en otros foros (¿se comparte el conocimiento a otras áreas de discusión?, si es así ¿cómo se hace esto?)
18. Manejo de los foros de discusión (promoción de los foros entre los usuarios, políticas de permanencia, etc.)
19. ¿Hay otras formas para divulgar el conocimiento además de los foros? (artículos, bibliotecas virtuales, etc.)
20. ¿Que tanto poder se le da a las usuarios en el sitio para manipular la información que hay en los foros?

Usabilidad

1. Posicionamiento de la página en un search (¿Qué tan fácil es acceder a ella desde un buscador?, ¿dentro del sitio principal (universidad) en que lugar se encuentra el sub-sitio en el plano general de navegación?)
2. ¿Hay actualizaciones?
3. Facilidad de navegación (logro de objetivos)
4. ¿Existe la posibilidad de orientación en línea?

referencias

5. ¿Se pueden llevar a cabo todos los procesos en forma on-line?
6. Uso de plug-ins o programas externos para acceder a la información
7. Coherencia y congruencia entre las páginas (Consistencia en el código de navegación)
8. Claridad y consistencia visual en la presentación en los elementos de la página (uso de claves visuales)
9. Accesibilidad para distintos tipos de usuario
10. ¿Hay herramientas de apoyo? (por ejemplo Chat, capacidad de subir imágenes, etc)