

Diseño de contenido de una plataforma digital de símbolos y patrimonio universitario

Content design of a digital platform of symbols and university heritage

Ailén Fonseca Martínez^{1*} <https://orcid.org/0000-0002-9079-1525>

Maribel Brull González¹ <https://orcid.org/0000-0001-6253-9915>

Ana María Guerra Casanellas² <https://orcid.org/0000-0001-8392-4134>

Abel Urbano Machado Quintana³ <https://orcid.org/0000-0003-2734-4324>

¹Universidad de Oriente, Facultad de Humanidades, Departamento de Comunicación Social. Santiago de Cuba, Cuba.

²Universidad de Oriente, Facultad de Humanidades, Departamento de Letras. Santiago de Cuba, Cuba.

³Universidad de Oriente, Departamento de Informatización. Santiago de Cuba, Cuba.

*Autor para la correspondencia: ailen.fonseca@uo.edu.cu

RESUMEN

Frente a un escenario en el que las plataformas digitales cobran mayor relevancia para la comunicación del patrimonio universitario; el diseño de contenido es vital para que proyectos digitales sean capaces no solo de existir, sino, sobre todo, de alcanzar visibilidad. En esta dirección, el trabajo tiene como objetivo diseñar el contenido de una plataforma digital para la comunicación de los símbolos de la Universidad de Oriente basada en su patrimonio. Se analizaron un total de 17 símbolos a partir de la interpretación semiótica y la aplicación de una matriz de símbolos e identidad organizacional. Además, fueron empleados métodos como el histórico-lógico e inductivo-deductivo y otras técnicas de la investigación científica: la revisión bibliográfica y las entrevistas semiestructuradas. En el estudio realizado se caracterizaron los símbolos que identifican al Alma Mater Oriental en función de la memoria histórica del centro y se sistematizaron los argumentos metodológicos de la arquitectura de la información que permitieron

Diseño de contenido de una plataforma digital de símbolos y patrimonio universitario

desarrollar y aplicar el diseño de contenido de una plataforma digital. El diseño de contenido de la plataforma, constituye una herramienta para la aplicación de las políticas de comunicación del patrimonio en la formación del pregrado y el postgrado de la Universidad de Oriente y la visibilidad en el contexto de las relaciones internacionales.

Palabras clave: diseño de contenido; plataformas digitales; símbolos; patrimonio universitario; arquitectura de la información.

ABSTRACT

Faced with a scenario in which digital platforms become more relevant for the communication of university heritage; content design is vital for digital projects to be able not only to exist, but above all, to achieve visibility. In this direction, the work aims to design the content of a digital platform for the communication of the symbols of the Universidad de Oriente based on its heritage. A total of 17 symbols were analyzed from the semiotic interpretation and the application of an organizational identity matrix. In addition, methods such as historical-logical and inductive-deductive and other scientific research techniques were used: bibliographic review and semi-structured interviews. In the study carried out, the symbols that the Oriental Alma Mater were characterized based on the historical memory and the methodological arguments of information architecture that allowed the development and application of the content design of a digital platform were systematized. The content design of the platform constitutes a tool for the application of heritage communication policies in the undergraduate and postgraduate training of the Universidad de Oriente and visibility in the context of International Relations

Keywords: content design; digital platforms; symbol; university heritage information architecture.

Recibido: 2/07/2022

Aceptado: 17/09/2022

Introducción

El estudio de los símbolos de las universidades es una tarea que adquiere significación y convoca el diálogo de saberes de varias ciencias, disciplinas y materias (Felipe, 2015; Fonseca y Brull, 2020). En estas circunstancias la investigación del patrimonio universitario se encuentra en constante proceso de renovación y resignificación, en el que propiedades como la amplitud, la flexibilidad y el dinamismo lo condicionan.

La mirada inclusiva e integradora de la comunicación de los símbolos universitarios se convierte en una herramienta para el mejoramiento de las condiciones de institucionalización del patrimonio universitario. A través de esta dinámica cultural se transita hacia el pleno conocimiento y reconocimiento de los símbolos universitarios, su comunicación e interacción social basada en el patrimonio para su salvaguarda a nivel nacional y local.

Desde esta perspectiva se debe considerar que el impacto del entorno digital se hace visible también en la comunicación del patrimonio y en las universidades específicamente, alcanza especial importancia (Carrillo, Castillo y Parejo, 2017), pues los públicos internos y externos de estas instituciones están conformados en su mayoría por generaciones nativas digitales (López y Olvera, 2016; Botto y Méndez, 2018). La gestión efectiva de la comunicación *online* es un activo estratégico que potencia a la universidad, no solo en momentos de crisis, sino de forma sistemática (Carrillo, Castillo y Blanco, 2013; Simancas y García, 2017; López, Izquierdo y Pérez, 2018).

Si bien existe aún escasez de producción científica vinculada al tema de investigación, el patrimonio universitario alcanza hoy un valor estratégico a escala internacional sobre la base de las convenciones, cartas y acuerdos de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

El análisis de varias experiencias enfocadas al tratamiento del patrimonio universitario a nivel internacional y la creación del Departamento de Patrimonio Cultural Universitario en la Universidad de la Habana contribuyeron a que en enero de 2018 se creara el Departamento de Historia y Patrimonio de la Universidad de Oriente. A pesar de existir esta estructura resulta insuficiente la línea de investigación relacionada con los símbolos universitarios. Es por ello que pensar en la interconexión entre la comunicación de los símbolos y el patrimonio universitario, resulta una tarea necesaria para alcanzar inclusiones más dinámicas e integrales de la producción misma del sentido social.

Diseño de contenido de una plataforma digital de símbolos y patrimonio universitario

El asunto de los símbolos en la Universidad de Oriente se sustenta por un lado de atributos formales y conceptos implícitos en el lenguaje denotativo, y por otro lado, de las lecturas que sobre estos realizan los públicos. Sus modificaciones, asociaciones y usos están marcados por influencias sociales que han contribuido a su descontextualización.

En relación con la idea anterior se puede significar que este proceso está expuesto a la espontaneidad y la contingencialidad en las soluciones visuales; y no obedece a necesidades crecientes en la institución dentro de las que se destaca el empleo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) desde una concepción dirigida a la implementación de estrategias que permitan el diseño de contenido en plataformas digitales para la comunicación de los símbolos universitarios basada en el patrimonio.

A partir de la situación planteada se propone el diseño de contenido de una plataforma digital para la comunicación de los símbolos de la Universidad de Oriente basada en su patrimonio.

Métodos

El estudio se desarrolló bajo el paradigma hermenéutico y con un enfoque metodológico que por la flexibilidad en la comprensión e interpretación logró analizar de forma amplia y profunda el fenómeno objeto de estudio desde la perspectiva cualitativa. Para la selección de la muestra se empleó el muestreo no probabilístico intencional. En tal sentido, solo se incluyeron los símbolos de la Universidad de Oriente que forman parte de su patrimonio desde el año 1947 hasta el 2020.

Durante el desarrollo de la investigación se utilizaron métodos y técnicas de la investigación científica:

- Analítico-sintético: se utilizó en función de la revisión crítica de la literatura. Permitió el análisis de los diversos enfoques sobre los símbolos universitarios y el patrimonio.
- Histórico-lógico: a través de este método se analizó el surgimiento y trascendencia de los símbolos de la Universidad de Oriente en su relación con la historia de esta institución.

Diseño de contenido de una plataforma digital de símbolos y patrimonio universitario

- Revisión bibliográfica o documental: la revisión de fuentes bibliográficas o documentales estuvo estrechamente asociada a los objetivos del estudio, en tal sentido constituyó una parte imprescindible en el proceso sistemático de la investigación.
- Entrevistas semiestructuradas: permitió de manera flexible y dinámica obtener datos e información profunda sobre el objeto de estudio.
- Triangulación de datos: permitió contrastar visiones y enfoques a partir de los datos recolectados en la investigación.

En la investigación se utilizó la interpretación semiótica como base teórica y como una herramienta metodológica, toda vez que constituye un método específico de la semiótica que permitió la caracterización de los símbolos universitarios.

Para una mejor comprensión de símbolos se asumió la matriz de símbolos e identidad organizacional (SIO), propuesta por Brull (2021), a partir de la tipología de los símbolos con énfasis en el tiempo, donde quedó expuesta la interacción de la semiótica con el patrimonio en función de la comunicación.

Se utilizaron además los fundamentos metodológicos de la arquitectura de la información, disciplina que facilitó el análisis de los métodos óptimos de estructuración y disposición de los contenidos, para que el usuario accediera de manera óptima a la información (López, Pereira y Limia, 2012). En sentido general, la arquitectura de la información favoreció una mejor organización estructural del diseño de contenido de la plataforma digital para la comunicación de los símbolos de la Universidad de Oriente basada en su patrimonio,

Resultados

En el proceso de diseño de contenido de la plataforma se consideraron tres etapas:

1. Primera etapa. Sistema de contenido: se determinó el contenido que se iba a comunicar.
2. Segunda etapa. Diseño gráfico: se identificó la gama de colores utilizados, la representación visual, el logotipo, la organización del texto con diferentes disposiciones y las tipografías.

Diseño de contenido de una plataforma digital de símbolos y patrimonio universitario

3. Tercera etapa. Sistema de organización estructural: se definió cómo el sistema operaría en términos de organización, etiquetado, navegación y búsqueda.

Sistema de contenido

El sistema de contenido de la plataforma para la comunicación de los símbolos de la Universidad de Oriente basada en su patrimonio consideró las funciones de: informar, educar, formar y cooperar.

Informar: sobre la base de todo el contenido que se presentó en la plataforma los usuarios fueron capaces de conocer, recordar, actualizar o aumentar los conocimientos relacionados con los símbolos universitarios y el patrimonio.

Educar: promovió el aprendizaje de conceptos y la construcción de conocimientos relacionados con los símbolos universitarios y el patrimonio.

Formar: favoreció la formación en valores desde la construcción de una identidad universitaria responsable (personal, social y cultural) fundamentada en la voluntad de respeto y de conservación del entorno.

Cooperar: permitió la implicación y actuación de manera responsable en la conservación, la preservación y la divulgación de los símbolos y el patrimonio universitario en los escenarios institucional, mediático y comunitario.

Por consiguiente, todo el contenido se organizó en cinco categorías: símbolos, tipología, actividades, publicaciones y comentario. Asociados a estas categorías se etiquetaron los siguientes recursos: materiales e inmateriales; símbolos naturales, símbolos lingüísticos, símbolos históricos, símbolos artísticos-literarios, símbolos monumentales arquitectónicos y símbolos científico técnicos; lista de actividades; artículos (lista de artículos); videos; carteles y otros; agregar comentario. También se incluyeron otros componentes necesarios en la plataforma como el logotipo, un buscador, el cambio de idioma, la representación visual, la misión de los símbolos de la Universidad de Oriente como parte de su patrimonio, el identificador visual de esta institución, la etiqueta contáctenos que incluye el número de teléfono y un acceso al correo electrónico y por último la visión de la plataforma (Fig. 1).

Diseño de contenido de una plataforma digital de símbolos y patrimonio universitario



Fuente: Plataforma digital para la comunicación de los símbolos de la Universidad de Oriente basada en su patrimonio.

Fig. 1 - Captura de pantalla de la página principal de la plataforma.

En la categoría símbolos se empleó la segmentación material e inmaterial de la UNESCO (2003) que confirió un orden, funcionamiento y una lógica continua para la mejor comprensión en la praxis de los símbolos universitarios.

Para la caracterización que acompañó a cada uno de los símbolos que fueron organizados cronológicamente desde 1947 hasta el 2020, se utilizaron aspectos históricos y la interpretación semiótica, a partir del modelo de Chandler (1998); específicamente se emplearon los elementos denotados y connotados. Estos contenidos fundamentaron el carácter integrador y la visualización de la comunicación como mediación intersubjetiva en la producción de significados.

Referente a la tipología, se hizo uso de la clasificación de Brull (2021), que permitió identificar los valores asociados a los símbolos de la Universidad de Oriente como parte de su patrimonio. La lista de actividades presentó información sobre todas las acciones vinculadas a los símbolos y al patrimonio de la Universidad de Oriente, incluyó el nombre de la actividad, lugar, fecha de inicio, descripción y el estado.

Las publicaciones (artículos, videos y carteles y otros), también aparecieron en forma de lista, pero solo ofrecieron la siguiente información: nombre, fecha de publicación y dirección electrónica. La categoría comentario presentó un formulario para que los usuarios emitieran algún criterio o hicieran alguna recomendación.

Diseño gráfico

En el proceso del diseño gráfico se usaron los colores a partir de su significado psicológico, con una fuerte carga simbólica o codificación cultural en el adecuado tratamiento de sus formas básicas compositivas; dígase la armonía y el contraste. La utilización de los colores azules y rojo no solo aludió a la imagen corporativa de la institución, sino que su cromatismo logró la concordancia con el color blanco del fondo y el negro de la tipografía.

La representación visual de la plataforma se definió por expresar síntesis gráfica, nitidez de ejecución y comunicación conceptual. Se representaron tensiones y ritmos compositivos que lograron un equilibrio altamente cargado de dinamismo, refrendado por el movimiento como uno de los elementos visuales que más fuerza le otorgó. Resumió la relación conceptual y funcional del eje temático de la plataforma: los símbolos de la Universidad de Oriente como parte de su patrimonio expresan los ideales, valores, acontecimientos históricos y aspiraciones de la comunidad universitaria y promueven la identidad de la institución en el contexto regional, nacional e internacional.

El logotipo SIPU (símbolos y patrimonio universitario) definió de manera general el contenido de la plataforma y entre los rasgos que lo caracterizaron se distinguieron, la originalidad y expresividad. De ahí que se consideró el orden y armonía en su composición como un aspecto esencial. En consecuencia, se utilizaron los colores rojo y azul y la tipografía *serif*, como expresión de formalidad, precisión y tradición.

La información de la plataforma se presentó en sentido general a partir de la relación imagen y texto, en el cual se consideraron dos ideas fundamentales: la imagen muestra, enseña y la palabra narra, explica. La imagen fotográfica, que fue la empleada por su carácter analógico, proyectó relaciones, se adecuó a la representación del espacio y la forma, y facilitó la posibilidad de estructuración secuencial. En tanto el texto fue versátil en la gama de significados y profundo en la conceptualización. De ahí que se utilizó como interacción la convergencia, en el que las palabras evocaron y la imagen proporcionó la clave interpretativa.

Los aspectos relacionados con la historia y la interpretación semiótica de los símbolos se mostraron en un solo texto, en tanto estos elementos ofrecieron una directriz que se integró a las políticas de gestión del patrimonio universitario y permitieron actualizar acciones y sentidos compartidos. La distribución de todos los componentes respondió a

Diseño de contenido de una plataforma digital de símbolos y patrimonio universitario

la presencia de un equilibrio formal que confirió estabilidad. Esta disposición permitió que los distintos bloques de elementos fueran parcializados y estructurados en todas las zonas del diseño sin que pudieran llegar a perturbar o restarles significación a otras.

Para la información que describió a cada uno de los símbolos se empleó la familia tipográfica *serif*, teniendo cuenta que eran textos más extensos. Sin embargo, en el resto de la plataforma se usó tipografía *sans serif*, que por sus características transmitieron fuerza, modernidad, vanguardia y elegancia. Dentro de ellas se emplearon las humanistas, específicamente arial y calibri, letras finas y uniformes que le confirmaron claridad y formalidad a los contenidos presentados.

Sistema de organización estructural

El sistema de organización estructural se sustentó en los siguientes componentes de la arquitectura de la información: organización, etiquetado, navegación y búsqueda. Dentro de sus características comprendió las que a continuación se describen:

- Intuitivo: se aprendió a manejar en un corto período de tiempo.
- Consistente: permitió predecir el comportamiento del sistema durante la interacción.
- Escalable: se orientó al crecimiento de los contenidos.

Organización

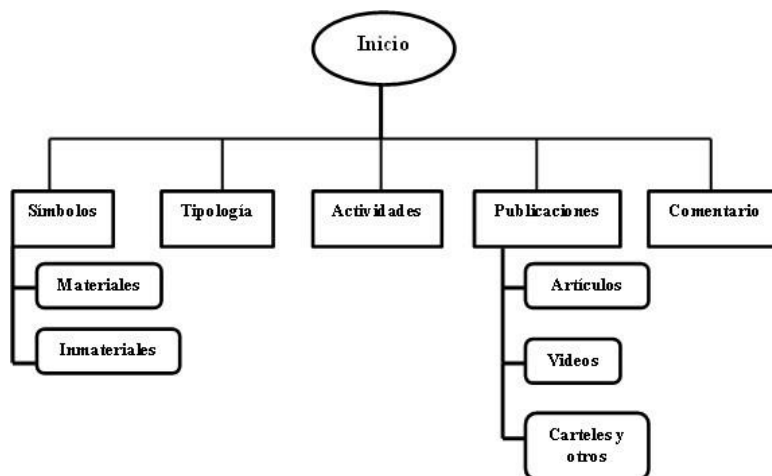
Para la organización se seleccionó la forma subjetiva o ambigua, que se basó en el criterio temático, a partir de que considerar el objetivo de la plataforma. Pero también se utilizó la organización exacta, del tipo cronológica, en el orden de los símbolos, de las actividades y las publicaciones. Los símbolos materiales e inmateriales aparecieron organizados de forma ascendente, teniendo en cuenta el día, mes y año de su institución. En el caso de las actividades y las publicaciones se registraron en una lista, en que las fechas más recientes aparecieron primero. Esto permitió a los usuarios encontrar la información actualizada sobre estas categorías de modo más rápido.

En la estructura se agruparon las tareas de una manera lógica para el usuario. Por consiguiente, se buscó un equilibrio entre la amplitud y la profundidad. Es preciso señalar que la amplitud se refirió a la cantidad de elementos presentes en una categoría y la

Diseño de contenido de una plataforma digital de símbolos y patrimonio universitario

profundidad al número de niveles en la jerarquía. En esta dirección si la jerarquía era muy estrecha y profunda, los usuarios hubieran necesitado clicar con mayor frecuencia para acceder al contenido y esto podría haber afectado la carga cognitiva; tanto en la investigación inicial de búsqueda como al recordar la ubicación para posteriores usos. Si, por el contrario, era muy amplia y superficial, esto contribuiría a que los usuarios pudieran tener la sensación de escasez de contenido.

Se reflejó entonces, un esquema gráfico jerárquico (Fig. 2), en el cual se brindó un procedimiento simple y familiar para que los usuarios se sintieran cómodos, pues así podían tener una idea general de la estructura de la *web* sin necesidad de adentrarse en una extensa exploración de los contenidos.



Fuente: Elaboración propia, 2021.

Fig. 2 - Esquema estructural de la plataforma.

Etiquetado

Las etiquetas definieron y determinaron los vocablos que se usaron para nombrar las categorías, opciones y *links* empleados en la plataforma mediante un lenguaje útil y sencillo, que facilitó la comprensión de los usuarios. El etiquetado permitió que todos los contenidos no se tuvieran que presentar de forma literal y simultánea, en el mismo nivel o espacio. Esto hizo posible que la plataforma no se cargara visualmente.

En la plataforma para la comunicación de los símbolos de la Universidad de Oriente basada en su patrimonio se utilizaron las etiquetas textuales, con dos objetivos fundamentales: el primero fue como encabezados que dividieron e identificaron los

Diseño de contenido de una plataforma digital de símbolos y patrimonio universitario

grupos de información y el segundo fue como vínculos hacia grupos o conjuntos de información en otras páginas. El sistema de etiquetado se dividió en cuatro tipos:

1. Etiquetas del sistema de navegación: son las que interactúan en un primer momento con el usuario (inicio, buscar, quiénes somos, contáctenos).
2. Etiquetas de sistemas de enlaces: son aquellas que aparecen en el cuerpo del texto que se presenta y se enlazan con otros textos en función del contexto y su significado. Resaltan por el color azul que se emplea en la tipografía y no son extensas. En este caso se usó (más...) para acceder al resto de los símbolos históricos y monumentales – arquitectónicos, que no aparecen en la página en que se muestra solo una representación de estas clasificaciones.
3. Etiquetas del sistema de cabeceras o títulos: se emplean con el objetivo de definir los bloques de información. Funcionan como títulos o subtítulos respectivamente (símbolos, materiales e inmateriales; tipología; actividades; publicaciones, artículos, videos, carteles y otros; y comentario).
4. Etiquetas del sistema de indización: estas etiquetas el usuario no las ve, sin embargo, son de gran importancia en la representación del contenido de las páginas para su identificación por parte de los motores de búsqueda (*meta tags*).

Es importante señalar que para desambiguar las etiquetas símbolos y publicaciones que los usuarios puedan comprender mejor su significado se empleó como estrategia un menú desplegable.

Navegación

El diseño de los sistemas de navegación permitió que los usuarios pudieran trasladarse por las diferentes secciones y páginas que conforman la plataforma además de realizar otras acciones, como acceder a la página anterior o posterior a la que visita al activar los botones atrás y adelante. A través de determinados recursos de visualización, facilitan la orientación para el acceso más cómodo y sencillo a los contenidos. En esta dirección se emplearon los sistemas: constantes, locales y contextuales.

Sistemas constantes: se presentaron como una barra de navegación horizontal en la parte superior de las páginas de la plataforma. De esta manera se ofreció al usuario un sistema de orientación que le permite saber en todo momento dónde se encuentra y a dónde puede

Diseño de contenido de una plataforma digital de símbolos y patrimonio universitario

ir desde el contenido o la página que visita. Posibilitó el acceso a los contenidos o páginas claves y ofreció una idea de cómo se estructuró la plataforma en sentido general.

Sistemas locales: son recursos que se diseñaron en una barra vertical. Complementan los sistemas constantes, se articulan con ellos y sirven para explorar una página concreta de la plataforma. Ofrecen al usuario un sistema de orientación que le permite saber qué es lo que hay próximo a la página que visita y a dónde se puede ir desde ese contenido o esa página en la que se encuentra.

Sistemas contextuales: en la plataforma se presentan relaciones entre contenidos que no son agrupados por los sistemas constantes y los locales. Por consiguiente, se organizan como sistemas contextuales, ya que permiten completar la información que ofrece un contenido que se visita con la que aparece en otro, que se encuentra relacionado con este mediante un enlace o un hipervínculo.

Se utilizaron en la plataforma los siguientes enlaces: contáctenos, el cual muestra un acceso al correo electrónico de la Universidad de Oriente y más... Para este último enlace, teniendo en cuenta la usabilidad, se consideró introducirlo como un elemento fijo y en la misma posición en los contenidos, símbolos históricos y monumentales – arquitectónicos. De esta forma se evitó que el usuario no los percibiera y en tal sentido tampoco accediera a la información contienen.

Búsqueda

Para el diseño del sistema de búsqueda de la plataforma se analizó la amplitud de su contenido, es decir, la cantidad de recursos de información presentes. También se estudió el tipo de información contenida, de manera que, si la clase de información que necesita el usuario es muy específica o requiere invertir mucho tiempo para encontrarla mediante la navegación, entonces es preciso considerar la ejecución de un sistema de búsqueda. En tal sentido, por el crecimiento exponencial de los recursos de información de las actividades, que podía dificultar el procesamiento, almacenamiento y por consiguiente su posterior recuperación, se implementó un motor de búsqueda, de manera tal que le permite al usuario explotar al máximo las prestaciones para las que se diseñó.

Discusión

“Mientras que, en 2006, la cultura digital era algo ajena a gran parte de la sociedad a nivel mundial, en 2021, no obstante brechas importantes, es ahora entendida como un hecho que en gran parte condiciona nuestra forma de ser y vivir” (Spence, 2021). En el caso de la digitalización de los contenidos referentes a los símbolos y su difusión a través de plataformas digitales, como señalan Nasarre, Corcuera, Hernández, Saravia y Hernández de Castro (2015) es sin duda, una fórmula para la conservación, difusión y salvaguarda del patrimonio cultural universitario. Actualmente se pueden localizar elementos sobre símbolos y patrimonio universitario en los portales institucionales de las instituciones de educación superior o en páginas *webs* que promocionan algunos de sus servicios de ámbito cultural. Museos o bibliotecas, por ejemplo, son espacios en los que se incrementan los blogs, perfiles en Facebook, y las exposiciones y recorridos virtuales.

A pesar de los avances de las universidades latinoamericanas en materia de comunicación de símbolos universitarios y patrimonio, de acuerdo con Nasarre *et al.* (2015), en este ámbito a nivel internacional, las iniciativas más destacadas son las de la Red Europea de Patrimonio Universitario (Universeum); el Comité Internacional de Museos y Colecciones Universitarias (UMAC); el *International Council of Museums* (ICOM); y el Consejo de Europa. Y son sobre todo UMAC y Universeum los que utilizan mejor Internet para comunicarse con sus públicos, con un contenido bastante especializado a través de sus *webs*.

El diseño que se presenta muestra resultados similares a los obtenidos en el estudio de Rodríguez, Vargas y González (2019) “Arquitectura de la información como un proceso para organizar sitios web usables e intuitivos: El caso del Centro Centroamericano de la Población”. Un estudio novedoso que utiliza la técnica de *benchmarking*, para identificar las prácticas idóneas en la gestión de sitios web de instituciones líderes en el diseño de contenido digital como el Banco Nacional de Costa Rica y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). En tal sentido se consideraron los siguientes aspectos:

- Mantener el diseño y los menús principales de la página conforme se navega en la plataforma.
- Que se vea reflejado el orden jerárquico de los contenidos.

Diseño de contenido de una plataforma digital de símbolos y patrimonio universitario

- Uniformidad en cada página, en la manera de presentar la información entre ellas.
- Cambio de idioma.
- Homogeneidad en el uso de las etiquetas.
- Etiqueta de contacto visible.
- El logotipo refleja es breve y expresa el significado de la plataforma.
- Contraste de colores amigables a partir de considerar la imagen corporativa de la institución.
- Utilizar motores de búsqueda.
- Colocar un formulario de contacto que agilice la comunicación.

Estos elementos permitieron también hacer un diagnóstico del Sitio Web de la Universidad de Oriente, plataforma que actualmente se utiliza para la comunicación de los símbolos de este centro de educación superior. De esta forma se detectaron insuficiencias que impiden la recuperación de información y la usabilidad del sitio.

Conclusiones

El diseño de contenido como disciplina que se encarga de la planificación y producción de contenido en aras de satisfacer las necesidades de los usuarios, constituye una oportunidad para la comunicación de los símbolos universitarios basada en el patrimonio. Las etapas que se establecen para el diseño de contenido de la plataforma: sistema de contenido, diseño gráfico y sistema de organización estructural, constituyen una propuesta flexible para su desarrollo y aplicación en otros escenarios, Además, su articulación favoreció el cumplimiento del objetivo general de la investigación.

Los fundamentos metodológicos de la arquitectura de la información garantizaron la organización estructural de la plataforma digital para la comunicación de los símbolos de la Universidad de Oriente basada en su patrimonio. Se asumió el análisis y desarrollo de cuatro sistemas: sistema de organización, sistema de etiquetado, sistema de navegación y sistema de búsqueda, los que facilitan la interacción de los usuarios y permiten la satisfacción de las necesidades generales de información, encaminándolos con facilidad hacia los contenidos que les puedan interesar.

El diseño de contenido que se propone, contribuye al conocimiento, interpretación, significación y salvaguarda del legado histórico de la Universidad de Oriente; además favorece su identidad, imagen pública y proyección social.

Referencias bibliográficas

- Brull, M. (2021). Método híbrido para determinar los símbolos de identidad del patrimonio universitario. *Maestro y Sociedad*, 18(3), 1120-1136. <https://maestroysociedad.uo.edu.cu>
- Botto, M y Méndez, M. (2018). El imaginario colectivo sobre internet de los nativos digitales argentinos que ingresan a la universidad. *Question*, 1(58), 1-19. <https://doi.org/10.24215/16696581e046>
- Carrillo, M., Castillo, A., y Blanco, T. (2013). La transmisión de marca en las universidades españolas en sus portales webs. *Historia y Comunicación Social*, (18), 195-205. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.43959
- Carrillo, M., Castillo, A., y Parejo, M. (2017). La gestión de la información universitaria a través de las salas de prensa alojadas en sus sedes web: propuesta de modelo para su gestión. *Informação & Sociedade: Estudos*, 27(1), 103-117. <https://doi.org/10.22478/ufpb.1809-4783.2017v27n1.31168>
- Chandler, D. (1998). *Semiótica para principiantes*. Quito, Ecuador: Plurimínor.
- Felipe, C. (2015). *Al abrigo del Alma Mater. Patrimonio cultural universitario: valores y experiencias de gestión desde la Universidad de la Habana* (Tesis de doctorado). <https://www.hera.ugr.es>tesisugr>
- Fonseca, A y Brull, M. (2020). Patrimonio cultural e identidad en las universidades. *Revista Conrado*, 16(74), 379-386. <http://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>
- López, J.A., Izquierdo, J. M y Pérez, A. (2018). Plataforma interactiva para la integración en el proceso de extensión universitaria. *MEDISAN*, 22(4), 447- 455. <http://www.medisan.sld.cu>
- López, L. y Olvera, M.D. (2016). Comunicación pública de la ciencia a través de la web 2.0. El caso de los centros e investigación y universidades públicas en España. *El profesional de la información*, 25(3), 441-448. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.may.14>

Diseño de contenido de una plataforma digital de símbolos y patrimonio universitario

- López, X., Pereira, X., y Limia, M. (2012). Conceptualización y modelos de la arquitectura de la información. *Actas-IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*. Recuperado de: <https://www.revistalatinacs.org>
- Nasarre, A., Corcuera, M. Hernández, J. Saravia, F. y Hernández de Castro, J. (2015). *Lema de las Universidades Españolas*. Informe del grupo de trabajo de Protocolo y Relaciones Institucionales de la CdCUE de Crue Universidades Españolas. <https://www.crue.org>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (UNESCO, 2003). *Convención para la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial*. <http://www.unesco.org/culture/ich/es/convención>
- Rodríguez, D., Vargas, J. y González, E. (2019). Arquitectura de información como un proceso para organizar sitios web usables e intuitivos: El caso del Centro Centroamericano de Población (CCP). *e-Ciencias de la Información*, 9 (1). <https://doi.org/10.15517/eci.v1i1.34185>
- Simancas, E. y García, M. (2017). Gestión de la comunicación en las universidades públicas españolas. *El profesional de la información*, 26(4), 735-744. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.jul.17>
- Spence, P. (2021). Las humanidades digitales en 2021. *Alcance*, 10(25), 370-386. <http://www.fcom.uh.cu>

Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.

Contribuciones de los autores

Conceptualización: Ailén Fonseca Martínez y Abel Urbano Machado Quintana.

Investigación y metodología: Ailén Fonseca Martínez, Maribel Bull González, Ana María Guerra Casanellas y Abel Urbano Machado Quintana.

Redacción y estilo: Ailén Fonseca Martínez, Maribel Bull González y Ana María Guerra Casanellas.