



**UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



**Diseño y desarrollo de la revista electrónica informativa  
@Venciendo Sombras para la Universidad Central de Venezuela**

Trabajo Especial de Grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social

Autor: Karol Victoria Barbosa Parra

C.I 17.429.695

Tutor: Alejandro Terenzani

Caracas, octubre de 2010.

“Caerse está permitido, ¡Levantarse es obligatorio!”

Proverbio Ruso

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de grado representa una meta alcanzada, un objetivo cumplido, un sueño materializado y un peldaño subido. Es el producto del apoyo de personas que siempre han creído en mí, incluso cuando yo misma he dejado de hacerlo, que me alentaron a continuar intentándolo, que contribuyeron a que venciera mis miedos y que me ayudaron a levantar cuando había caído. Es por ello, que dedico este logro a quienes más amo.

En primer lugar a Dios, por jamás abandonarme y siempre iluminar mi camino. Por llevarme en sus brazos, cada vez que no veía sus huellas en la arena.

A mi madre, esa sublime mujer que ha llenado de amor y comprensión todos los momentos de mi vida. A esa amiga y fiel consejera que siempre está allí, sin condiciones. A ese maravilloso ejemplo de lucha, constancia y humildad que acertadamente Dios me envió. Sin duda, a la mejor y a la más hermosa.

A mi padre, fuerte de carácter y blando de corazón, de quien he heredado la firmeza y la bondad. Que me ha enseñado que es posible tener la cabeza en el cielo y los pies en la tierra. A ese ser, con el que me siento infinitamente protegida y que fue el primer hombre del que me enamoré.

A mis hermanos, Katherine y Edinson por ser los mejores compañeros que la vida me ha regalado. Porque estoy segura que siempre nos tendremos el uno al otro.

Por último, pero no menos importante, a mi novio, amigo, compañero, amante, confidente, cómplice y futuro esposo Edward (Mi Gorchi). Por darle sentido a mis días, por amarme “al infinito y más allá”, por permitirme amarlo “en esta y todas las vidas”, por ser mi alma gemela.

## **AGRADECIMIENTOS**

Primeramente, agradezco a la Escuela de Comunicación Social y a todos los que la hacen posible, de la que me llevo los más valiosos conocimientos y un cargamento de experiencias que, indudablemente, contribuyeron a mi formación.

A “La Casa que Vence la Sombra” a quien siempre llevaré en mi corazón, porque eternamente estaré “Orgullosa de ser Ucevista”.

A mi tutor, Alejandro Terenzani, por su ayuda y dedicación. Por ser esa luz, esa última esperanza que Dios me envió en el momento indicado.

A la Dirección de Información y Comunicación de la UCV, por su constante disposición y colaboración.

A Villy (mi ami), Darlin (mi brujis) y Andre (mi lokis), por compartir conmigo durante toda la carrera y llenar de anécdotas mi estadía en la UCV.

A dos excelentes y especiales personas, que la vida me puso en la camino en el momento perfecto, que me ayudaron a recuperar la confianza en mí y me dieron el empujón que necesitaba, Ariane Páez y Jeannette Balza. Con ustedes comprobé que la amistad no la hacen los años, sino quizás los pocos pero inolvidables momentos compartidos.

A mi segunda familia Torres-Pichardo por abrirme las puertas de sus casas y de sus corazones. Especialmente a mi suegra por ser amiga y cómplice; y a mis cuñados, por ser hermanos para mí.

A toda mi familia, por existir y por hacerlo junto a mí.

## **RESUMEN**

Este trabajo de grado plantea el diseño y desarrollo de una revista electrónica informativa para la Universidad Central de Venezuela, la cual representará un medio de comunicación alternativo y complementario para la misma.

Cabe destacar, que la creación de una revista electrónica constituye una innovación en el ámbito académico. En consecuencia, en el contexto de la UCV, es relevante su diseño para que tanto quienes forman parte de la universidad como el público externo cuenten con la información en formato digital y accesible sin ningún tipo de limitaciones, llenando el vacío que existe, hasta el momento, con respecto a la funcionalidad de poder acceder a dicha información desde la red.

@Venciendo Sombras tiene como objetivo informar sobre el acontecer de la universidad, ofreciendo un amplio alcance sin limitaciones espacio-temporales. En este sentido, todas las informaciones relacionadas con la casa de estudio, podrán ser consultadas en cualquier momento y desde cualquier lugar del mundo.

Palabras Clave: Revista Electrónica, Internet, UCV, Medios Digitales.

## **ABSTRACT**

The present thesis refers to the design and development of an electronic magazine for the Central University of Venezuela (UCV), which will be an additional and alternative mass media.

It should be highlighted that the creation of an electronic magazine is a innovation in the academic context. Consequently, in the case of the UCV, this means that digital information will be available to the members of the university community, as well as to external public, with no limitation whatsoever. The gap that existed until now is therefore filled in since it will be possible to access information on UCV's activities from the Web.

@Venciendo Sombras is intended to inform on a wide range of activities carried out at the Central University of Venezuela with no space or time limitations. In this regard, any information on the university may be consulted at any time and from any place in the world.

Key words: Electronic Magazine, Internet, UCV, Digital Mass Media.

## ÍNDICE

Dedicatoria .....	1
Agradecimientos .....	2
Resumen .....	3
Abstract .....	4
Introducción .....	8

### **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

1.1 Planteamiento del Problema .....	11
1.2 Objetivos de la Investigación .....	13
1.3 Justificación de la Investigación .....	14
1.4 Limitaciones de la Investigación .....	15

### **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

<b>2.1 Informática .....</b>	<b>16</b>
2.1.1 Internet .....	17
2.1.2 World Wide Web .....	20
2.1.3 Hipertexto .....	22
2.1.4 HTML .....	24
2.1.5 Multimedia .....	25
2.1.6 Interactividad .....	27
2.1.7 Interfaz Gráfica .....	28
<b>2.2 Ciberperiodismo .....</b>	<b>29</b>
2.2.1 Periodismo Digital .....	30
2.2.3 Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC`s .....	32
<b>2.3 Diseño Web.....</b>	<b>34</b>
2.3.1 Definición .....	35
2.3.2 Herramientas .....	36

2.3.3 Estructura de los Documentos .....	37
2.3.4 Diagramación .....	39
2.3.5 Color .....	42
2.3.6 Tipografía .....	45
<b>2.4 Revista Electrónica .....</b>	<b>47</b>
2.4.1 Historia .....	48
2.4.2 Concepto .....	50
2.4.3 Clasificación .....	52
2.4.4 Características .....	55
2.4.5 Similitudes con las Publicaciones Impresas .....	56
2.4.6. Elementos Editoriales .....	57
2.4.7 Revista de Papel Vs. Revista Electrónica .....	58
2.4.8 Ventajas y Desventajas de las Revistas Académicas Electrónicas .....	60
2.4.9 Modelo Operativo .....	63
<b>2.5 Publicaciones Académicas .....</b>	<b>65</b>
2.5.1 Tendencias Actuales .....	66
<b>2.6 Medios UCV.....</b>	<b>69</b>
2.6.1 Productos UCV .....	70
2.6.2 Necesidades y Objetivos Comunicacionales de la UCV.....	73

### **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

<b>3.1 Nivel y Diseño de la Investigación .....</b>	<b>74</b>
<b>3.2 Población y Muestra .....</b>	<b>75</b>
<b>3.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos</b>	
3.3.1 La Entrevista .....	76
3.3.2 Modelo de Entrevista .....	78
3.3.3 Análisis Documental .....	80
<b>3.4 Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos</b>	
3.4.1 Deducción .....	81

3.4.2 Análisis .....	81
3.4.3 Síntesis .....	82
<b>3.5 Resultados .....</b>	<b>83</b>
<b>CAPÍTULO IV: @VENCRIENDO SOMBRAS</b>	
<b>4.1 Propuesta .....</b>	<b>88</b>
<b>4.2 Qué es @Venciendo Sombras .....</b>	<b>89</b>
<b>4.3 Planificación .....</b>	<b>90</b>
<b>4.4 Mapa del Sitio .....</b>	<b>92</b>
<b>4.5 Identificación .....</b>	<b>93</b>
4.5.1 Logotipo .....	94
<b>4.6 Diseño Gráfico Digital .....</b>	<b>97</b>
4.6.1 Color .....	99
4.6.2 Tipografía .....	100
<b>4.7 Dominio y Hospedaje .....</b>	<b>101</b>
<b>4.8 @Venciendo Sombras .....</b>	<b>102</b>
Conclusiones .....	109
Glosario .....	112
Referencias .....	118
Referencias Bibliográficas .....	118
Trabajos de Licenciatura .....	120
Referencias Electrónicas .....	120
Referencias Editoriales .....	122

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC'S) han producido cambios sustanciales en las relaciones de interacción social, ejerciendo un proceso de transformación debido al surgimiento de Internet, el cual es utilizado a nivel mundial y sirve para fundamentar el fenómeno conocido como Globalización, tal y como lo afirmaba McLuhan en lo que denominaba interdependencia electrónica. Para este teórico, la sociedad demuestra la necesidad de explorar nuevos escenarios de intercambio, que desarrollan potenciales no comunes en la vida diaria y es por ello que dicha sociedad se encuentra inmersa en la era 2.0, tal y como lo explica en su libro "Guerra y Paz en la Aldea Global".

El poder de integración de textos, imágenes y sonidos que posee Internet, interactuando desde diversos puntos, en un tiempo determinado, a través de una red global y de manera accesible, cambia sustancialmente el carácter de la comunicación.

Castro (2007) afirma

Internet es un medio de comunicación real, mientras que los tradicionales (prensa, radio o televisión) son más exactamente medios de información. La red tiene una enorme capacidad de interactividad (correo electrónico, blogs, listas de distribución...) y se caracteriza por su enorme velocidad. Esta capacidad le permite movilizar datos en un tiempo sorprendentemente breve. El mundo vive ahora los acontecimientos habituales (trabajo, ocio, política...) de forma más apresurada debido al ritmo frenético que les marca la velocidad de las nuevas tecnologías de la comunicación. (p. 95)

En este contexto, se produce una innovación en los ámbitos científicos y académicos mediante la proliferación de las revistas electrónicas, caracterizadas por ser publicaciones periódicas creadas a través de medios electrónicos y que para su consulta requieren de un Hardware y un Software específico. El aval de la calidad de sus contenidos viene dada por la institución que las produce; y pueden ser la extensión de una originada en soporte impreso o puede ser un nuevo modelo únicamente digital.

Hay quienes asocian la aparición de las revistas electrónicas hacia finales de los noventa. Lo que sí es cierto, es que este tipo de publicación ha pasado por varias etapas de adaptación que partieron del modelo impreso. En la primera etapa, sólo copiaban la versión impresa al formato electrónico, es decir, se trasladaba la impresión a una pantalla. Posteriormente, en una etapa de innovación tecnológica se introdujeron recursos multimedia como imagen, video y sonido lo que cambió totalmente el concepto de este tipo de publicaciones pero, a su vez, trajo consigo algunos inconvenientes como desigualdad de la difusión, acceso, amplitud de bandas e incompatibilidades de Hardware y Software. La tercera etapa del desarrollo de este medio, aún se encuentra en proceso debido a que se enfrentan a las necesidades que presentan las instituciones y a las del propio medio. Esto ha dificultado el establecimiento de lineamientos o, lo que es igual, a una normativa y/o reglamentación para su producción.

Pérez (s.f.) asegura

Los estudios hasta la fecha en materia de evaluación de revistas académicas electrónicas, parten de los criterios que se utilizan para evaluar las publicaciones científicas impresas, lo que origina que en el medio electrónico, la evaluación se vuelva más compleja, ya que también se deben considerar criterios tales como la

usabilidad del sitio, el diseño gráfico, la navegación y las habilidades de trabajo entre otras. (p. 9)

En este sentido, es importante tener presente que las funciones, componentes y características de las revistas académicas electrónicas se han derivado, en primera instancia, del formato impreso y que a lo largo del tiempo se han adaptado a las peculiaridades y necesidades de cada área del conocimiento y del medio electrónico en sí.

No obstante, son numerosas las ventajas que presentan, entre las que figuran la rapidez de la publicación, la capacidad de integración de elementos multimedia y los beneficios propios de este tipo de medios como la reducción de los costos en producción y distribución. De igual forma, pueden constituir un triple soporte al considerarse como medio de edición por poseer un mayor control sobre los productos editoriales, por evitar limitaciones de espacio y por la capacidad de poder modificar o ampliar el material. Como medio de difusión, por no depender de un tiraje específico propio de las ediciones impresas, por no requerir distribuidores ya que la red es el medio natural y por no perder la vigencia de sus contenidos ya que todo el material puede estar constantemente a disposición de sus lectores. Finalmente como medio de comunicación, por permitir un contacto directo con los usuarios y una constante interacción a través de los servicios que ofrece.

Es por ello, que este trabajo de grado tiene la finalidad de crear y desarrollar una revista electrónica de carácter informativo para la Universidad Central de Venezuela, que complementará los medios y publicaciones existentes en la casa de estudios, ofreciendo la posibilidad de acceder a sus informaciones en cualquier momento y en cualquier lugar.

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA

### 1.1 Planteamiento del Problema

El surgimiento de las primeras revistas se remonta al siglo XVII. En principio, se crearon con el propósito de presentar material que no fuera sólo de carácter informativo sino de entretenimiento; así como para también tratar temas de interés particular. Una de las revistas pioneras fue la publicación alemana "Erbauliche Monats-Unterredungen" que apareció entre los años 1663 y 1668. Posteriormente, la publicación de las revistas se fue consolidando llegando a considerarse una actividad rentable y cuyo contenido era cada vez más variado.

Actualmente, las revistas impresas son concebidas como publicaciones periódicas con características como la especialización de sus contenidos. Sin embargo, poseen una serie de desventajas tales como el alto costo de la producción, la lentitud del proceso de publicación, la imposibilidad de realizar cambios o revisiones a las publicaciones, y, generalmente, dependen de la publicidad o de las suscripciones.

En consecuencia, aparecen las revistas electrónicas dando respuesta a la alta demanda de información por parte de los usuarios, pero con una importante característica: poder acceder a la misma en cualquier momento y en cualquier lugar, tal y como plantean Del Moral y González (s.f.)

...Garantizan un margen de distribución mucho más amplio, puesto que el acceso a la misma en ocasiones desborda las expectativas, propiciando una mayor accesibilidad,

a diferencia de otra clase de publicaciones de una distribución limitada por el número de ejemplares editados. (p. 1).

En este sentido, es relevante el diseño de una publicación electrónica para que tanto quienes forman parte de la universidad como los internautas cuenten con la información referente a la casa de estudios en un formato digital y accesible desde cualquier parte del mundo, con la finalidad de llenar el vacío que existe, hasta el momento, con respecto a la practicidad de poder acceder a la información concerniente a la UCV desde la red.

## **1.2 Objetivos de la Investigación**

### **Objetivo General:**

Diseñar y desarrollar la revista electrónica informativa @Venciendo Sombras para la Universidad Central de Venezuela, con la finalidad de satisfacer las necesidades comunicacionales de la casa de estudios.

### **Objetivos Específicos:**

1. Identificar las tendencias actuales en cuanto a publicaciones académicas en Venezuela.
2. Establecer las necesidades comunicacionales de la Universidad Central de Venezuela.
3. Definir los objetivos comunicacionales de la Universidad Central de Venezuela.
4. Diseñar y desarrollar la revista.

### **1.3 Justificación de la Investigación**

Actualmente, en nuestro país la mayoría de los medios de comunicación utilizados en las universidades responden a publicaciones impresas y, en casos puntuales, audiovisuales. El uso de herramientas tecnológicas para la difusión de la información en las casas de estudio, viene dado mayormente por la creación de páginas Web ya sea de la universidad o de, específicamente, alguna facultad o escuela. Sin embargo, hasta el momento no se ha implementado una revista electrónica de carácter informativo. En algunos casos se ha utilizado este recurso para dar a conocer trabajos científicos e investigadores –como la mayoría de las revistas electrónicas académicas- o para desarrollar temas de áreas específicas, es decir, especializadas.

Por otra parte, la Universidad Central de Venezuela en su condición de universidad pública, afronta inconvenientes en cuanto a presupuesto se refiere. No es secreto que la producción de las publicaciones impresas representa un alto costo para la máxima casa de estudios, por lo que se han visto en la necesidad de reducir sus tirajes. En este sentido, es vital idear nuevos y rentables medios de comunicación para dar respuesta a las necesidades de información de sus públicos.

En consecuencia, la creación de una revista electrónica supone la implementación de un recurso novedoso, interactivo, de fácil difusión y que reduce considerablemente los costos de producción, al no ser necesaria su impresión. De igual forma, representa un importante paso dentro del manejo de las comunicaciones en este ámbito, puesto que, como se señaló, actualmente las universidades no ofrecen esta alternativa. En este sentido, la revista @Venciendo Sombras se convertirá en un valioso aporte tanto para la Universidad Central de Venezuela, como para el estudio de los medios académicos en general, constituyendo una efectiva estrategia para el manejo de la información en este nivel.

## **1.4 Limitaciones de la Investigación**

El medio digital, ofrece por naturaleza una serie de recursos multimedia como imagen, sonido, video, entre otros. Sin embargo, la adecuada aplicación de estas herramientas responde a un apropiado diseño, desarrollo de la interfaz gráfica y adecuada programación que permite captar la idea central, materializarla y construir los mensajes que permitirán la comunicación con los usuarios de la revista electrónica.

En cuanto al aspecto informático, la programación juega un papel fundamental en la creación de una revista de este tipo, siendo quizás la última actividad dentro del sistema de operación de este medio, pero no la menos importante. Los programadores, son los encargados de crear el formato en el cual será presentada la revista. En este sentido, aparece la primera limitación del proyecto, puesto que, a pesar de tener nociones en cuanto a este proceso de la informática, no se cuenta con experiencia alguna en el ejercicio del mismo, por lo que se tendrá que acudir a algún especialista.

Por otra parte, en la actualidad, la bibliografía especializada en este tema es escasa, salvo algunas excepciones. En consecuencia, la mayoría del material que se encuentra proviene de referencias electrónicas y libros de temas similares en los que se hace alguna mención o se dedica algún capítulo. Asimismo, no existe una normativa y/o reglamentación para la producción de revistas electrónicas. En este sentido, aparece una nueva limitación ya que exige una búsqueda más exhaustiva de los datos, una investigación minuciosa y una correcta selección del material a utilizar.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Informática**

Sin lugar a dudas, la tecnología constituye una poderosa herramienta capaz de satisfacer las necesidades y facilitar la vida de las personas, por lo que ha influido, considerablemente, en el progreso social y económico del mundo. En consecuencia, cada vez se incrementa más el interés de los hombres por entenderla y obtener todo lo que ofrece.

Por otra parte, la tecnología, a través de los medios electrónicos, ha producido una interconexión global de los seres humanos transformando los estilos de vida, tal y como lo plantea McLuhan en su teoría de *Aldea Global*. En este sentido, el principio de este concepto radica en las Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC's, particularmente Internet, que tiene la posibilidad de disminuir las distancias y promover, incluso, la conciencia global a escala planetaria, por ejemplo el interés por la ecología, por la economía, entre otros.

### **2.1.1 Internet**

En su momento, la invención del teléfono por parte de Graham Bell significó no sólo un avance trascendental en la historia de la humanidad, sino también en la comunicación. Sin embargo, gracias al desarrollo tecnológico con la aparición de Internet se rompieron todos los esquemas, ya que en muy poco tiempo esta poderosa herramienta se extendió a lo largo de todo el mundo.

Según un estudio realizado y presentado en un congreso de España en 1998, se afirma que mientras la radio tardó alrededor de 30 años en llegar a casi 60 millones de hogares en Estados Unidos y la televisión lo hizo en 10 años, Internet lo logró sólo en 3, lo que evidencia la efectividad en el uso de esta herramienta desde su creación.

Explica Abadal (2001) que el origen de Internet se halla en los años 1968-1969 bajo el nombre de ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network). Esta limitada red era financiada por el gobierno de Estados Unidos y utilizada por el Departamento de Defensa con el fin de conectar al Pentágono con las universidades donde se realizaban investigaciones militares. El objetivo consistía en que dicha red pudiera sobrevivir a cualquier ataque enemigo, ya sea por la destrucción de cualquiera de los computadores que utilizaban o por la eliminación de todas las infraestructuras comunicacionales.

Esta era la intención del Pentágono. Sin embargo, las universidades apostaban por una red de libre acceso para todos los usuarios académicos e investigadores, siendo ellos mismos los comunicantes o emisores. No obstante, lo ideal era que este sistema se diferenciara ampliamente de la red telefónica.

Ya para ese momento, cualquier computador podía acceder a la red desde cualquier lugar e intercambiar la información que se enviaba en paquetes y a través

de diferentes líneas. De igual forma, los principales servicios de los que se disponía era intercambio de mensajes (correo electrónico), de archivos (FTP) y acceso remoto (TELNET).

Posteriormente, en el año 1975 ARPANET se desarrolló hasta convertirse en DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency) y contaba con, aproximadamente, 2000 usuarios. Esta red planteaba la utilización de Internetting para el desarrollo de un protocolo de investigación que permitiera que otras redes se pasaran información entre sí. De allí, se origina el término Internet y surge el TCP/IP que continúa vigente.

No obstante, expone Verdú (1996) que desde 1974 la National Science Foundation (NSF) a través de un informe, empezaba a promover el uso no militar de Internet. Luego en 1979 crea un grupo sin fines de lucro llamado Computer Science Research Network (CSNET) que ofrecía un espectro más amplio que el ARPANET, demostrando su eficacia y estabilidad financiera, por lo que en 1985 DARPA se vincula a ella.

Pero, el crecimiento de Internet a gran escala, se produce a mediados de los años noventa, a través del desarrollo de programas en entornos gráficos que permitían el acceso a la información con sólo presionar un botón. En 1990 se crea la Electronic Frontier Foundation (EFF) y se contaba con 313.000 servidores. Para el año 95 existían más de 5.000.000 de servidores conectados a Internet, lo que evidencia la acelerada expansión de esta herramienta a lo largo del mundo.

En la actualidad, Internet (International Networking) es definida como una red de computadoras interconectadas mundialmente, permitiendo a los usuarios acceder y transferir información a distancia, es conocida como la “red de redes”. Según Rincón y Plágaro (1998) en su Diccionario Conceptual de Informática y Comunicaciones,

Internet es definida como la “red informática global capaz de conectar entre sí dos o más ordenadores situados en cualquier lugar del mundo a través de los canales y líneas telefónicas” (s.p).

Debido a su potencial integración de imágenes, video, sonidos y texto interactuando desde diversos puntos, en un tiempo real o demorado, a través de una red global y de libre acceso, ha cambiado, considerablemente, el carácter de la comunicación, permitiendo un flujo de la misma sin precedentes en la historia humana.

Hoy en día no es necesario salir de casa, no es necesario trasladarse para educarse, comprar, informarse. La red ha sido una parte fundamental de la globalización, lo que le ha dado su carácter de universalidad y ha creado un mayor nivel de interdependencia no sólo de las empresas, estados y organizaciones, sino también de los individuos. Es el medio de mayor intercambio en la historia de la humanidad, incluso, más allá de cualquier otra invención y otro medio conocido.

### 2.1.2 World Wide Web

Según Wikipedia, la World Wide Web (WWW) es el acceso de servicio a Internet más popular, es el medio que le da sentido y por donde fluye la información. Se constituye como un sistema de documentos de hipertexto enlazados y accesibles a través de la red. Con la Web, un usuario visualiza páginas que pueden tener un alto contenido de imágenes, sonido y videos, navegando a través de ellas mediante hiperenlaces.

La WWW fue desarrollada en el año 1989 por el científico británico Tim Berners-Lee y el belga Robert Cailliau mientras trabajaban en la Organización Europea para la Investigación Nuclear (CERN), quienes se encontraban en la búsqueda de un sistema para Internet más sencillo y que pudiese incluir gráficos, sonidos y video a los informes de investigación.

En consecuencia, nació de la necesidad de sustituir los complejos sistemas de códigos y la información presentada sólo por textos que se utilizaba en el momento. En el año 1992 la idea del acceso por hipertexto y la posibilidad de manejarse por una amplia variedad de documentos tomó forma.

La llamada *telaraña mundial* “permite manejar documentos que contienen, a su vez, una serie de enlaces con otros documentos, formando entre todos una gran red de información, de aquí el gran sobrenombre de telaraña mundial o telaraña electrónica global” (Fuentes, 1997, p.71)

La WWW, al igual que la mayoría de los que prestan servicios en la Web, tiene la particular característica de ser interactiva. La Web constituye el medio de comunicación que permite la conexión de los computadores, siguiendo un orden específico para el intercambio e interpretación de la información que utilizan los

servidores y clientes, que se conoce con el nombre de “protocolo” y representa la médula de la WWW.

Por otra parte, existe una herramienta de la que se vale la World Wide Web que son los URL o Localizadores de Registro Uniforme / Uniform Resource Location, que se utilizan para conectarse con otros servicios de la red, siendo el indicador que informa al servidor la clase de recurso que es.

Finalmente, lo que le da la imagen de red a la World Wide Web son los enlaces de hipertexto que se presentan en forma de palabras, frases o íconos y que permiten navegar por la Web, permitiendo el desplazamiento del usuario haciendo click en áreas específicas y resaltadas.

### **2.1.3 Hipertexto**

Este término fue acuñado por Theodore Nelson en 1965 quien explicaba, como cita Colina (2002) que “la visión de este lenguaje exigía que todos los textos del mundo se vinculasen a un metatexto disperso a través de una red gigantesca” (p. 52). Es decir, el hipertexto resulta ser la ampliación de un texto que permite que los documentos se enlacen unos con otros para formar una información.

Hay quienes afirman que el concepto fue formulado en los años cuarenta por Vannevar Bush, asesor científico del presidente Roosevelt. Para ese momento, se trataban de vincular documentos por asociación, los cuales podían ser identificados y almacenados para luego, ser recuperados y copiados. No obstante, en la práctica se ha demostrado que el concepto de Hipertexto actual no se relaciona con la concepción de Bush.

En función de la práctica actual, Colina (2002) enfatiza que el hipertexto se concibe como una gran estructura textual compuesta de palabras e imágenes que incluye cuatro elementos fundamentales: nodos, enlaces, anclajes y mapas de navegación. Los nodos son las unidades de los hipertextos, con dimensiones que pueden ir desde un párrafo hasta el tamaño del documento. Por su parte, los enlaces son los que conectan a los nodos mientras que el anclaje es el destino del enlace. Finalmente, el mapa de navegación es un nodo con información de otros.

En conclusión, se considera al hipertexto como un texto compuesto por otros textos o por trozos de estos. Para el internauta es muy fácil reconocerlos, ya que se diferencian por el color de la fuente, por el subrayado de alguna palabra, por algún ícono; a través del cual se enlaza y se tiene acceso a información relacionada con el contenido. No obstante, destaca Cherén (2001) que hacer click sobre algún vínculo implica la activación de numerosos comandos que producen complejas búsquedas

para encontrar el otro documento y que tanto la solicitud como la respuesta viajan a través de fibras ópticas, satélites, cables y líneas hasta llegar al computador, cargarse y aparecer en la pantalla en cuestión de segundos.

En este sentido, la forma más habitual de hipertexto son los hipervínculos que pueden ser fácilmente identificados en la pantalla, debido a que se diferencian con una palabra resaltada, subrayada o con un color distinto al resto del texto. Sin embargo, tras el simple click del usuario se encuentra un complejo sistema encargado de enlazar los documentos entre sí.

#### **2.1.4 HTML**

El HiperText Markup Language (Lenguaje de Marcado de Hipertexto), es un lenguaje que sirve para describir la estructura y contenido de documentos electrónicos. Fue publicado por primera vez en 1991 por Tim Berners Lee, bajo el nombre de HTML Tags (etiquetas HTML) como un subconjunto de SGML Standard Generalized Markup Language. Asimismo, crea también algo máspreciado todavía: la World Wide Web.

Rincón y Plágano (1998), describen al HTML como un “lenguaje de etiquetado de hipertexto, utilizado en el contexto de la World Wide Web (WWW) en el que se establecen los mecanismos de introducción de vínculos hipertexto, gráficos, fuentes tipográficas y rasgos de estilo en los documentos que se manejan” (p. 37)

Resalta Colina (2002) que el HTML está compuesto por los elementos, que constituyen su estructura básica y que tienen dos propiedades fundamentales, atributos y contenido. Un elemento, por lo general cuenta con una etiqueta de inicio y una de cierre, por lo que el atributo se encuentra en la etiqueta de inicio y el contenido entre ambas etiquetas.

Por otra parte, el HTML cuenta con tres tipos de marcado, el estructural que describe el propósito del texto; el presentacional que describe la apariencia del texto sin importar su función y el hipertextual que utiliza partes del documento con otros documentos. Lo cierto es que la utilización de este lenguaje predomina en la elaboración de páginas Web y demás medios electrónicos.

### **2.1.5 Multimedia**

Originalmente, el concepto proviene del prefijo “Mult.” Que indica multiplicidad y la palabra “Media” que corresponde al latín de medios, al unirse forman la expresión “Multi-medios” o “Multimedia”. Esta denominación es tan antigua como la comunicación humana, ya que siempre al expresarnos podemos hablar, escribir, observar y gestualizar. Es decir, a pesar que la palabra es frecuentemente usada en términos de informática para describir el audio, video, imágenes, gráficos y animación que pueda tener un software, puede también formar parte del lenguaje corriente y tiene cabida dentro de la llamada comunicación analógica.

Rincón y Plágano (1998) la definen, en principio, como una tecnología. De igual forma, acotan que implica la utilización de dos o más medios de comunicación y que integran imagen, sonido, video, texto, animaciones, gráficos, entre otros.

Por su parte, Fernández-Coca (1998) afirma:

Imaginar un mundo sin comunicación viene a ser algo imposible. Sería como tener ante nosotros una estrella muerta, en la que sus únicos habitantes fuesen el agua, la tierra y nada más.

Sin embargo en nuestro planeta hay vida. Los humanos somos una de las especies que lo habitan. Nuestra tierra, por tanto, siente, ve, huele, habla y oye. Conjuga estos elementos en un mismo soporte. Es un mundo multimedia.

En este sentido, la multimedia entrelaza todos los elementos, ya sea en el mundo real o en el virtual. Incluso, actualmente se utiliza el término multimedia interactiva el cual concede al usuario el control de la presentación del contenido, así como el poder de decidir lo que desea ver y cuando lo desea ver.

En consecuencia, nace también el término Hipermedia (navegar entre medios) como una forma de multimedia interactiva, cuya estructura de navegación es más compleja y le confiere más control aún al usuario.

Este conjunto de procedimientos denominados Hipermedia, son utilizados para el diseño y composición de materiales y contenidos que involucren texto, video, imágenes, sonidos, mapas u otros medios que sirvan para interactuar con el usuario. En consecuencia, nace como respuesta a las necesidades de crear y renovar las formas de expresión.

### **2.1.6 Interactividad**

La interactividad, es una cualidad que implica interacción o influencia entre dos o más cosas. En el ámbito de la comunicación, existen tres tipos de esta: la no interactiva en la que no existen relaciones entre los mensajes, la reactiva en la que un mensaje se relaciona sólo con el mensaje previo y la interactiva cuando el mensaje se relaciona con varios elementos.

Vaughan (1995) acota que “cuando se da el control de navegación a los usuarios para que exploren a voluntad el contenido, multimedia se convierte en no lineal e interactiva” (p.63). En este sentido, esa capacidad o control por parte del usuario para seleccionar y dar forma al contenido produce una relación o una interacción hombre-máquina.

En la actualidad, se trata de diferenciar la interactividad de la interacción comunicativa. Esta última, puede ser considerada como una acción social que implica las relaciones entre los hombres, es decir, como una interacción entre sujetos. Por su parte, la interacción de los medios digitales se da naturalmente por correo electrónico, foros, encuestas, entre otros; ya que supone una amplia interacción entre los usuarios y quienes ofrecen los servicios en Internet.

Lo que sí es cierto es que mientras la interacción entre los hombres y las máquinas sea más efectiva y más cercana a la comunicación humana, el actual mercado de la información desarrollará, aún más, su potencial.

### **2.1.7 Interfaz Gráfica**

Una interfaz es un instrumento que facilita la interacción a los usuarios con las máquinas y, en su diseño, se toman en cuenta factores como que sea de fácil aprendizaje, de fácil uso y de estilo estándar. Luna (2004) define la interfaz gráfica de usuario como “todos los elementos gráficos que nos ayudan a comunicarnos con un sistema.” (p. 2).

Por su parte, Rincón y Plágano (1998) acotan que antes que la Interfaz Gráfica de Usuario se consolidara y extendiera, los computadores sólo podían mostrar texto (no gráficos) en la pantalla. Fue en la década de los años 70 cuando Xerox desarrolla una máquina con interfaz, sin embargo, la primera máquina con IGU utilizada ampliamente fue la Apple Macintosh en 1984. Posteriormente, en 1990 el lanzamiento de Windows 3.0 produjo la utilización masiva de las IGU en los computadores compatibles con PC de IBM.

Cualquiera que sea el tipo de publicación, la interfaz juega un papel fundamental para consultar el documento. Por otro lado, mientras menos sea el tiempo que deba dedicar el usuario para comprender la interfaz, más efectiva será la utilización de esta. En este sentido, debe proporcionarle seguridad, confianza y tranquilidad a través de mensajes claros, información fácil de ubicar y jerarquía en las informaciones y los elementos gráficos.

En conclusión, el medio digital ofrece numerosos recursos multimedia (imagen, sonido, video, gráficos, entre otros). Sin embargo, es necesario saberlos utilizar sin saturar las publicaciones. Como explica Luna (2004) una Interfaz Gráfica debe ser sencilla, clara, predecible, flexible, consistente, intuitiva y coherente.

## **2.2 Ciberperiodismo**

Los avances tecnológicos han modificado, sustancialmente, todas las formas de comunicación, donde Internet se ha convertido en una herramienta fundamental para la búsqueda, producción y recepción de información. Muestra de ello ha sido la migración de numerosos medios impresos a formato digital o, en el mejor de los casos, medios que circulan bajo ambas modalidades.

No obstante, hay quienes apuestan a la era digital y hay quienes aún se resisten al cambio. De igual forma, la sociedad enfrenta un nuevo reto en esta época tecnológica; así como los productores de información, ya que no es suficiente con un buen diseño, sino que se requiere captar la atención de los usuarios a través de contenidos de calidad, vanguardistas y universales.

### **2.2.1 Periodismo Digital**

A lo largo de la historia, los medios de comunicación se han visto obligados a adaptarse a las necesidades de sus públicos, con la finalidad de posicionarse entre sus consumidores y lograr alcanzar un papel importante dentro de la sociedad. En consecuencia, las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC`s) nacen para cubrir esas necesidades de consumo de información sin distinción, es así como surge el periodismo digital o ciberperiodismo.

Para Núñez (2009) “los esquemas tradicionales siguen funcionando porque nuestras motivaciones y reacciones siempre serán “analógicas”, pero cuando pasan por el tamiz de nuevos procesos, programas y canales, cambia por completo su forma de usarlos” (p. 21). Lo cierto, es que el periodismo digital ha despertado un gran interés en la actualidad y ha sido tema de discusión en las academias.

Para algunos, Internet constituye un nuevo medio o el cuarto medio de comunicación junto con sus precedentes (prensa, radio y TV). Sin embargo, para otros como Ramón Salaverría, del Laboratorio de Comunicación Multimedia de la Universidad de Navarra, Internet es una herramienta que complementa a los demás medios, incluso, lo define como un “metamedio” que aparte de incorporar texto, audio e imágenes, posee la inmediatez de la radio, los reflexivos contenidos del periódico y la eficacia de la imagen de TV.

En este sentido, los medios tradicionales tienen un amplio soporte en Internet, pues permite llegar a más personas en menos tiempo, así como también permite una interacción con el público. De igual forma, contar con una página o sitio Web no sólo ofrece prestigio al medio, sino que permite alcanzar respeto y credibilidad entre los usuarios.

En consecuencia, el periodismo digital, de una u otra forma, rompe con la comunicación unidireccional que suele caracterizar a otros medios. Por otra parte, enfrenta una serie de retos como el aprender a utilizar los recursos tecnológicos, exige más precisión en los contenidos, conocer las herramientas de diseño que son determinantes para presentar la información, búsqueda exhaustiva de fuentes fidedignas que le den valor al contenido, entre otros. Asimismo, el Internet trae consigo una serie de oportunidades como la simplificación de todo tipo de tareas, la utilización de múltiples formatos o multimedia, inmediatez, interactividad, por mencionar algunos.

Finalmente, también se hace necesario reconocer algunos inconvenientes de la red como el abuso a los derechos de autor, la piratería, entre otros. Lo importante es tener presente que la aparición de Internet no necesariamente representa el fin de los medios tradicionales, sino un complemento de los mismos.

### **2.2.2 Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's)**

Las llamadas Tecnología de la Información y Comunicación (TIC's) surgen gracias a los avances tecnológicos y al desarrollo de las telecomunicaciones, siendo posible el almacenamiento, procesamiento y transmisión de información caracterizada, en su mayoría, por la inmediatez. Así lo define wikipedia, incluyendo los elementos y técnicas utilizadas para el tratamiento de dicha información.

Asimismo, se ha comprobado que su utilización contribuye al desarrollo de las actividades del individuo. Tal y como lo expuso Kofi Annan, Secretario General de la ONU, para el año 2003:

Las tecnologías de la información y la comunicación no son ninguna panacea ni fórmula mágica, pero pueden mejorar la vida de todos los habitantes del planeta. Se disponen de herramientas para llegar a los objetivos de desarrollo del milenio, de instrumentos que harán avanzar la causa de la libertad y la democracia; y de los medios necesarios para propagar los conocimientos y facilitar la comprensión mutua.

(Disponible en

[http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADas\\_de\\_la\\_informaci%C3%B3n\\_y\\_la\\_comunicaci%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADas_de_la_informaci%C3%B3n_y_la_comunicaci%C3%B3n))

Para Rodríguez (2009) las TIC's empiezan a reconocerse en la década de los años 90 cuando el Internet se convierte en una herramienta de dominio público. De igual forma, explica que dicha tecnología ha cambiado, considerablemente, las formas de comunicación donde la transferencia de información está dejando de ser

unidireccional. Actualmente, esto se evidencia a través de la participación de la ciudadanía en la producción de información.

Desde algún tiempo, los medios de comunicación social han optado por tener un espacio en la red, que les permita ampliar su alcance e inmediatez. Internet lo ha hecho posible, convirtiéndose en la herramienta predilecta de los periodistas gracias a su capacidad de integrar textos, imágenes, audio y video, multimedia.

En conclusión, Internet ha permitido que la información se encuentre en cualquier sitio, podemos comunicarnos unos con otros sin que la distancia sea una limitante, podemos realizar actividades sin estar presentes en un lugar determinado, entre otras cosas. Es por ello que las TIC's se han convertido en parte de nuestras vidas, modificando las relaciones sociales y culturales. Como se ha explicado, los medios no escapan de esta realidad ya que las Tecnologías de la Información y la Comunicación no sólo los ha modificado a ellos sino a la profesión del Comunicador Social, de allí surge lo que se denomina Sociedad de la Información como una sociedad basada en la tecnología que concibe la información como un bien de intercambio.

### **2.3 Diseño Web**

La aparición y desarrollo de internet, ha tenido grandes repercusiones en la vida del ser humano. En la actualidad, en número de páginas y sitios Web aumenta considerablemente y a gran velocidad –Un estudio publicado por la empresa inglesa dedicada a ofrecer servicios de internet, NetCraft, indica que para junio de 2009 existían 238.027.855 millones de sites en el mundo- lo que para el diseñador gráfico ha resultado desafiante, al tener que adaptarse a las prácticas del diseño digital.

En los primeros tiempos, la construcción de páginas web era un proceso relativamente sencillo. Las limitaciones técnicas del diseño del medio exigían del trabajo del diseñador poco más que colocar pequeñas imágenes en un texto. En la actualidad, la nueva tecnología y la funcionalidad mejorada de Internet permiten a los diseñadores emplear películas, sonidos y animaciones para amenizar la experiencia del usuario. (Gordon y Gordon, 2007, p. 136)

En este sentido, es necesario que los diseñadores hagan buen uso de las herramientas, no sólo para distinguirse de los demás profesionales, sino para elaborar diseños que ofrezcan soluciones a los usuarios y comuniquen efectivamente, tal y como pretende hacerlo @Venciendo Sombras ya que constituye uno de los objetivos de esta investigación.

### **2.3.1 Definición**

El diseño gráfico tiene como objetivo realizar, programar y proyectar mensajes visuales a grupos determinados.

Para Wong (1995)

El diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de algo, ya sea esto un mensaje o un producto. (p. 41)

Por su parte, se deriva el diseño Web como una actividad que consiste en la aplicación del diseño gráfico mediante la utilización de herramientas digitales para la creación de páginas y sitios Web. Sin embargo, no se trata sólo de aplicar el diseño convencional, sino de tomar en cuenta elementos como la navegabilidad, la interactividad y la usabilidad. Asimismo, es necesario hacer buen uso de las imágenes, videos, audio y texto.

En este sentido, Luna (2004) afirma que “es compromiso del diseñador usar los programas como herramientas para comunicar y reforzar ideas, que connoten y denoten el mensaje, no para lucir su dominio técnico de los programas y recursos multimedia” (p. 8). Por lo tanto, en la medida en que los elementos y las herramientas estén perfectamente engranados con el diseño, se logrará la eficacia comunicacional.

### **2.3.2 Herramientas**

En la actualidad, existen numerosas empresas que ofrecen programas para la creación de páginas y sitios Web, siendo Adobe la más reconocida y utilizada mundialmente, lo que le ha permitido apoderarse del mercado.

Para diseñar en la Web, existen numerosas herramientas y software. Tal es el caso de Dreamweaver, perteneciente a Adobe, y Microsoft FrontPage que son aplicaciones que sirven para crear y editar páginas y sitios Web, siendo los más utilizados por su funcionalidad y su capacidad de integración con otros programas. Asimismo, existen programas de diseño gráfico que son utilizados antes de la edición de los contenidos, tales como: Photoshop, Illustrator, Fireworks, ImageReady, entre otros. En cuanto a animación y material dinámico e interactivo, Flash es el preferido por la mayoría.

En este sentido, Gordon y Gordon (2007) explican que en la actualidad ya no existen diferencias abismales entre el diseñador gráfico convencional y los diseñadores/programadores Web, debido a que ambas disciplinas se encuentran estrechamente relacionadas. Hoy en día, el diseñador cuenta con más libertad de creación, siempre que se preocupe por aprender a utilizar las nuevas técnicas.

Asimismo, es necesario tomar en cuenta que el diseño Web difiere del diseño impreso, debido a que lo que se publicará será visto a través de una pantalla y esto debe ser adecuado en el computador. Por lo tanto, se deben conocer las limitaciones que posee Internet para diseñar y saber aplicar los programas para ofrecer un diseño agradable y funcional. En consecuencia, hay que tomar en cuenta elementos como: tamaño del monitor, navegador, resolución, visualización en MAC o PC, entre otros.

### 2.3.3 Estructura de los documentos

Colocar contenido en una página o sitio Web, no se refiere a vaciar completamente un documento en un archivo. Por el contrario, se forma a través de varias páginas que contienen texto, imágenes, video, sonido, entre otros; y que se encuentran enlazadas a través de links.

Fernández (1995) hace referencia a los errores más comunes en la estructuración de documentos:

- Inexistencia de título o título confuso que dificulta las búsquedas de información en los servidores.
- Sumarios no descriptivos que generan confusión al usuario y puede acabar con el interés de continuar navegando.
- Longitud:
  - Página muy corta que no ofrece calidad de contenido.
  - Página muy larga que puede generar tiempos de carga excesivamente largos.
  - Párrafos muy largos que pueden generar cansancio en el usuario al entorpecer la lectura en la pantalla.
- Enlaces:
  - Enlaces con la misma página que se producen debido a un error en la programación.
  - Enlaces perdidos que dan como resultado una pantalla de error.
  - Palabras subrayadas sin enlace que confunden al usuario. En estos casos, es recomendable usar otros efectos tipográficos.
  - Enlaces no existentes que producen pérdida de tiempo e interés.
  - Ausencia de enlace al index.

- Texto excesivo que evidencia una incorrecta utilización del soporte multimedia, al no apoyarse en imágenes, sonidos, video, entre otros; sino optar sólo por la inclusión de letras.

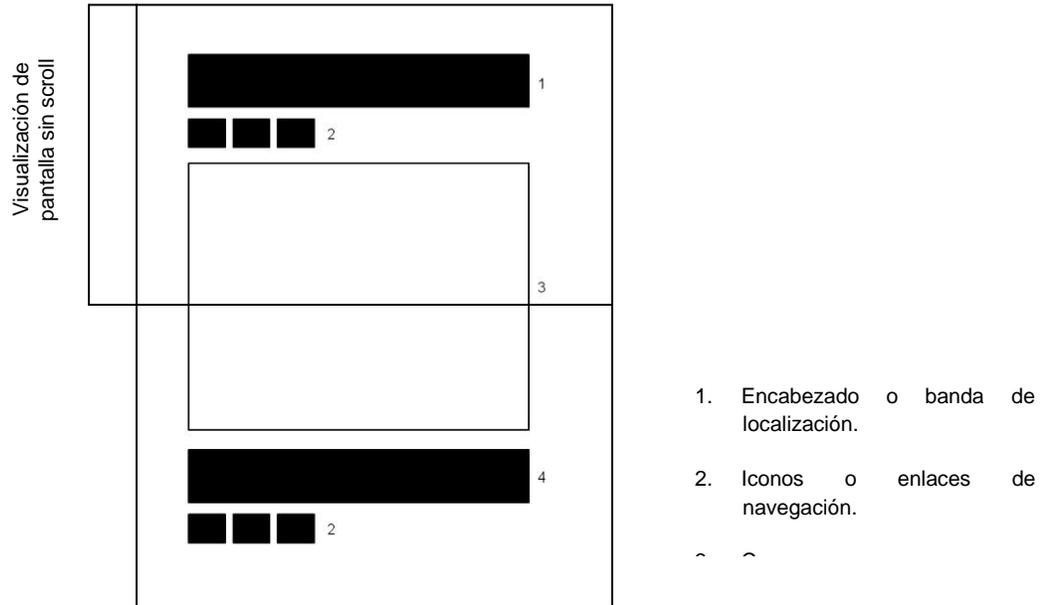
En consecuencia, en la medida en que se minimicen este tipo de errores, más estructurados estarán los documentos, más sencilla será la navegación y más posibilidades habrá de incrementar el interés del usuario, por lo tanto, la comunicación será efectiva.

### 2.3.4 Diagramación

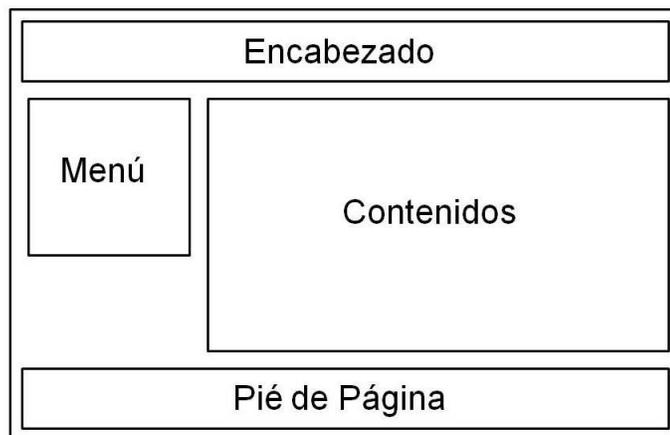
La diagramación, está referida a la representación de los contenidos de una página o sitio Web y su relación entre ellos. Es la forma de estructurar o esquematizar el producto digital, con la finalidad de organizar las páginas. En consecuencia, un documento Web está compuesto por páginas que deben ser coherentes y mostrar al usuario que cambiar de documento significa cambiar de página.

Fernández (1995) sugiere una diagramación conformada por:

- Encabezado o banda de localización: la cual sirve para ubicar al usuario dentro del documento. La misma se puede presentar con gráficos o con texto, asimismo, puede tener algún color identificativo.
- Iconos o enlaces de navegación: su utilización es opcional y sirven para el direccionamiento inmediato del usuario a otra página. Suelen colocarse cuando las páginas son largas y requieren un constante uso del scroll.
- Cuerpo: referido al espacio donde se colocará la información.
- Pie de página: se coloca, opcionalmente, si el texto contenido en el cuerpo de la página hace referencia o requiere del mismo. En consecuencia, se debe diferenciar del resto del texto de manera que no sea interpretado como una extensión del mismo.



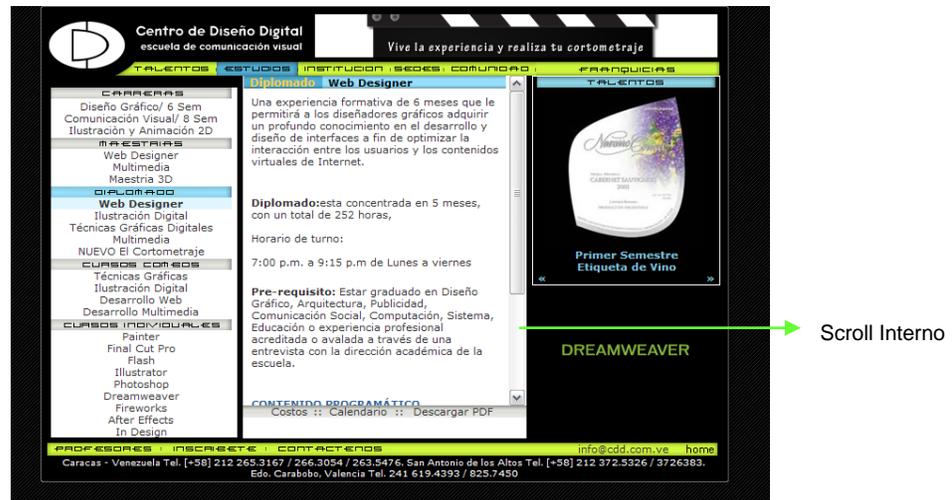
No obstante, las tendencias actuales se inclinan por la utilización de páginas cortas, de manera que no sea necesario el scroll de pantalla, tomando en consideración factores como el tamaño y la resolución del monitor. Por el contrario, cuando el contenido es amplio y requiere del aumento de la longitud de la página, se opta por el uso del scroll interno, insertado dentro del cuerpo. Asimismo, apuntan hacia una maquetación sencilla pero novedosa, conservando los elementos básicos de la diagramación pero adaptándolos a diseños creativos.



Ejemplos:



Tomado de: [www.cdd.com.ve](http://www.cdd.com.ve)



Tomado de: [www.cdd.com.ve](http://www.cdd.com.ve)



Fernández (1998) ofrece algunos consejos en cuanto a la utilización del color en la Web:

- Al definir la interfaz, el color debe estar relacionado con el contexto del tema.
- En caso que el tema ya tenga una imagen definida, es necesario respetarla y adaptarla a la Web.
- El color puede variar según las condiciones del monitor, por lo tanto se sugiere trabajar con la gama RGB ya que representa el estándar.
- No deben usarse demasiados colores, debido a que confundirá al usuario. Por el contrario, es conveniente definir dos o tres colores con sus diferentes tonalidades.
- Al utilizar color en el texto se debe prever el contraste con el fondo, de lo contrario, podría ocasionar problemas de legibilidad.
- De igual forma, al utilizar color en el texto se debe considerar la impresión del documento, debido a que existen colores difíciles de leer al ser impresos.
- Cuidar de no utilizar excesivamente el rojo y el verde, debido a que un considerable número de personas presenta inconvenientes para diferenciarlos (daltonismo).
- Tomar en cuenta el simbolismo de los colores, puesto que influyen el estado de ánimo.
- Asimismo, es necesario considerar los significados culturales de acuerdo a la comunidad que lo usa.
- En documentos de longitud considerable, es conveniente utilizar códigos de color que contribuyen a que el usuario pueda ubicarse.

- El fondo o background no debe distorsionar la información. Asimismo, se recomienda no utilizar colores muy vivos que distraigan la atención del usuario.
- De igual forma, se sugiere usar fondos de colores planos que faciliten la lectura.

En conclusión, cada elemento, sección o pantalla de una página o sitio Web debe estar perfectamente definido, correspondiendo con el peso visual del total de la página. En consecuencia, una de las herramientas más poderosas para lograrlo es el adecuado uso del color, debido a que a través del color también comunicamos.

No obstante, la utilización del color enfrenta ciertas limitaciones, como por ejemplo que la resolución obtenida en una pantalla sea mucho menor a la alcanzada en una revista impresa. Es por ello que actualmente los computadores presentan una amplia gama resultante de la combinación de RGB, ofreciendo la garantía de igual visualización en todos los monitores.

### 2.3.6 Tipografía

La elección de la fuente para un documento digital, es la parte más crítica del proceso de diseño. Aunque pareciera existir cierta libertad en el uso de fuentes para Web, existen limitaciones a considerar como el tamaño del texto y su legibilidad. De igual forma, actualmente existen numerosas fuentes que pueden ser descargadas de internet, sin embargo, para poder ser visualizadas por los usuarios, debe estar instalada en su computadora. No obstante, gracias a los avances del diseño, existen alternativas para utilizar cualquier tipo de letra, una de ellas es convertirla en curvas o vectorizarla, lo que permite que pueda ser visualizada sin necesidad de tener la fuente instalada.

Fernández (1998) expone algunas recomendaciones realizadas por Eduardo Herrera Fernández, profesor de la Universidad del País Vasco:

- Longitud: cuidarse de utilizar líneas muy largas o muy cortas, ya que restringen la legibilidad. Por su parte, utilizar ambas longitudes crea confusión en el lector, por lo que es necesario mantener una longitud media. Por otra parte, el centrado de textos y alineación a la derecha produce fatiga e incomodidad visual.
- Espaciado:
  - Letras: es necesario mantener un espaciado acorde para las letras, puesto que los espacios demasiado grandes dan la sensación de independencia entre las letras y el espaciado estrecho puede hacer que estas parezcan montadas unas sobre otras, lo que interfiere en la lectura.

- Palabras: al utilizar un espaciado muy grande entre las palabras que componen un texto, se corre el riesgo que el lector centre su atención en dicho espacio y no en lo que lee.
  - Líneas: el espacio entre líneas debe hacerse tomando en cuenta en tamaño de la letra y la longitud de las líneas.
- Modos:
- Cursiva: su utilización es válida para resaltar algo, siempre y cuando la letra tenga un tamaño y espaciado acorde, de manera que no dificulte la lectura.
  - Negrita: debe utilizarse para resaltar alguna palabra o concepto. Si se utiliza repetidamente en un mismo párrafo, el usuario leerá sólo aquello que aparece en negrita.
- Mayúsculas y Minúsculas: se sugiere colocar los textos en minúscula y los títulos en altas y bajas, debido a que los textos escritos totalmente en mayúscula reducen considerablemente la velocidad de lectura.
- Colores: el uso de color en el texto puede facilitar o dificultar la lectura, todo depende del contraste con el fondo o background.

Finalmente, varios expertos en diseño digital afirman que las fuentes “Web-Safe” es decir, que están contenidas en la mayoría de los navegadores, así como las más recomendadas son:

- Helvética
- Arial
- Verdana
- Georgia
- Trebuchet
- Century Gothic

## **2.4 Revista Electrónica**

Como se ha explicado, las revistas electrónicas constituyen una innovación en la comunicación, beneficiando ampliamente al ámbito académico y científico. Este tipo de publicaciones ha pasado por numerosas etapas de adaptación que parten del modelo impreso, enfrentándose a las necesidades de sus públicos y a las del propio medio para poder ofrecer una respuesta acertada.

Para algunos, existe cierta confusión en la diferenciación de las revista electrónicas de las revistas digitales. Es necesario tomar en cuenta que son iguales, lo que las diferencia es el medio de distribución. En este sentido, ambas son publicaciones que dependen de un Hardware y de un Software para ser consultadas; pero mientras las revistas electrónicas se distribuyen a través de medios electrónicos (cd's, correo electrónico, entre otros), las revistas digitales se encuentran alojadas en la red, es decir, están Online.

Cabe destacar que esta afirmación se hace tomando en cuenta la opinión de diversos autores consultados en cuanto al formato de presentación de este tipo de publicación, no obstante, no existe una discrepancia definida entre ambos términos.

### 2.4.1 Historia

Históricamente, hay quienes asocian la aparición de las revistas electrónicas hacia finales de los años noventa. Una de las primeras revistas en español publicada en la Web fue “La Guirnalda Polar” creada en 1996 y vigente hasta la fecha. En [www.netmag.com.mx](http://www.netmag.com.mx) se explica que esta revista junto a la Agencia de Noticias EFE, acuñó el término “Redvista” para dichas publicaciones.

Sin embargo, Ramos (1998) comenta que el crecimiento y desarrollo de las redes teleinformáticas, propició el desarrollo de estas publicaciones en la década de los ochenta. En 1976 el New Jersey Institute of Technology colocó en línea a “Chimo”, el primer prototipo de revista electrónica semanal. Posteriormente, en 1987 el proyecto Syracuse University Kellogg distribuyó de forma gratuita la primera revista arbitrada en línea conocida como New Horizons in Adult Education, que se mantuvo durante 17 años, publicándose dos o tres veces por año y que se podía consultar por correo electrónico, CD o Internet.

Luego, para 1990 se distribuye en línea otra publicación arbitrada: Postmodern Culture y en 1992 surge Online Journal of Current Clinical Trials, identificada como la primera revista de texto completo que se incluyó en un índice médico.

Por otra parte, De Pablos (2001) relaciona el surgimiento de las revistas electrónicas desde antes de la aparición de la World Wide Web (WWW) debido a que en el proceso de pre-impresión se utilizaban medios electrónicos. Tal y como también lo afirman Lafuente y Rosas (1998) al explicar que una publicación se puede considerar electrónica por el simple hecho de utilizar textos digitales que se crean sólo en el medio electrónico. O por el contrario, textos digitalizados que surgen en formato impreso y son convertidos a versiones electrónicas.

Lo que sí es cierto, es que este tipo de ediciones, en la mayoría de los casos, se basan en las publicaciones impresas. No obstante, la tecnología ha jugado un papel fundamental al posibilitar el uso de novedosos y atractivos diseños, así como de numerosas funciones que proporcionan una mayor interactividad con los usuarios/lectores. Indudablemente, esta opción desarrollada por la tecnología forma parte de un nuevo periodismo.

## 2.4.2 Concepto

Técnicamente, las revistas electrónicas no cuentan, hasta el momento, con una definición oficial. En este sentido, se suele utilizar el concepto de su predecesor impreso haciendo la salvedad que mientras una se produce en papel, la otra es netamente digital y se distribuye a través de Internet o formatos multimedia.

Un ezine es la contracción de electronic y magazine, o lo que es lo mismo: magazine electrónico; una revista electrónica. Tiene las características de una revista, pero en lugar de emplear el formato tradicional (papel), se emplea como medio de difusión un formato electrónico, ya sea como documento, que puede abrirse en una aplicación a tal efecto (Por ejemplo un archivo TXT, PDF o HTML, por lo general con enlaces para recorrerlo a modo de Hipertexto), o bien como un programa ejecutable para una plataforma específica. (Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Ezine>)

Sin embargo, recientemente se ha notado un interés por conceptualizarlas, como un intento para normar y formalizar este tipo de publicación. Casi todas las opiniones parecen coincidir que se trata de aplicaciones que poseen un alto potencial para la comunicación y el intercambio. Tal y como explica López (1999) “son el instrumento por excelencia para la recepción, consulta, producción y difusión de información de todo tipo” (p. 13).

Al parecer, anteriormente existieron algunos proyectos con el propósito de distribuir material a través de redes teleinformáticas. No obstante, la limitada tecnología existente para el momento, no permitió que se realizara la transferencia. Es en 1993, con la generalización del Internet y la aparición de la World Wide Web que

desaparece la barrera tecnológica. En función de esto, se empiezan a concebir las revistas electrónicas como:

El conjunto de artículos ordenados, formalizados, publicados bajo la responsabilidad de una institución bien comercial o de una sociedad de carácter científico-técnico; y distribuidos exclusivamente a través de redes electrónicas tales como Internet, haciendo uso de los servicios y valor añadido que aportan dichas redes. Quedan fuera del ámbito de esta definición tanto las versiones electrónicas de revistas impresas o las revistas electrónicas publicadas en soportes tales como el CD-ROM. (Auger, 1993, p.7)

En conclusión, existen múltiples versiones para definir las revistas electrónicas, que se diferencian sólo por tener una mayor o menor exhaustividad en su descripción. Lo que sí es cierto, es que todas las opiniones apuntan a manifestar que se tratan de novedosas y potenciales publicaciones que, en principio, constituyeron la respuesta electrónica a las numerosas revistas en papel; pero, actualmente, se perfilan como un medio netamente digital, sin ser una extrapolación.

### 2.4.3 Clasificación

Como es sabido, hasta el momento no existe un estudio completo acerca de las revistas electrónicas. Es por ello que la siguiente clasificación se establece de acuerdo a la revisión de varios autores. En este sentido podemos clasificarla de acuerdo a:

#### Formato de Presentación

Hitchcock, S. y Hall, W. (1996) identifican tres formatos de de publicaciones electrónicas:

- En línea: son las que se encuentran en la Web y que requieren de un navegador para ser consultadas.
- En red: son aquellas que sólo puede ser consultadas a través de computadoras conectadas a una red local.
- En CD-ROM: se refiere a las publicaciones que se distribuyen a través de un disco compacto.

#### Origen

- Revistas extrapoladas a formato electrónico: son aquellas que, en principio, se editan en papel y, posteriormente, se trasladan a formato digital. Ejemplo: la revista venezolana de variedades “Todo en Domingo” disponible en <http://impresodigital.el-nacional.com/todoendomingo/>
- Revistas electrónicas: son aquellas cuyo origen es únicamente electrónico. Ejemplo: la revista digital de teatro venezolana [www.dramateatro.com](http://www.dramateatro.com)

El ICSU Press, organismo derivado del Committee on Dissemination of Scientific Information ofrece una clasificación similar, agregando también las

- Revistas que tienen una versión impresa y otra electrónica y que ambas difieren entre sí. Ejemplo: la revista venezolana especializada en publicidad, mercadeo y negocios P&M [www.publicidadymercadeo.net](http://www.publicidadymercadeo.net)

#### Tipo de Acceso

Según la organización de los recursos electrónicos elaborada por la Dirección General de Bibliotecas de la Universidad Nacional Autónoma de México, se clasifican en:

- Revistas de acceso directo: son aquellas publicaciones electrónicas que se obtienen en Internet, buscándolas a través del título.
- Revistas de acceso indirecto: son las publicaciones que se consultan a través de una base de datos.

#### Presentación de la Información

Para Pérez (1998) de acuerdo a la forma en la que se presenta la información, se distinguen tres tipos:

- Completa: se presenta la publicación tal y como fue concebida editorialmente: texto completo, tablas, fórmulas e ilustraciones.
- Parcial: se presenta el contenido textual de la publicación sin gráficos, tablas, imágenes, etc.
- Resumida: se muestra una tabla de contenido de la publicación, con un resumen de cada artículo.

### Forma de Distribución

Para Sánchez, J. y Guerra, E. (2006) se diferencian de tipo:

- Comercial: son aquellas a través de las cuales se tiene acceso previo pago de una suscripción.
- No comercial: se distribuyen gratuitamente a través de la red, cuya única condición para acceder a su contenido es disponer de una conexión a Internet.

### Status Comercial

De acuerdo a Day (1998) se distinguen en:

- Revistas de I nivel: son publicaciones editadas por sociedades o asociaciones científicas reconocidas.
- Revistas de II nivel: son editadas por compañías privadas.
- Revistas de III nivel: editadas por instituciones públicas como universidades, instituciones educativas y organismos.

### Fecha de Publicación

Según el Institute for Scientific Information, uno de los criterios básicos para la clasificación es la periodicidad de los artículos:

- Revistas con periodicidad: son las que establecen una fecha para la publicación de sus artículos (mensual, trimestral, semestral, entre otras).
- Revistas sin periodicidad: son las que publican sus artículos sin establecer una fecha específica, sino conforme son elaborados.

#### **2.4.4 Características**

Como se ha explicado anteriormente, las funciones, elementos y características de las revistas digitales han derivado, principalmente, de las de formato impreso y posteriormente han sido adaptadas, actualizadas y mejoradas de acuerdo al medio electrónico.

Para Boyce (1996) las revistas electrónicas se caracterizan por:

- Contener tanto la síntesis como el texto completo de los artículos.
- Ofrece acceso a los artículos utilizando herramientas como HTML, lo que permite acceder fácilmente a la información.
- Generalmente, permite la impresión de los artículos a través del programa Adobe Portable Document Format (PDF)
- Es posible incluir enlaces a bases de datos del área o del tema específico.
- Facilita enlaces a las figuras, imágenes, sonidos y video que pudiesen contener los artículos.
- Pueden incorporarse enlaces a todas las referencias que existan de los artículos o temas tratados en los mismos.
- Incluye novedosos sistemas de búsqueda de la información.

### **2.4.5 Similitudes con las Publicaciones Impresas**

Existen características de las publicaciones tradicionalmente impresas, que son retomadas, adaptadas y, a veces, mejoradas en las revistas electrónicas. Entre ellas se encuentran:

- Ambas versiones constituyen un eficaz medio de difusión y comunicación. En la publicación electrónica se fortalece debido a que si se cuenta con una computadora conectada a Internet, se puede acceder en cualquier lugar y en cualquier momento.
- Tanto la versión impresa como la digital, cuentan con el International Standard Serial Number o Número Internacional Normalizado de Publicaciones Seriadas (ISSN).
- Pueden contar con un Comité o Consejo Editorial.
- Doble arbitraje que se amplía en el formato electrónico, debido a que el proceso de revisión se puede realizar también a través de Internet.
- Ambas establecen normas editoriales.
- Alto nivel de calidad científica en los contenidos. No obstante, existe la resistencia a creer que el medio electrónico tiene esta capacidad, lo cual se puede sopesar a través del arbitraje.
- En las dos versiones existe la frecuencia y continuidad de la publicación, tomando en cuenta que, en ocasiones, podrían presentarse problemas técnicos que dejen a la revista fuera de línea.
- La temática puede enfocarse a cualquier área.

- Pueden ofrecer servicio de suscripción o registro, facilitándose en el medio electrónico debido a que son automáticas e inmediatamente los datos ingresan a una base de datos.
- Pueden asociarse a una base de datos, lo que permite una consulta inmediata.

## 2.4.6 Elementos Editoriales

Además de las nombradas similitudes entre las revistas impresas y las revistas digitales, existe una estrecha relación entre los elementos editoriales que las conforman y que, necesariamente, deben estar presentes en ambas.

Para Boyce (1996) estos elementos son:

- La preparación del autor: el cual debe regirse por las normas que establece el comité editorial de la revista, ya sea para la difusión de la información ó, en algunos casos de publicaciones académicas, para la difusión de investigaciones
- Revisión del documento: el contenido de los artículos, su redacción, las tablas, gráficas figuras o imágenes que complementan la información, deben ser examinados detalladamente. Es por ello, que en las versiones electrónicas se mantiene el arbitraje.
- La edición tipográfica: es necesario contar no sólo con un diseño novedoso y visualmente legible de la información, sino también con un acceso viable a la misma.
- Bases de datos de los documentos electrónicos: es necesario contar con una base de datos que permita llevar un registro de los mismos.
- Producción y distribución: deben estar claramente definidas y responder a las necesidades específicas de los usuarios potenciales.
- Archivo: en las revistas impresas, las ediciones anteriores deben registrarse en línea, de manera que los usuarios puedan tener un fácil y rápido acceso a los artículos ya publicados.

### **2.4.7 Revista de Papel Vs. Revista Electrónica**

Del Moral, M. y González, M. (s.f) explican en lo que ellos denominan como “Formato textual vs. Formato hipertextual” que las nuevas tecnologías le proporcionan particularidades a las revistas electrónicas diferentes a las convencionales impresas. Caracterizadas, principalmente, por la espacialidad del entorno digital, la cual le ofrece al usuario la posibilidad de avanzar y retroceder a demanda, que evidencia plena libertad de navegación. De igual forma, la disposición de grandes cantidades de información, numerosos recursos de integración; así como novedosos y dinámicos diseños.

Entre algunas de las diferencias más destacables entre este tipo de revistas, encontramos:

- Mientras que en las revistas de papel las construcciones son lineales y determinadas por los autores, la revista electrónica presenta hiperenlaces que permiten vínculos que facilitan el acceso a documentos relacionados.
- En la publicación clásica existe una sucesión de números o volúmenes que ante un nuevo soporte queda obviado, mientras que en el formato electrónico el usuario/lector puede elegir libremente la secuencia de navegación.
- En la versión impresa el proceso de publicación es más lento. Por su parte, en la versión digital existe un rápido proceso tanto de implementación como de edición del contenido.
- En la forma convencional, el documento no puede someterse a nuevas revisiones. En cambio, la revista electrónica posee la virtud de modificar, ampliar y actualizar los artículos.

- En la revista impresa existe una limitación en cuanto a ilustraciones y fotografías. No obstante, la revista electrónica permite utilizar recursos audiovisuales que enriquecen el contenido, sin que esto incremente el costo.
- Las versiones tradicionales están dirigidas a un público específico y con un tiraje limitado. Por su parte, las versiones digitales cuando se distribuyen a través de la Web, están abiertas a todo el mundo. Asimismo, el costo de producción es mínimo y son de amplio acceso.
- En las publicaciones convencionales, la participación de los lectores es limitada, mientras que en las electrónicas interactúan a través de foros, debates, correos, entre otros.
- Finalmente, las revistas impresas se financian a través de suscripciones, venta directa y dependen, casi exclusivamente, de la publicidad. Por su parte la mayoría de las revistas electrónicas son gratuitas y puede que ofrezcan espacios publicitarios a través de banners, anuncios, entre otros; ó a través de intercambio de comercio electrónico.

## 2.4.8 Ventajas y Desventajas de las Revistas Académicas Electrónicas

Sin lugar a dudas, la aparición de Internet trajo consigo avances en cuanto a las publicaciones se refiere. Esta herramienta, permitió un evidente e importante desarrollo de las comunicaciones, hasta el punto de generar una nueva forma de periodismo. Sin embargo, también creó algunas dificultades vistas como desventajas de este tipo de medios.

A continuación se presenta un cuadro de la opinión de diversos autores, en cuanto a las ventajas y desventajas de las publicaciones académicas electrónicas:

<i>Autor</i>	<i>Ventajas</i>	<i>Desventajas</i>
Bergeron (1999)	Rapidez de publicación, riqueza potencial de los artículos (por incorporación de ilustraciones, sonido, animación, enlaces de hipertexto, etc.), uso de motores de búsqueda y reducción de costos de difusión.	Considerar que el costo de edición es mínimo. El idioma, al realizar la traducción, se requiere nuevamente editar el texto, de manera que el tener una publicación electrónica es tener que trabajar en dos revistas.
Bros (1999)	Comunicación académica instantánea con el hipertexto.	Presentación de los artículos en forma lineal.
Óbice (1996)	Incorporación de bases de datos, video, multimedia, imágenes, autopublicación y difusión.	Falta de estándares de calidad y necesidades académicas.
	Cobertura de información	Violación a la propiedad

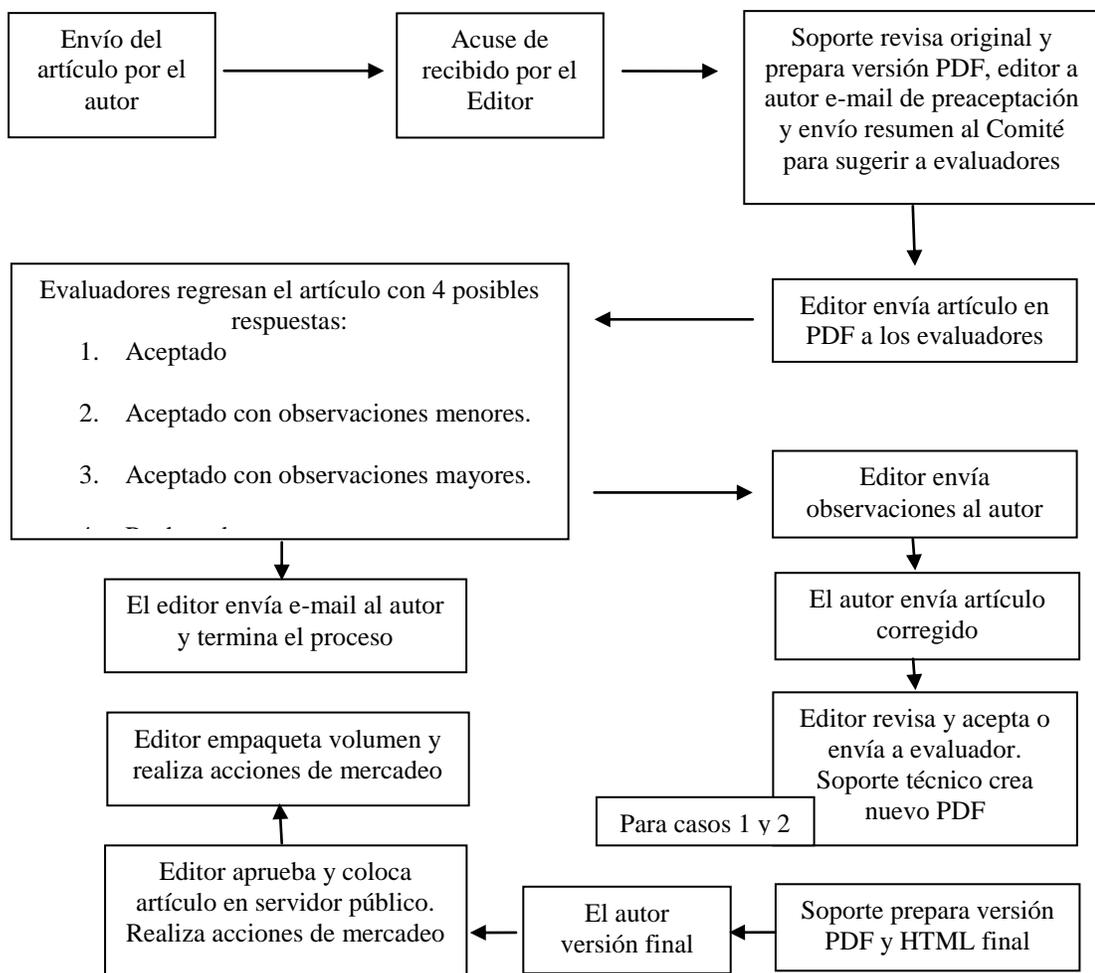
Chodorow (1998)	dentro del sistema académico.	intelectual, altos costos en el cambio de infraestructura.
Cetto (1999)	Rompimiento de esquemas preestablecidos; difusión sin fronteras; solución a problemas de distribución relacionados a horarios, distancias y hasta cuestiones meteorológicas.	Falta de normalización y criterios para su evaluación. Problemas de derechos de autor, credibilidad académica, determinación de costos y precios.
Davidson y Douglas (1998)	Transmisión fácil de información, uso de motores de búsqueda.	Distribución del material sin autorización, cambio de dirección sin previo aviso.
Fisher (1995)	Difusión apropiada de los artículos.	Falta de responsabilidad de las editoriales en los derechos de autor.
McCarthy (1998)	Respuesta en la revisión y publicación de artículos rápidas.	Uso de la información sin la notificación debida al autor, uso de la información sin citar la fuente (plagio); cambio de dirección Web sin notificación a los usuarios.
Reyna (2000)	Rapidez de publicación, alcance internacional, capacidad multimedia, reducción de costos, disponibilidad, capacidad de búsqueda, enlace a otros documentos, facilidad de actualización y	Impacto sobre aspectos de carácter técnico, legal y económico a todos aquellos que forman parte de la cadena de transmisión del conocimiento.

	retroalimentación.	
Rovalo (1998)	Oportunidad y rapidez en la difusión y distribución; inclusión de información tridimensional, sonido y video.	Necesidad de equipo indispensable; carencia de reglamentación; riesgo que la información sea modificada.
Rohe (1997)	Permitir a los académicos conectarse a otras partes del mundo. Capacidad de difusión y el uso de multimedia.	Elaboración y puesta en línea de revistas sin estudios de viabilidad, ausencia de la capacidad de hojear la revista, falta de un costo estandarizado en las suscripciones.
Peter (1999)	Diseminación mayor de la información.	Uso de la información sin la previa autorización de autor (plagio).
Torres (1999)	Reducción de costos, rapidez de producción, eficiencia y gran velocidad de propagación.	Problemas acerca de la propiedad intelectual; rompimiento de la tradición lectora de llevar consigo las publicaciones, marcarlas, hacerles anotaciones.
Varian (1998)	Bajos costos en la producción y distribución.	Uso de los artículos por los lectores sin incorporarla referencia correspondiente; falta de lectores.

*Tomado de López, M. y Cordero, G. (2005)*

## 2.4.9 Modelo Operativo

En 1999 la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica de Chile junto a la Universidad Católica de Valparaíso, propuso un esquema del sistema de operación de una revista electrónica. Esta propuesta surgió como un mecanismo de reconocimiento y legitimación de las publicaciones electrónicas.



Tomado de López, M. y Cordero, G. (2005)

En conclusión, las revistas electrónicas representan un avance en la comunicación. Existen ciertas limitaciones al momento de implementar este medio, en su mayoría, por la falta de una reglamentación y normalización para su producción. No obstante, son evidentes las numerosas ventajas que ofrece en su calidad de medio digital.

En consecuencia, tal y como ha sucedido con todos los medios existentes, al principio deben enfrentarse con una serie de inconvenientes que en el transcurso del tiempo serán superados y permitirán ofrecer una alternativa acertada a los usuarios, satisfaciendo sus necesidades y adaptándose tanto a las exigencias del entorno como a las del propio medio.

## **2.5 Publicaciones Académicas**

La comunicación en la academia, constituye una forma de periodismo institucional, mediante la cual se dan a conocer y se analizan todos los hechos de interés que ocurren dentro de la universidad. Explica Fernández (2005) que la universidad representa una empresa, por lo que a través del manejo de las comunicaciones en ese ámbito se aplican las herramientas del periodismo para crear cohesión entre los integrantes de esa organización.

En este sentido, los medios y publicaciones académicas representan importantes y valiosas herramientas al servicio de la comunidad universitaria y de la propia sociedad. Es por ello, que partiendo de la poderosa influencia que poseen los medios de comunicación en la forma de pensar y actuar de los seres humanos, se hace necesario su desarrollo en las universidades para ofrecer la posibilidad de educar, brindar una interpretación acertada de la realidad y orientar a la conformación de una sociedad donde prevalezcan los principios y valores.

En conclusión, la teoría sobre este tema es escasa. No obstante, se reconocen esfuerzos como el del Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (IESALC) de la UNESCO quienes en el año 2004 realizaron un estudio de la situación de los medios de comunicación universitarios de Centroamérica. Lo cierto, es que es necesario establecer políticas adecuadas y ofrecer apoyo institucional para el desarrollo de los medios académicos, los cuales contribuyen a la construcción del pensamiento crítico.

### **2.5.1 Tendencias Actuales**

En función de las entrevistas realizadas a los representantes de los medios de las universidades seleccionadas, se dedujeron las tendencias actuales en cuanto a publicaciones académicas en nuestro país, dando respuesta a uno de los objetivos específicos de este trabajo de grado. De igual forma, es necesario resaltar que los medios tomados en cuenta dependen directamente de alguna dirección o gerencia de la universidad, por lo que no se tomaron en cuenta los medios producidos por escuelas y/o facultades.

En cuanto a los medios impresos, de acuerdo a los resultados obtenidos, la mayoría de las universidades apuestan a la presentación de noticias, eventos e información de interés general para toda la comunidad. Hay quienes aún mantienen la figura del periódico como en el caso de la UCV con “Hora Universitaria” la UCAB con “El Ucabista”, la USB con “El Papel de la Bolívar” y la UC con “Tiempo Universitario”. No obstante, ha existido un interés por diseñar productos editoriales más económicos y prácticos, tanto para los usuarios como para quienes los producen. Tal es el caso de la realización de gacetas, boletines, entre otros; como el “Correo Ucevista” de la UCV, el “Ucabista al Día” de la UCAB, el “Samán Electrónico” de la UNIMET, entre otros.

En este sentido, la mayoría mantiene la tradición del papel e invierten considerable parte de su presupuesto en la producción de publicaciones de este tipo. Sin embargo, se nota un esfuerzo por diseñar publicaciones más sencillas, resumidas y atractivas para los lectores, con la finalidad no sólo de disminuir costos, sino de lograr captar la atención de sus públicos. En consecuencia, muchas están implementando los boletines que presentan informaciones de consumo rápido.

En cuanto a los medios audiovisuales, se observa falta de producción y difusión de materiales de este tipo a través de equipos e infraestructura propia, lo que hace que existan piezas audiovisuales, pero no en las cantidades demandadas por los públicos. Actualmente, la mayoría de las producciones se realizan de manera aficionada y son publicadas a través de herramientas como Youtube o redes sociales, en el mejor de los casos, se transmite algún programa radial o algún micro televisivo a través de algún otro medio que cede un su espacio. Por lo tanto, existe una dependencia en cuanto a la disposición y disponibilidad de los medios que ofrecen esta posibilidad a las casas de estudio.

En este caso, una de las soluciones más efectivas para compensar la falta de medios y material audiovisual propio en las universidades, es buscar apoyo en los recursos tecnológicos. Por medio de estos, se puede ofrecer una emisora radial por internet o un canal de TV digital, lo cual no representa una inversión tan significativa como su implementación tradicional que requiere de la construcción de estudios y adquisición de equipos especializados.

Por su parte, en relación a los medios digitales nos encontramos frente a un ámbito poco estructurado dentro de las comunicaciones académicas. Si se quiere, más por razones de desconocimiento en cuanto al diseño e implementación de medios electrónicos y/o digitales y, la errada creencia, de considerar que se requiere de un alto grado de especialización para producir publicaciones de este tipo. Asimismo, se requiere tomar más en cuenta las necesidades comunicacionales de los públicos, quienes cada vez demandan más medios sencillos, de amplio alcance y sin limitaciones espacio-temporales. En consecuencia, la llamada “Sociedad de la Información” apuesta a la tecnología y sus numerosos beneficios que les simplifican la vida.

Por lo tanto, es necesario unir esfuerzos para potenciar la creación de medios electrónicos y digitales en las casas de estudio. No sólo para difundir información científica y promover la investigación, como el común de medios universitarios de este tipo; sino crear productos de interés general y productos para públicos determinados pertenecientes a la comunidad universitaria, que ofrezcan informaciones actuales relacionadas con el acontecer de la academia; los cuales, sin duda alguna, se convertirán en los más consultados debido a las numerosas ventajas que traen consigo.

Finalmente, se puede afirmar que la comunicación ha logrado ganarse un espacio importante dentro de las prioridades de las universidades. Sin lugar a dudas, apuestan a la información y comunicación con sus diferentes públicos, por lo que han dedicado considerables cantidades de tiempo y dinero en ofrecer soluciones comunicacionales acertadas para sus usuarios.

## **2.6 Medios UCV**

Entre los años 1959 y 1963 la comunicación empieza a ganar terreno en la Universidad Central de Venezuela, gracias al esfuerzo del Rector Francisco Venanzi quien luchó para que las actividades de la universidad fuesen conocidas más allá de sus aulas. Es por ello que, para el momento, surge el Departamento de Información convirtiéndose en la voz oficial del alma mater.

Posteriormente, en 1972 el Rector de momento, Rafael José Nery, nombró a Germán Carías como Jefe de Prensa y es cuando el departameto empieza a laborar como periódico, con las organización, normas y políticas de una sala de prensa. Incluso, posteriormente Carías es suplantado por Manuel Isidro Molina quien contribuyó al establecimiento de fuentes informativas para cada reportero; así como también estableció guardias para los mismos.

No obstante, no es sino hasta principio de los años 80 que se crea el periódico Hora Univeristaria bajo la dirección de Horacio Vanegas. En consecuencia, esta publicación se convirtió en el medio oficial de la UCV y que continúa vigente, cercano a cumplir 29 años de labores ininterrumpidas.

Actualmente, dicho periódico se encuentra bajo el control de la Dirección de Información y Comunicación de la UCV, liderada por Maribel Dam, que junto con otros medios ofrece lo que ellos denominan “plataforma integral de comunicaciones”.

## 2.6.1 Productos UCV

La Dirección de Información y Comunicaciones de la Universidad Central de Venezuela, ofrece un sistema integrado de medios (en su mayoría impresos) que proyecta y promociona todas las actividades de la universidad, paralelo a otros medios sectorizados que son editados por alguna Escuela o Facultad como “Tierra de Nadie” producida por la Escuela de Comunicación Social, la cual no se encuentra operativa en estos momentos. Actualmente, los medios que dependen de esta dirección son:

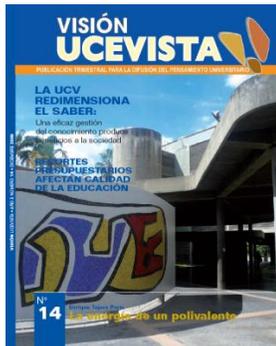
### Hora Universitaria



Es la voz oficial de la UCV. Publicación impresa mensual que actualmente posee 16 páginas a full color, con un tiraje promedio de 20.000 ejemplares. Está dirigido a toda la comunidad universitaria, así como también es distribuido a otras universidades, medios de comunicación social, instituciones y líderes de opinión ya que sus informaciones trascienden el ámbito universitario. De igual forma, presenta temas de investigación, análisis y debate que también se encuentran en la agenda comunicacional del país.



Publicación impresa semanal con 5 años de ediciones. Se encarga de difundir la cotidianidad de la universidad (actividades, eventos, encuentros, foros, seminarios, entre otros) y está dirigido tanto a profesores como a estudiantes. Actualmente cuenta con 8 páginas a full color y tiene un tiraje de 10.000 ejemplares. Su diseño de tabloide, presenta las informaciones tipo cápsulas, de manera que puedan ser consumidas rápidamente.



Publicación impresa en formato de revista, de circulación trimestral que aborda temas de interés nacional y universitario en profundidad. Está dirigida a profesores y especialistas. Actualmente se imprimen 2.500 ejemplares en papel glassé y a full color.

### Declaración del Núcleo de Vicerrectores Académicos

En relación al tema de los "Principios y conceptos sobre la calidad e innovación en la educación superior", el Presidente del Núcleo, José Roberto Bello, sostuvo la declaración de los vicerrectores académicos entre el 4 y 5 de marzo pasado.

Recordó que tales principios han sido resultado de una gran cantidad de congresos y encuentros que, en materia de educación superior, han resultado a nivel internacional e hispanoamericano, incluyendo el Congreso Iberoamericano 2002 y Conferencia Regional de la Educación Superior en América Latina y el Caribe 2002, entre otros.

En tal sentido, Bello explicó que también se tomó en cuenta la Declaración sobre la Transformación Universitaria en Venezuela del año 2000 emitida del Núcleo de Vicerrectores Académicos presidido en ese entonces por el ex Vicerrector Académico de la UCV, Ernesto González.

La Declaración del Núcleo de Vicerrectores de esta la respuesta institucional de las universidades a lo que continúa con el desarrollo social, cultural y económico de las personas; además se menciona el papel de la educación superior en la formación integral de las personas y ante los temas de sustentabilidad, innovación de la ciencia y tecnología, lo relativo al acceso a la educación superior.

Solo restó este último punto como fundamento, pues considero que tanto las universidades como el Estado deben atender de manera más expeditiva los problemas educativos que se surten de la siguiente manera:

Atender, entre los aspectos clave, los que existen en el mundo de la actual sociedad del conocimiento, como el manejo de nuevos paradigmas, educación basada en competencias, uso de tecnologías, el manejo de las nuevas tecnologías, investigación para la innovación y desarrollo científico y tecnológico, y la investigación e innovación en un contexto multi y transdisciplinario.

En la actualidad la Dirección de Información y Comunicación de la UCV, produce una columna que es publicada en un diario de circulación nacional (El Nacional) denominada Bases de Noticias de la Gestión Rectoral. Está dirigida al público externo y ofrece toda la información correspondiente a la situación administrativa de la UCV.



En casos puntuales, se realiza algún encarte temático una vez al año, cuya distribución se apoya en algún medio nacional para que circule en la región capital.



Tierra de Todos. Programa radial que se trasmite todos los días jueves a través de un espacio otorgado por Radio Nacional de Venezuela 790 AM, en el que se analizan temas de actualidad nacional e internacional por especialistas e investigadores. La locución se encuentra a cargo de Maribel Dam y Giovanni Daboin.

Vale destacar que la impresión de todas las publicaciones se realiza a través de una empresa externa, debido a que la imprenta de la universidad no reúne las condiciones para la producción. Asimismo, la distribución interna es realizada por un grupo de estudiante que lleva a cabo esta actividad desde hace aproximadamente diez años, la cual es remunerada.

Finalmente, nos encontramos frente a una dirección integral que apuesta a la comunicación y se esfuerza por mantener a sus públicos informados. No obstante, es necesario integrar a esta plataforma medios que no sólo ampliarán el alcance, sino que contribuirán a disminuir los costos; tales como los medios digitales.

## **2.6.2 Necesidades y Objetivos Comunicacionales de la UCV**

En la Dirección de Información y Comunicación de la UCV, están conscientes de sus limitaciones, así como de las necesidades que presentan actualmente en materia de medios informativos. Así lo expresaron Maribel Dam (Directora) y Humberto Luque (Subdirector) al asegurar que actualmente tienen dos puntos que son constantemente discutidos: la necesidad de acercarse más a la comunidad estudiantil y la implementación de medios digitales.

Para ellos, los medios que se ofertan a pesar de incluir a toda la comunidad universitaria y de resultar de interés estudiantil, creen necesario diseñar medios exclusivos para los estudiantes con características atractivas para ellos. Asimismo, consideran que no tienen la intención de quedarse atrás en cuanto a la tecnología, no obstante, explican que tienen un déficit de personal que pueda trabajar en la creación y mantenimiento de medios electrónicos. Curiosamente, a pesar de manejar herramientas como la página Web y acercarse a la utilización de redes sociales como Twitter, existe una resistencia a asumir y aventurarse al diseño de material digital.

Finalmente, a pesar de lo anteriormente expuesto, en la Dirección están abiertos a continuar trabajando para rectificar estas fallas, considerándolo como grandes objetivos estratégicos en el corto y mediano plazo. En este sentido, la implementación de la revista @Venciendo Sombras constituiría un valioso aporte para el logro de dichos objetivos.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÒGICO**

#### **3.1 Nivel y Diseño de la Investigación**

Esta investigación, tiene como objetivo principal diseñar y desarrollar la revista electrónica @Venciendo Sombras como un medio informativo alternativo para la Universidad Central de Venezuela como respuesta a las necesidades comunicacionales de sus diferentes públicos.

En este sentido, esta investigación tiene un nivel exploratorio, ya que como explica Arias (1999), se basa sobre un tema poco conocido o estudiado. Por lo tanto, se conoce sólo un intento de implementar una publicación electrónica informativa para la UCV que fue presentada como trabajo de grado por Castro y Lucena en el año 2001, no obstante, no ofrecía una estructura de revista. En consecuencia, esta investigación representa un estudio novedoso que permitirá el desarrollo de una herramienta que, al ser implementada, llenará las expectativas de sus públicos.

De igual forma, podría considerarse de nivel explicativo partiendo del establecimiento de una relación causa-efecto, por lo que se considera como una hipótesis que al existir una demanda de información por parte de quienes hacen vida en la universidad, es necesario el diseño de medios alternativos. En este aspecto, se toman en consideración factores como que la mayoría de las publicaciones informativas de la universidad son impresas.

Por su parte, está diseñada de manera documental, pues en su carácter de monografía la mayor parte de la obtención de datos, se basa en materiales y documentos bibliográficos. Asimismo, se recolectarán datos directos de la realidad que permitirán llevar a cabo el proyecto @Venciendo Sombras.

### **3.2 Población y Muestra**

Tomando en cuenta que la población representa el todo, en nuestro caso, referido a las universidades nacionales que poseen medios de comunicación dependientes de una dirección específica; se tomará una muestra que, como explica Sabino 2002, es “una parte del todo y que sirve para representarlo” (p.83).

En este caso se tomaron intencionalmente cuatro (04) universidades del Distrito Capital y tres (03) universidades del interior del país, que poseen medios de comunicación oficiales dependientes de alguna dirección, gerencia, departamento, entre otras; considerando que la totalidad tiene un valor distinto a 0 y a 1 como expone Arias (1999). Cabe destacar que la selección se realizó de forma intencional basada en los factores mencionados anteriormente.

Por lo tanto, para esta investigación se tomó como muestra:

Distrito Capital:

- Universidad Central de Venezuela
- Universidad Católica Andrés Bello
- Universidad Simón Bolívar
- Universidad Metropolitana

Regionales:

- Universidad Rafael Bellosso Chacín
- Universidad de Los Andes
- Universidad de Carabobo

### **3.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

La técnica para la recolección de datos será la entrevista, ya que por medio de ésta es posible obtener una interpretación más cercana y acertada a la realidad, según la percepción de distintos especialistas relacionados con el tema de estudio. Este instrumento integral permite recolectar no sólo las opiniones de los actores, sino todas aquellas manifestaciones no verbales que pudiesen darse durante la entrevista.

#### **3.3.1 Entrevista**

Numerosos autores definen la entrevista como una técnica de recolección de datos usada con frecuencia en investigaciones de índole social, recogiendo testimonios de especialistas o actores de un tema particular a través de preguntas previamente elaboradas. Sabino (2002) lo define como “una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación” (p. 106).

Las entrevistas realizadas para sustentar la información de esta investigación, se realizaron a:

- Lic. Maribel Dam Directora de la Dirección de Información y Comunicaciones UCV / Lic. Humberto Luque Sub-Director de la Dirección de Información y Comunicaciones UCV.
- Lic. María Fernanda Mujica Directora de la Dirección de Prensa de la UCAB.
- Lic. Gabriela Zabatti Directora de Prensa, Cooperación y Relaciones Interinstitucionales de la USB.
- Lic. Gladys Vázquez Gerente de Mercadeo de la UNIMET.
- Lic. Adebis Franco Coordinadora de Información Impresa URBE

- Lic. Mary Méndez Sub-Directora de Medios UC
- Lic. Luís de San Martín Director de Medios ULA

La entrevista aplicada fue de tipo semi-estructurada e individual, cuyas preguntas respondían a un orden, pero tomando en cuenta la posibilidad de cambiar dicho orden o incluir preguntas complementarias dependiendo de las respuestas del entrevistado. Se realizaron preguntas abiertas, con la finalidad de estimular respuestas personales.

El criterio de selección de los entrevistados responde a la muestra tomada, considerando los factores descritos anteriormente. Es decir, que estén vinculados a los medios de comunicación de las universidades seleccionadas; en este caso, las entrevistas fueron concedidas directamente por sus representantes. En este sentido, la opinión de estos especialistas permitirá la creación de una herramienta capaz de satisfacer las necesidades de sus públicos estrechamente relacionados con la academia.

### **3.3.2 Modelo de Entrevista:**

- 1. ¿Cuáles son los medios de comunicación impresos que posee la universidad y a quiénes están dirigidos?**

Esta pregunta se realiza con la finalidad de conocer cuáles son los medios impresos que se distribuyen en la universidad y a quiénes se dirigen.

- 2. ¿Cuál es la periodicidad y tiraje de cada uno de ellos?**

Se formula con la intención de ampliar la respuesta anterior y obtener una ficha técnica de cada medio.

- 3. ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de impresión y distribución de cada uno de ellos?**

De igual forma, pretende obtener toda la información relacionada a este tipo de medios, cuyos elementos a considerar son extensos.

- 4. ¿Poseen medios audiovisuales? En los casos de respuesta afirmativa se preguntó ¿poseen una red interna o difunden apoyándose en otros medios?**

Esta interrogante busca conocer si la universidad cuenta con medios audiovisuales internos como radio o TV. Asimismo, si poseen algún espacio dentro de un canal o emisora local.

**5. ¿Poseen medios digitales? ¿A quiénes están dirigidos? ¿son Online o se distribuyen electrónicamente?**

Esta pregunta pretende determinar si la universidad cuenta con algún medio electrónico y/o digital y, de ser positiva, cómo realizan la difusión.

**6. Según los resultados obtenidos ¿Cuál es el medio que tiene más alcance?**

La finalidad de esta pregunta es conocer cuál es el medio informativo que ha sido más efectivo de acuerdo a su alcance.

**7. En su opinión ¿Cuál es la importancia que tienen los medios en la academia?**

Esta interrogante se realiza con el objetivo de conocer la opinión y los juicios del entrevistado con respecto a la importancia de los medios de comunicación en las universidades.

**8. Tomando en cuenta que actualmente vivimos en una era en la que lo digital está marcando la pauta ¿Cree usted que el papel desaparecerá?**

Finalmente, esta pregunta busca que el entrevistado realice una comparación entre los medios digitales y convencionales. De igual forma, saber si existe o no una resistencia hacia las tendencias digitales.

Vale destacar que las preguntas con más de una interrogante, se realizaban en la medida en la que el entrevistado respondía. De igual forma, es necesario aclarar que con las entrevistas se busca dar respuesta al objetivo específico referido a las tendencias actuales en cuanto a publicaciones académicas en Venezuela.

De igual forma, la entrevista realizada a la Lic. Maribel Dam y al Lic. Humberto Luque integrantes de la Dirección de Información y Comunicaciones de la UCV, incluyó otras preguntas para determinar las necesidades y objetivos comunicacionales de la Universidad Central de Venezuela, objetivos específicos de esta investigación.

### **3.3.3 Análisis Documental**

Para Arias (1999), el análisis documental está referido al estudio y descripción de los elementos que componen un documento. En este sentido, esta investigación se valió de la documentación bibliográfica y su respectivo análisis para dar respuesta a cada uno de los objetivos planteados.

### **3.4 Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos**

Para llevar a cabo esta investigación de carácter documental presentado en una monografía, se obtuvo información a través de numerosos materiales como libros, revistas, páginas Web, entre otros. De esta manera, se realizó una selección del contenido a consultar tomando en cuenta su relación con el tema y aplicando ciertas técnicas de procesamiento y análisis que se detallan a continuación.

#### **3.4.1 Deducción**

Explica Sabino (2002) que esta técnica de inferencia permite elaborar conclusiones con respecto a un principio o supuesto, de modo que pueden ser consideradas como válidas si dicho principio también lo es. Se puso en práctica para definir las tendencias en cuanto a publicaciones académicas, ya que actualmente existe muy poco material bibliográfico y electrónico al respecto. En este sentido, se definieron dichas tendencias en función de los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas.

#### **3.4.2 Análisis**

El análisis se realiza con la finalidad de resumir todas las observaciones, para dar respuesta a las interrogantes de la investigación. Esta técnica permitió identificar las tendencias actuales en cuanto a publicaciones académicas. De igual forma, sirvió para definir las necesidades y objetivos comunicacionales de la Universidad Central de Venezuela.

### **3.4.3 Síntesis**

Sabino (2002) lo define como el resultado que engloba todas las apreciaciones tomadas en cuenta a lo largo de la investigación. En este caso, la síntesis contribuyó a estructurar el marco teórico debido a que se consultaron numerosos autores y materiales.

### **3.5 Resultados**

Las entrevistas fueron realizadas a los representantes de los medios de comunicación de cuatro (04) universidades de la Capital y tres (03) universidades regionales, los cuales dependen de alguna dirección, gerencia o departamento.

A continuación se presentan los resultados generales, obtenidos de la aplicación de las preguntas que integraron la entrevista descrita anteriormente. Como se explicó, se trata de una investigación cualitativa, por lo que dichos resultados serán presentados de esta manera.

#### **1. ¿Cuáles son los medios de comunicación impresos que posee la universidad y a quiénes están dirigidos?**

Con esta pregunta, se pudo constatar que todas las casas de estudios seleccionadas en la muestra cuentan con medios impresos, en algunos casos, muy arraigados a la historia de la universidad. Sin embargo, mientras algunas mantienen el formato de periódico, otras optan por ofrecer soluciones informativas más novedosas como boletines o gacetas.

#### **2. ¿Cuál es la periodicidad y tiraje de cada uno de ellos?**

En la mayoría de los casos estudiados, para los diarios predomina la periodicidad mensual y para los boletines y gacetas semanal. Con ello, se pudo comprobar que existe un interés de apostar a la información y gran parte de los recursos se destina para ello.

### **3. ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de impresión y distribución de cada uno de ellos?**

En ninguna de las universidades consultadas existe imprenta, salvo en el caso de la Universidad Central de Venezuela la cual actualmente no se encuentra operativa. En consecuencia, realizan las impresiones de forma externa, lo que incrementa considerablemente los costos; por lo que en algunos casos han tenido que reducir el tiraje, reducir el uso de color y cambiar a algún tipo de papel más económico, tal y como sucedió con el periódico de la Universidad Metropolitana “Buenas Notas” que al principio se ofrecía en papel glassé y luego, por los elevados costos que producía, se cambió a papel bond. En cuanto a la distribución interna, la mayoría se apoya con la participación de la comunidad universitaria para hacer circular las publicaciones.

### **4. ¿Poseen medios audiovisuales? En los casos de respuesta afirmativa se preguntó ¿poseen una red interna o difunden apoyándose en otros medios?**

De las universidades consultadas, actualmente sólo cuatro (04) realizan la producción de material audiovisual La UCV, La UCAB, La Metropolitana y la URBE. Por su parte, la UCV posee red interna de sonido y la USB cuenta con el Parque Tecnológico de Sartenejas y Artevisión; en los otros casos el material se difunde a través de su publicación en páginas de amplio alcance como Youtube o, en los casos de programas radiales, disfrutan de algún espacio concebido por alguna emisora. Particularmente, con esta pregunta se pudo constatar que a pesar de buscar apoyo para la difusión de material audiovisual en medios digitales como Youtube o redes sociales, es necesario retomar la producción de piezas de este tipo con medios propios, no obstante, sin duda representa una gran inversión en equipos especializados que, actualmente, la mayoría de las universidades (privadas o públicas) no pueden asumir.

**5. ¿Poseen medios digitales? ¿A quiénes están dirigidos? ¿Son Online o se distribuyen electrónicamente?**

Las universidades reconocen el valor y las ventajas que ofrece la tecnología hoy en día y existe un interés general por no quedarse atrás, en cuanto a la comunicación digital. De las consultadas, algunas como la USB se han aventurado a probar medios digitales como revistas, boletines, entre otros. De igual forma, se apoyan con herramientas como las redes sociales. Sin embargo, nos encontramos con dos casos antagónicos: por su parte la URBE le apuesta totalmente a lo digital, poseen revistas como “Último Timbre”, radio digital, tv digital, servicios como envíos masivos de SMS y Correos Electrónicos a bases de datos minuciosamente estructuradas, entre otros. Por otra parte, nos encontramos con la UCV que se mantiene en la cultura de papel con algunos intentos (muchos fallidos) de implementar la tecnología, donde sus representantes aseguran que se trata de un tema de falta de infraestructura y recurso humano para desarrollar medios digitales. No obstante, pudimos observar que existe una actitud conservadora y arraigada por los medios impresos, donde se asumen las virtudes tecnológicas pero con una interesante resistencia a emprenderlas.

**6. Según los resultados obtenidos ¿Cuál es el medio que tiene más alcance?**

Para todas las universidades consultadas, el medio con más alcance es el que ofrece noticias y eventos relacionados con la academia, así como información de interés general para toda la comunidad universitaria. Por lo tanto, lo constituyen los medios impresos como periódicos y boletines dirigidos tanto a estudiantes, como docente y personal administrativo. Salvo el caso de URBE, donde la Lic. Franco aseguró que las revistas y los boletines son los más efectivos pues incluyen a toda la comunidad y puede ser consultados ampliamente en la Web.

**7. En su opinión ¿Cuál es la importancia que tienen los medios en la academia?**

Para todos los entrevistados, los medios de comunicación en las universidades constituyen no sólo la oportunidad de informar acerca del acontecer universitario, sino que contribuye a la construcción del pensamiento crítico, ya que son independientes y no responden a intereses particulares. Asimismo, constituyen un aporte a la sociedad, para, a su vez, integrar la academia a la misma y no trabajar paralelamente como entes aislados.

**8. Tomando en cuenta que actualmente vivimos en una era en la que lo digital está marcando la pauta ¿cree usted que el papel desaparecerá?**

En esta pregunta la respuesta fue unánime, ya que todos los entrevistados aseguraron que en su opinión los medios impresos no desaparecerán, ya que todos se complementan entre sí. Muchos hicieron alusión a que para el momento de la invención de la radio y la tv se decía lo mismo y, actualmente, todos coexisten. Asimismo, algunos aseguraron que independientemente de los avances, el papel es el predilecto de los usuarios, ya que esa capacidad de palparlo y llevarlo a todos lados adquiere importancia en la elección.

En conclusión, las entrevistas no sólo contribuyeron al conocimiento e información técnica de los medios que manejan cada una de las universidades, sino que sirvieron para determinar la situación actual y el manejo de las comunicaciones en el ámbito académico; así como la tendencia actual en el desarrollo de los productos y servicios de comunicación que ofrecen.

Asimismo, se comprobó que la muestra elegida fue equilibrada, ya que las diferentes perspectivas con las que manejan la comunicación las universidades seleccionadas, permiten tener una visión general de la situación, a la vez que se traducen en aportes de acuerdo al manejo y experiencia de cada una.

En este sentido, también se determinó que este trabajo de grado que propone el diseño y creación de una revista electrónica, contribuye a la ampliación de la visión y perspectiva actual de dichas universidades en cuanto a los medios académicos, ofreciendo la posibilidad de implementar un medio electrónico y/o digital bajo una estructura sencilla y rentable.

## **CAPÍTULO IV**

### **@VENCIENTO SOMBRAS**

#### **4.1 Propuesta**

En la actualidad, los medios de comunicación tradicionales han pasado de dar información general a ofrecer información especializada que cubra las necesidades de un público específico. Esta tendencia también ha influenciado a los medios electrónicos, con la ventaja que estos le añaden interactividad, así como algunos casos en los que se democratiza la información al colocar al usuario no sólo como consumidor, sino también como productor de la información. En consecuencia, Internet ofrece la posibilidad de obtener información de primera mano y en tiempo real, sin límites espacio-temporales.

En este sentido, se considera importante la creación de una revista electrónica como un recurso novedoso, interactivo, de fácil difusión y que reduce considerablemente los costos de producción. De igual forma, representa un importante paso dentro del manejo de las comunicaciones en este ámbito y constituye una efectiva estrategia para el manejo de la información en este nivel.

## **4.2 Qué es @Venciendo Sombras**

Es una revista electrónica independiente, que ofrece informaciones del acontecer ucevista. Nace de la necesidad de divulgar las noticias y temas de interés tanto nacional como universitario. Se presenta como una alternativa informativa, entre los diversos medios que existen en la universidad, en su mayoría impresos.

**@Venciendo Sombras** es un producto creado por y para ucevistas, plenamente convencidos que la Universidad Central de Venezuela es y será siempre “La Casa que Vence las Sombras”.

### 4.3 Planificación

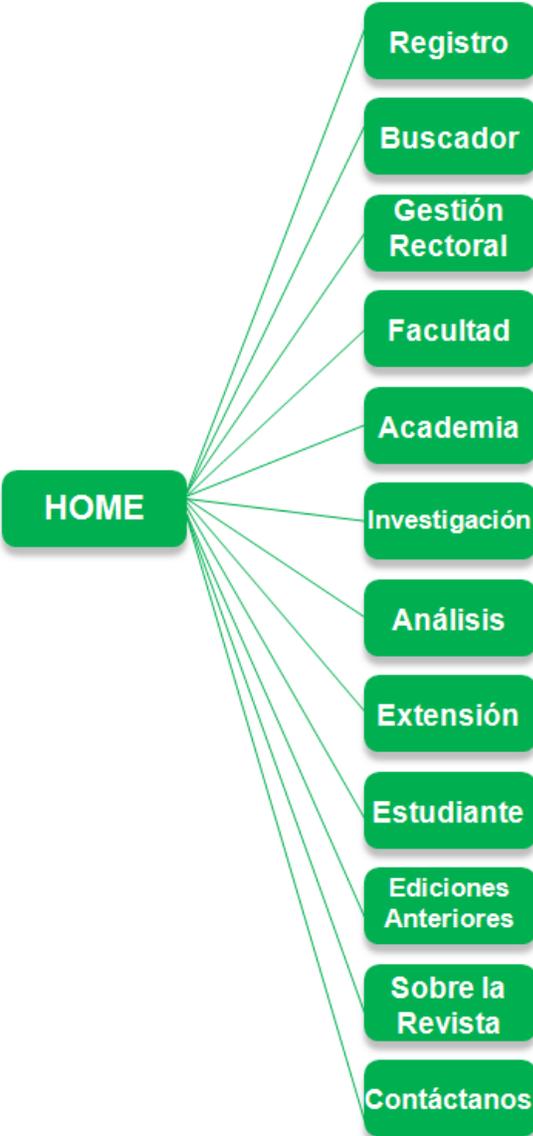
Al diseñar una página o sitio Web, es necesario tomar en cuenta y definir diversos factores durante el proceso de planificación como:

- Medio: el medio utilizado es Internet. De igual forma, gracias a los avances tecnológicos, el usuario puede acceder a través de numerosos equipos como computadora, teléfono móvil, televisión, entre otros; sin que ello incida en el contenido del site.
- Población cubierta: dado el tipo de medio y el alcance que tiene, no existe limitación en cuanto a la cobertura geográfica, puesto que llega a todo el mundo.
- Público: el público potencial estaría conformado, en primer lugar, por estudiantes, egresados, docentes, personal administrativo y obrero de la Universidad Central de Venezuela. Asimismo, existen investigadores y personas, en general, interesadas en conocer el acontecer de las principales universidades de cada país como la UCV.
- Distribución: tomando en cuenta la naturaleza de este medio, la distribución se realiza a través de la Web, por lo que es necesario contar con una conexión a Internet.
- Soportes: anteriormente, sólo se podía acceder a internet a través de computadoras. Sin embargo, gracias a los avances, actualmente es posible conectarse por medio de laptops, celulares, televisores, consolas de video juego, entre otros.
- Multimodalidad del medio: la estructura está constituida por diferentes ventanas y secciones. A su vez, la pantalla está conformada por diversos elementos como: noticias, imágenes, comentarios o foro, aplicaciones, entre otros.

- Interactividad del medio: existen diversos elementos a través de los cuales los usuarios pueden interactuar con el medio como los comentarios de las noticias, la posibilidad de compartirlas, imprimirlas, el formulario de contacto entre otros. Asimismo, es posible agregarle aplicaciones para compartir la información en las redes sociales.
- Programación: para lograr un diseño dinámico, fue necesario programar los distintos medios que conforman la revista: textos, imágenes, foro, aplicaciones y otros.
- Comercialización: en principio, el medio sería publicitado internamente a través del apoyo de otros medios presentes en la universidad. Sin embargo, al implementarlo a futuro, se podría pensar en promover marcas comerciales que no sólo permitirán obtener ganancias para mantener la revista, sino que ampliarán el alcance de la misma. De igual forma, también se considera que el medio se promociona a sí mismo por estar abierto al público.

### 4.4 Mapa del Sitio

El siguiente gráfico, muestra la estructura de los espacios que posee la revista y la manera como estarán dispuestos. Una vez definido cada uno de dichos espacios, se realizaron los diseños digitales creando las diferentes pantallas que conforman el site.



## 4.5 Identificación

Todo autor necesita identificarse, como punto de partida para presentarse y darse a conocer. De hecho, el propio ser humano se diferencia de los demás por tener un nombre que lo identifica, lo mismo pasa con las organizaciones las cuales lo hacen a través de la marca. De esta forma, se determina la identidad personal y corporativa. En consecuencia, sin la existencia de un nombre que permita el reconocimiento de nuestra revista, se dificulta crear la identificación y la relación entre el medio y las personas interesadas en él.

Como explica Costa (2007) la identidad corporativa está referida a “el sistema de signos visuales que tienen por objeto facilitar el reconocimiento de una empresa u organización de las demás”( p.58) . Esto depende de varios elementos:

- Lingüísticos que representan el nombre de la empresa.
- Icónicos referidos a la marca gráfica o logotipo.
- Cromáticos referido al color o colores que adopta la empresa como distintivo.

Para establecer un verdadero vínculo entre quienes serán los usuarios de @Venciendo Sombras y la revista, se elaboró un logotipo que sirviera de imagen y permitiera su identificación.

#### 4.5.1 Logotipo



A través de una extensa búsqueda y tomando en cuenta el significado de cada uno, fueron elegidos los colores que conformarán la imagen de la revista: verde, negro y gris.

El color verde, está compuesto por un color cálido: amarillo y por un color frío: azul. Evoca a la naturaleza y transmite honor, salud, tranquilidad, quietud, paz, seguridad esperanza y vitalidad. Al mismo tiempo que libera el espíritu y equilibra las sensaciones.

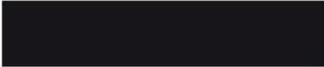
Por otra parte, el negro simboliza el silencio y representa seriedad, elegancia, fuerza, sofisticación, nobleza y poder; de igual forma, tiene la virtud de realzar cualquier color. Finalmente, el gris siendo un color neutro resultado de la transición entre el blanco y el negro. Es una fusión de alegrías y penas que puede simbolizar frialdad pero también brillantez, lujo y elegancia.

Colores seleccionados con sus respectivas propiedades dentro de la gama

RGB:

	<b>R</b>	0
	<b>G</b>	144
	<b>B</b>	54
	<b>R</b>	26
	<b>G</b>	23
	<b>B</b>	27
	<b>R</b>	74
	<b>G</b>	83
	<b>B</b>	88
	<b>R</b>	156
	<b>G</b>	154
	<b>B</b>	147

Colores seleccionados con su respectivo número de PANTONE

	Pantone 362
	Pantone 426
	Pantone 445
	Pantone 415

Como se explicó anteriormente, uno de los elementos más importantes a considerar en el diseño Web es la tipografía. En este caso, la letra utilizada para la elaboración del logotipo fue Myriad Pro que posee la legibilidad, calidez y comodidad propias de las tipografías sans serif, pero combinadas con sutiles formas geométricas. Asimismo, a la palabra **Venciendo** se le agregó Bold+Italic (negrita y cursiva) para resaltarla aún más, mientras que la palabra **Sombras** posee sólo el modo Bold.

***Myriad Pro Bold Italic***

**Myriad Pro Bold**

Vale destacar que el logotipo posee dos elementos importantes, que buscan guiar al usuario: el símbolo de la arroba @ cuyo uso más conocido es en la informática, por lo que las personas lo relacionan automáticamente con Internet. Por otra parte, el emblemático reloj que se encuentra en el rectorado de la Universidad Central de Venezuela, donde toda persona que conoce la universidad rápidamente lo asocia con dicha casa de estudios.

## 4.6 Diseño Gráfico Digital

La revista electrónica se desarrolló bajo una estructura sencilla, que concentrara las noticias de cada edición y permite una rápida ubicación del usuario dentro de la misma. El diseño se realizó en función de las tendencias actuales en cuanto este tipo de medios, donde la especialización y la sencillez juegan un papel fundamental.

En este sentido se utilizó una forma convencional, agregando elementos modernos como la horizontalidad de la pantalla que evita el uso de scroll en la misma, por lo que si se desea subir o bajar para explorar el contenido, el botón de desplazamiento se colocó de forma interna, es decir, dentro de cada texto. Asimismo, se utilizaron aplicaciones que agregan interactividad al sitio y que serán descritas más adelante.

La pantalla principal, mejor conocida como home o index, abre con nuestra marca gráfica o logotipo y, dado que leemos de izquierda a derecha, inmediatamente se encuentra la posibilidad de conectarse para quienes están suscritos, de lo contrario, también se encuentra el botón de registro. Vale destacar que suscribirse a la revista ofrece beneficios que aumentan la interacción con el medio como: la posibilidad de comentar las noticias, compartirlas, imprimirlas, entre otros.

Por otra parte, se encuentra el buscador ubicado en la parte superior, debido a que es una herramienta muy utilizada por los usuarios actualmente. Este buscador permitiría colocar palabras claves que direccionarían hacia noticias que tuvieran dicha palabra en su contenido, de igual forma, mostraría resultados encontrados en la red, por lo que estaría vinculado a una base de datos.

Posteriormente, se muestra un cuadro con los titulares más resaltante de la edición que se presenta, los cuales, a su vez, poseen el hipervínculo que direcciona a cada

noticia. Asimismo, en el lado izquierdo se dispuso el menú en forma de acordeón que contiene las secciones de la revista y sus respectivas informaciones, así como el botón para acceder a las ediciones anteriores.

Debajo del menú se dispuso un espacio para colocar información de interés, en este caso, se colocó el logotipo de la UCV que sirve de link a la página Web de la universidad y el logotipo de la Escuela de Comunicación Social de la UCV que también sirve de link a la página, pero no pudo ser programado debido a que, para el momento, no se encontraba online. Adicionalmente, en la parte inferior del home se colocó la información corporativa, el mapa del sitio y la información de contacto.

Por su parte, al ingresar a cada noticia, las personas que se encuentren registradas en @Venciendo Sombras tendrán la posibilidad de compartirla por correo electrónico, imprimirla o comentarla. De igual forma, en un futuro podrían incluirse aplicaciones para compartir la información con redes sociales como Facebook y Twitter.

## 4.7 Color

Los tonos utilizados para la revista fueron, básicamente, los mismos que se implementaron en el logotipo: verde y gris. En algunos casos, el color verde se considera frío, sin embargo, depende de la tonalidad que se utilice puesto que el verde RGB puro (lima) es considerado un color cálido. Lo cierto es que hay quienes consideran que es mejor definirlo como un color templado, debido a que se encuentra en la mitad del espectro solar.

Partiendo de este principio, el verde fue combinado con el gris para destacar aún más el diseño. Explica Wong (1999) que, incluso, la mezcla de colores cálidos y fríos incide sobre la sensación espacial, debido a que los primeros producen cercanía y los fríos causan la sensación contraria, de lejanía.

Por otra parte, se utilizó el color blanco de fondo, que no sólo representa pureza, refinamiento y calma; sino que su utilización en la Web facilita ampliamente la lectura. Asimismo, aparte de los atributos del verde mencionados anteriormente, se decidió usar este color debido a su vinculación con la naturaleza y la ecología. En consecuencia, como se ha explicado, una de las ventajas de implementar este medio electrónico será no tener la necesidad de imprimir, lo que no sólo contribuye a disminuir los costos, sino que constituye un valioso aporte al medio ambiente.



## 4.8 Tipografía

La tipografía utilizada en @Venciendo Sombras fue Arial, fuente que permite una lectura cómoda sin cansar la vista. Este tipo de letra conocida como sans serif o palo seco, es la más recomendada para trabajar en la Web debido a que en la pantalla tiene un acabado más limpio.

En Wikipedia se explica, que a pesar de ser prácticamente igual a la helvética en proporción, el diseño de Arial fue especialmente concebido para utilizarse en computadoras, incluso, más que en el papel. Asimismo, se aprecian cambios en la forma y el espacio, con la finalidad de adaptarla a diferentes resoluciones de manera que pueda verse en varios tipos de pantalla.

Helvética Arial Sans Serif (Helvética)

Helvética Arial Sans Serif (Arial)

Helvética Arial Sans Serif (Sans Serif)

La elección de esta tipografía responde, entre otras cosas, a que es una fuente común tanto para MAC como para PC, por lo que puede ser visualizada en cualquier computadora.

#### **4.9 Dominio y Hospedaje**

Luego de diseñar una página o sitio Web, lo ideal es que se coloque en funcionamiento a través de Internet. Para ello es necesario definir un dominio, que no es más que el nombre que se le asignará y que también es conocido como URL (Uniform Resource Locator). En consecuencia, este nombre será la identificación, lo que la diferenciará de las demás y la forma de acceder al site. De definirse un dominio para nuestra revista, se utilizaría [www.venciendosombras.com](http://www.venciendosombras.com) de estar disponible en la red.

Por otra parte, se encuentra el hospedaje referido al espacio que ocupa el sitio Web dentro de un servidor. En este caso, por el momento la revista no se encuentra alojada en Internet, es decir, no se encuentra online debido a que es un proyecto, una propuesta. En este sentido, si a futuro se desea implementar este medio, es necesario realizar todo los trámites necesarios para alojarla en la red.

## @Venciendo Sombras

- Intro (Flash)



El intro es la bienvenida al site. En el caso @Venciendo Sombras, es una animación de aproximadamente 3 segundos. El usuario tiene la posibilidad de omitirla e ingresar directamente a la revista.

Simula un lugar donde va apareciendo un sol que acaba con la oscuridad y, posteriormente, finaliza con el logotipo.

- Index

The screenshot shows the homepage of the website @Venciendo Sombras for August 2010. At the top left is the logo "@Venciendo Sombras" with a globe icon. To the right are login fields for "Usuario" and "Contraseña", a "Registrarme" link, and an "Ingresar" button. Below the login fields is a search bar with the text "Buscar" and a magnifying glass icon. The main content area is titled "Titulares" and features a vertical navigation menu on the left with categories: "Gestión Rectoral", "Facultad", "Academia", "Investigación", "Análisis", "Extensión", "Estudiante", and "Ediciones Anteriores". The main content area displays four featured articles with images and titles: 1. "Rectora replicó acusaciones del Ministro de Educación Universitaria" (with a photo of a woman speaking). 2. "Facultad de Odontología celebra 70 años de creación" (with a graphic for the 70th anniversary, 1940-2010). 3. "FACES a la vanguardia en Servicio Comunitario" (with a photo of hands stacked together). 4. "Alianza UCV- Gobernación de Miranda" (with the logos of UCV and the Government of Miranda). At the bottom left of the page are logos for "Escuela de Comunicación Social" and "UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA". At the bottom of the page is a footer with links: "Sobre la Revista", "Site Map", "Política de Privacidad", "Contáctanos", and "©2010 Venciendo Sombras".

El home o index es el inicio de la revista, donde se visualiza una portada con los titulares más resaltantes de la edición. De igual forma, contiene los diferentes enlaces que la conforman como el registro, las secciones, entre otros.

- Registro

Titulares

## Registro Usuario

**Registro de Usuario**

Llene los campos que se le presentan a continuación para formar parte de los usuarios de la revista @Venciendo Sombras.

Los campos con asterisco (\*) son obligatorios

Nombre:  \*

Apellido:

Fecha Nacimiento: día -- mes -- Año --

Correo Electrónico:  \*

País: --

Estado: --

Nombre Usuario:  \*

[Sobre la Revista](#) | [Site Map](#) | [Política de Privacidad](#) | [Contáctanos](#) | ©2010 Venciendo Sombras

El Registro de Usuario es un formulario que podrán llenar aquellas personas que deseen suscribirse a la revista. Existen diversos beneficios al registrarse, como la posibilidad de comentar las noticias creando espacios de discusión como los foros, compartir las noticias por correo electrónico e imprimirlas. Incluso, como se explicó, pueden integrarse aplicaciones para compartir la información en las redes sociales como Facebook y Twitter. De igual forma, se puede enviar un boletín informativo o Newsletter cada vez que se realice una nueva edición o se actualice algún contenido.

- Noticia

The screenshot shows the website @Venciend Sombras. At the top, there is a navigation bar with a search box and a search icon. Below the navigation bar, there is a header section with the text "Agosto 2010" and a "Buscar" search box. The main content area is titled "Gestión Rectoral" and features a sidebar with a menu of categories: Gestión Rectoral, Facultad, Academia, Investigación, Análisis, Extensión, Estudiante, and Ediciones Anteriores. The main article is titled "Rectora replicó acusaciones del Ministro de Educación Universitaria" and includes a photograph of Cecilia García Arocha, the Rectora of the Universidad Central de Venezuela, speaking at a press conference. The article text discusses her response to accusations from the Minister of Education, Edgardo Ramírez, regarding the university's financial management and the use of funds for student providencias. The article also mentions the Vicerrector Administrativo, Bernardo Méndez, and his stance on the university's financial situation.

Las secciones ubicadas en el menú, contienen las respectivas noticias. Al ingresar a alguna de ellas, se desplegará la información con sus correspondientes fotografías.

- Sobre la Revista

Agosto 2010

Titulares

## Sobre la Revista

**@Venciendo Sombras**

Es una revista electrónica independiente, que ofrece todas las informaciones del acontecer ucevista. Editada por la Dirección de Información y Comunicaciones de la UCV, nace de la necesidad de divulgar las noticias y temas de interés tanto nacional como universitario. Se presenta como una alternativa informativa, entre los diversos medios que existen en la universidad, en su mayoría impresos.

@Venciendo Sombras es un producto creado por y para ucevistas, plenamente convencidos que la Universidad Central de Venezuela es y será siempre "La Casa que Vence las Sombras".

Escuela de Comunicación Social

[Sobre la Revista](#) | [Site Map](#) | [Política de Privacidad](#) | [Contáctanos](#) | ©2010 Venciendo Sombras

Esta pantalla ofrece una breve descripción de quienes somos y de cuál es el propósito de la revista

- Contacto

The screenshot shows the website interface for '@Venciendo Sombras'. At the top left is the logo with a camera icon. To the right are login fields for 'Usuario' and 'Contraseña', with a 'Registrarme' link and an 'Ingresar' button. Below the login fields is a search bar with the text 'Buscar'. A navigation menu on the left lists categories: Gestión Rectoral, Facultad, Academia, Investigación, Análisis, Extensión, Estudiante, and Ediciones Anteriores. The main content area is titled 'Titulares' and 'Contáctanos'. It features a 'Contáctanos' heading with a pencil icon, followed by contact information: 'Dirección: Ciudad Universitaria de Caracas, Edif. Biblioteca Central. Dirección de Información y Comunicaciones UCV, mezzanina. Teléfono: (0212) 605.48.07. E mail: info@vencidosombras.com'. Below this is a section titled '¿Tienes alguna sugerencia?' with a pencil icon and a form with fields for 'Nombre:', 'Teléfono:', and 'E-mail:', and a larger text area for 'Escriba sus comentarios a continuación:'. At the bottom left of the page are logos for the 'UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA' and the 'Escuela de Comunicación Social'. The footer contains links for 'Sobre la Revista', 'Site Map', 'Política de Privacidad', and 'Contáctanos', along with a copyright notice for 2010.

Este espacio contiene los datos de ubicación, tanto dirección como teléfonos. En este caso se utilizaron los datos de la Dirección de Información y Comunicaciones de la UCV, suponiendo que la revista en algún momento llegase a funcionar allí. Asimismo, despliega un formulario para que los usuarios se comuniquen con los administradores del sitio.

En conclusión, la revista @Venciendo Sombras representa un novedoso e interactivo medio para la Universidad Central de Venezuela, que no pretende desplazar a los medios tradicionales existentes en la universidad, sino que, por el contrario, representa un complemento de los mismos.

Se ofrece una estructura sencilla de manera que pueda ser fácilmente recorrida por los internautas. De igual forma, se pensó en un diseño que no tuviera mayores complejidades, pues de llevar acabo el proyecto no se necesitaría un especialista para el diseño y montaje de la revista, pues una persona con conocimientos y manejo de las herramientas podría hacerlo. Esto en virtud de tomar en cuenta la reducción de los costos.

Asimismo, el proceso de planificación se llevó a cabo considerando las diferentes fases de la revista, incluyendo la publicación y la distribución, de manera que todo esté contemplado si se decide ejecutar el proyecto. Asimismo, se trabajó en función de ofrecer un sitio interactivo, característica que puede ser comprobada en las numerosas actividades que son posibles ejecutar al registrarse en la revista. No obstante, se sugiere la inclusión de compartir los contenidos en redes sociales como Facebook o Twitter, las cuales están marcando la pauta.

## CONCLUSIONES

En la actualidad, la tendencia mundial en cuanto a comunicaciones apunta a atender a públicos cada vez más específicos, especializados y exigentes. En este sentido, medios impresos, emisoras de radio y canales de televisión se han dedicado a estudiar con detenimiento las exigencias de sus públicos para satisfacer sus necesidades, ofreciendo información especializada. Los medios electrónicos no están excluidos de esta realidad, pues a pesar que para algunos estos publican generalidades, otros se han preocupado por analizar el entorno y ofrecer productos de calidad para cumplir con la demanda de las audiencias.

Asimismo, la tecnología avanza a una velocidad vertiginosa cuyos recursos son cada vez más adoptados por los individuos, quienes hacen uso casi diariamente de estos y cuya practicidad les simplifica la vida. Es por ello que los usuarios cada vez exigen más, por lo que es necesario que los medios se mantengan a la par de las bondades ofrecidas por la tecnología. Son numerosas las ventajas que ofrece Internet tales como la variedad, inmediatez, rentabilidad, recursos, entre otros; que aunado a los beneficios de la Web 2.0 permite enriquecer la experiencia de los usuarios mediante la hipertextualidad y la capacidad de interacción.

Por su parte, las Tecnologías de la Información y Comunicación han cambiado sustancialmente las relaciones sociales y han transformado la vida de los individuos, es por ello que surgen conceptos como “Globalización” e “Interdependencia Electrónica”, pues el poder de integración de textos, imágenes y sonidos que posee Internet, interactuando desde diversos puntos, en un tiempo determinado, a través de una red global y de manera accesible, ha cambiado considerablemente el carácter de la comunicación acercando cada vez más a las personas y haciéndolas más dependientes de la tecnología.

De igual forma, gracias a todos estos avances y a la demanda de información cada vez más grande, surgen las revistas electrónicas que si bien sus características, componentes y funciones parten del modelo impreso, nacen como respuesta a las exigencias de poder contar con información inmediata que permita ser consultada desde cualquier momento y en cualquier lugar. Asimismo, se suman las numerosas ventajas que ofrece multimedia, lo que las hace más atractivas para los usuarios, captando rápidamente la atención de los mismos.

A pesar de ello, es necesario tomar en cuenta que los medios no son desplazados, no se destruyen, sólo se transforman y se adaptan al contexto y a sus peculiaridades. Por lo tanto, independientemente que nos encontremos en una era digital caracterizada por lo que muchos llaman la “Sociedad de la Información”, se evidencia una coexistencia entre los medios electrónicos y sus predecesores (prensa, radio y televisión). Incluso, no se necesita de un estudio exhaustivo para darnos cuenta de la complementación de dichos medios, ya que hoy día existen nuevas formas de comunicación que los incluye como: periódicos digitales, emisoras online y TV digital, por ejemplo.

Es por ello que este trabajo de grado propone el diseño y desarrollo de una revista electrónica, que a pesar de no ser un medio nuevo en el mercado, posee características que pueden considerarse innovadoras, sobretodo, para las comunicaciones en la Universidad Central de Venezuela, a quien está dirigida. La misma no pretende ser la panacea en cuanto a todas las necesidades y dificultades que presenta la academia en el ámbito comunicacional, pero, indudablemente, representa un valioso aporte cuya implementación significará un gran avance tanto para la casa de estudio como para la concepción de los medios académicos del país.

No podemos predecir hacia dónde vamos con la implementación de esta revista electrónica, pero si podemos asegurar que constituye una herramienta práctica e interactiva que enriquecerá al medio y a las comunicaciones académicas, agregando valor al sistema integrado de medios de la UCV.

Asimismo, el modelo de esta revista electrónica se realizó con la intención de poder ser adoptado por otras universidades y adaptado a sus respectivos entornos y públicos, pues en la medida en que se fomente la creación de medios alternativos que ofrezcan soluciones comunicacionales y promuevan la interrelación e intercambio de sus miembros, se incrementarán las potencialidades y el pensamiento crítico que permitirán obtener más aportes para el mejoramiento y desarrollo académico y social.

En conclusión, @Venciendo Sombras representa un novedoso e interactivo medio para la UCV, que no pretende desplazar a los medios tradicionales existentes en la universidad, sino que, por el contrario, representa un complemento de los mismos, constituyendo una efectiva estrategia para el manejo de la información en este nivel.

## GLOSARIO

**Adobe:** Conocida como Adobe Systems Incorporated. Empresa de software con sede en San José, California (EE.UU) Se destaca por sus aplicaciones de creación de páginas web, video e imagen digital. Algunos productos desarrollados por Adobe son: Freehand, Shockwave, Director, Flash Player, Acrobat Reader, Photoshop, Dreamweaver, Fireworks, etc. (Balza y Páez, 2009, p.115)

**Arbitraje:** En el caso de las revistas, es un respaldo de revisión basado en normas y políticas editoriales establecidas que certifican su calidad. (Disponible en [http://es.wikipedia.org/wiki/Revisi%C3%B3n\\_por\\_pares](http://es.wikipedia.org/wiki/Revisi%C3%B3n_por_pares))

**Arpanet:** (Advanced Research Projects Agency Network): fue creada por encargo del Departamento de Defensa de los Estados Unidos como medio de comunicación para los diferentes organismos del país. (Disponible en <http://www.learnthenet.com/spanish/glossary/arpanet.htm>)

**Base de Datos:** Es un conjunto de datos pertenecientes a un mismo contexto y almacenados sistemáticamente para su posterior uso. En este sentido, una biblioteca puede considerarse una base de datos compuesta en su mayoría por documentos y textos impresos en papel e indexados para su consulta. En la actualidad, y debido al desarrollo tecnológico de campos como la informática y la electrónica, la mayoría de las bases de datos están en formato digital (electrónico), que ofrece un amplio rango de soluciones al problema de almacenar datos. (Disponible en [http://es.wikipedia.org/wiki/Base\\_de\\_datos](http://es.wikipedia.org/wiki/Base_de_datos))

**CD-ROM (Compact Disc - Read Only Memory):** es un soporte digital óptico utilizado para almacenar cualquier tipo de información (audio, imágenes, vídeo, documentos y otros datos). (Disponible en [http://es.wikipedia.org/wiki/Disco\\_compacto](http://es.wikipedia.org/wiki/Disco_compacto))

**Correo Electrónico:** Servicio telemático, normalmente en forma de texto, enviado de una persona a otra sobre un tema de interés mutuo a través de una computadora. (Rodríguez, 2009, p.126)

**E.F.F (Electronic Frontier Foundation):** Organización sin fines de lucro con sede en Estados Unidos cuyo objetivo es conservar los derechos de libertad de expresión, como los protegidos por la Primera Enmienda a la Constitución de Estados Unidos, en el contexto de la era digital actual. Su objetivo principal declarado es educar a la prensa, a los legisladores y al público sobre las libertades civiles que están relacionadas con la tecnología; y actuar para defenderlas. (Balza y Páez, 2009, p. 116)

**Enlace (Link o Vínculo):** conexión a otro documento Web, por medio de la dirección URL. Los enlaces aparecen en los textos de un documento Web en forma de texto subrayado y de distinto color. Al presionar el botón del mouse en ese enlace automáticamente se abrirá otro documento. (Rodríguez, 2009, p. 126)

**FTP (File Transfer Protocol):** Es un protocolo de red para la transferencia de archivos entre sistemas conectados a una red TCP, basado en la arquitectura cliente-servidor. Desde un equipo se puede conectar a un servidor para descargar archivos desde él o para enviarle archivos, independientemente del sistema operativo utilizado en cada equipo. (Balza y Páez, 2009, p. 116)

**Hardware:** Corresponde a todas las partes físicas y tangibles de una computadora, sus componentes eléctricos, electrónicos, electromecánicos y mecánicos. Sus cables, gabinetes o cajas, periféricos de todo tipo y cualquier otro elemento físico involucrado; contrariamente al soporte lógico e intangible que es llamado software. (Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Hardware>)

**Hipermedia:** Integración de gráficos, sonido y video en un sistema que permite el almacenamiento y recuperación de la información de manera relacionada, por medio de diferencias cruzadas. (Rodríguez, 2009, p. 127)

**Hipertexto:** Método de presentación de la información que permite hacer una lectura no secuencial de la misma, trata de emular el modo en el que el cerebro humano almacena y recupera la información. (Rodríguez, 2009, p. 127)

**HTML (HyperText Markup Language /Lenguaje de Marcado de Hipertexto):** Es el lenguaje de marcado predominante para la elaboración de páginas web. Es usado para describir la estructura y el contenido en forma de texto, así como para complementar el texto con objetos tales como imágenes. (Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/HTML>)

**Hipervínculo o Hiperenlace:** Es un elemento de un documento electrónico que hace referencia a otro recurso, por ejemplo, otro documento o un punto específico del mismo o de otro documento. Combinado con una red de datos y un protocolo de acceso, un hiperenlace permite acceder al recurso referenciado en diferentes formas, como *visitarlo* con un agente de navegación, mostrarlo como parte del documento referenciador o guardarlo localmente. (Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Hiperenlace>)

**Index o Home:** Página principal de una página o sitio Web.

**Informática:** Ciencia que abarca el estudio y aplicación del tratamiento automático de la información, utilizando sistemas computacionales, generalmente implementados como dispositivos electrónicos. También está definida como el procesamiento automático de la información. (Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Inform%C3%A1tica>)

**Interfaz Grafica:** Constituye todos los elementos gráficos que nos ayudan a comunicarnos con un sistema, facilitando la interacción usuario-máquina. (Luna, 2004, p. 2)

**Internauta:** Usuario de internet.

**Internet:** Interconexión de redes informáticas que permite a los ordenadores o computadoras conectadas comunicarse entre sí. (Rodríguez, 2009, p.127)

**Multimedia:** Forma de presentar la información que emplea una combinación de texto, sonidos, imágenes, animación y video. (Rodríguez, 2009, p. 128)

**Página Web:** Documento que contiene enlaces de hipertexto a otros documentos relacionados, que pueden estar localizados en la propia máquina o en máquinas remotas. (Rodríguez, 2009, p. 128)

**PDF (Portable Document Format):** Es un formato de almacenamiento de documentos, desarrollado por la empresa Adobe Systems. Este formato es de tipo compuesto (imagen vectorial, mapa de bits y texto). (Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/PDF>)

**Revista Electrónica:** Es un magazine electrónico. Tiene las características de una revista, pero en lugar de emplear el formato tradicional (papel), se emplea como medio de difusión un formato electrónico, ya sea como documento, que puede abrirse en una aplicación a tal efecto (Por ejemplo un archivo TXT, PDF o HTML, por lo general con enlaces para recorrerlo a modo de Hipertexto), o bien como un programa ejecutable para una plataforma específica. (Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Ezine>)

**RGB:** (Red, Green and Blue): dado que todos los datos que componen las imágenes de un ordenador son digitales, los monitores precisan de un método mediante el cual puedan simularse rápidamente todos los colores del espectro. El método empleado emite sólo los tres colores primarios que componen la luz blanca, a través de una retícula de píxeles. (Balza y Páez, 2009, p. 118)

**Scroll:** Barra de desplazamiento par recorrer una página o sitio Web. (Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Scroll>)

**Sitio Web o Web Site:** Es un conjunto de documentos vinculados con atributos compartidos, tales como temas relacionados, un diseño similar o un objetivo en común. (Rodríguez, 2009, p. 128)

**Software:** Equipamiento lógico o soporte lógico de una computadora, comprende el conjunto de los componentes lógicos necesarios que hacen posible la realización de tareas específicas, en contraposición a los componentes físicos del sistema, llamados Hardware. (Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Software>)

**TCP/IP (Transmission Control Protocol / Internet Protocol):** Es la base de Internet, y sirve para enlazar computadoras que utilizan diferentes sistemas

operativos, incluyendo PC, minicomputadoras y computadoras centrales sobre redes de área local (LAN) y área extensa (WAN). (Balza y Páez, 2009, p. 119)

**Telecomunicaciones:** Es toda emisión, transmisión o recepción de signos, señales, escritos, imágenes, sonidos o informaciones de cualquier naturaleza, por hilo, radioelectricidad, medios ópticos u otros sistemas electromagnéticos. (Rodríguez, 2009, p. 129)

**TELNET (Telecommunication Network):** Es el nombre de un protocolo de red, que sirve para acceder mediante una red a otra máquina, para manejarla remotamente como si estuviéramos sentados delante de ella. Para que la conexión funcione, como en todos los servicios de Internet, la máquina a la que se acceda debe tener un programa especial que reciba y gestione las conexiones. (Balza y Páez, 2009, p. 119)

**TIC`s:** Son los elementos y las técnicas utilizadas en el tratamiento y la transmisión de las informaciones, principalmente, de informática, internet y telecomunicaciones. (Disponible en [http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADas\\_de\\_la\\_informaci%C3%B3n\\_y\\_la\\_comunicaci%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADas_de_la_informaci%C3%B3n_y_la_comunicaci%C3%B3n))

**TXT:** Son archivos de texto plano compuestos únicamente por texto sin formato, sólo caracteres. Estos caracteres se pueden codificar de distintos modos dependiendo de la lengua usada. (Disponible en [http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo\\_de\\_texto](http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo_de_texto))

**URL:** Significa Uniform Resource Locator, es decir, localizador uniforme de recurso. Es una secuencia de caracteres, de acuerdo a un formato estándar, que se usa para nombrar recursos, como documentos e imágenes en Internet, por su localización. (Balza y Páez, 2009, p. 119)

**WWW (Word Wide Web):** Mecanismo proveedor de información electrónica para usuarios conectados a Internet. Es una colección de ficheros, que incluye información en forma de textos, gráficos, sonidos y videos, además de vínculos con otros ficheros. (Rodríguez, 2009, p. 129)

## Referencias

### Bibliográficas

- Abadal, E. (2001). *Sistemas y Servicios de Información Digital*. Barcelona: Trea.
- American Psychological Association. (2009). *Publication manual of the American Psychological Association*. (6<sup>a</sup> ed.) Washington: American Psychological Association.
- Arias, F. (1999). *El Proyecto de Investigación: guía para su elaboración*. (3<sup>a</sup> ed.) Caracas: Episteme.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de Investigación: introducción a la metodología científica*. (5<sup>a</sup> ed.)Caracas: Epísteme.
- Balestrini, M. (2002). *Cómo se elabora el proyecto de investigación*. (6<sup>a</sup> ed.)Caracas: BL Consultores Asociados.
- Briggs, A. y Burke, P. (2002). *De Gutenberg a Internet: una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Taurus.
- Castro, B. (2007). *El Auge de la Comunicación Corporativa*. Sevilla: Creative Commons.
- Cherén, J. (2001). *Internet es fácil. Experiencia de un usuario común*. Alfaomega.
- Colina, C. (2002). *El lenguaje de la red*. Caracas: UCAB.
- Costa, J. (2007). *Identidad Corporativa*. Trillas.
- De Pablos, J. (2001). *La red es nuestra: revista telemática conexión global*. Baelona: Paidós.
- Day, R. (1998). *How to write & publish a scientific paper*. (5<sup>th</sup> ed.)Phoenix: Oryx Press.

- Eco, U. (2001). *Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. Barcelona: Gedisa.
- Fernàndez, A. (1998). *Producción y diseño gráfico para la World Wide Web*. Barcelona: Paidós.
- Fernández, C. (2005). *La Comunicación en las Organizaciones*. México: Trillas.
- Gill, M. (2000). *E-zines: diseño de revistas digitales*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Gordon, B. y Gordon, M. (2007). *Manual de Diseño Gráfico Digital*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Nielsen, J. (2000). *Usabilidad. Diseño de sitios Web*. Madrid: Pearson Educación.
- Núñez, F. (2009). *Comunicación digital y Web*. Caracas: CEC.
- Núñez, F. (2005). *Guía de Comunicación Digital*. Caracas: UCAB.
- Orihuela, J. y Santos, M. (1999). *Introducción al diseño digital: concepción y desarrollo de proyectos de comunicación interactiva*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Rincón, A. y Plágano, J. (1998). *Diccionario conceptual de informática y comunicaciones*. Madrid: Paraninfo.
- Ruíz, M. (2000). *La Gestión de las Publicaciones Digitales: Las Revistas Electrónicas*. Madrid.
- Sabino, C. (2002). *El proceso de investigación*. Caracas: Panapo.
- Vaughan, T. (1995). *Todo el poder dl multimedia*. México: Mc Graw Hill.
- Verdú, V. (1996). *El planeta americano*. Barcelona: Anagrama.
- Wong, W. (1995). *Fundamentos del Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili

## Trabajos de Licenciatura

- Balza, J. y Páez A. (2009). *Diseño y desarrollo de un webzine en el contexto de la Web 2.0 que sirva de punto de encuentro de una comunidad por afinidad*. (Tesis de Pregrado). Universidad Central de Venezuela. Caracas.
- Castro, A. y Lucena Y. (2001) *.Hora Universitaria Digital. Desarrollo de la publicación electrónica para el periódico Hora Universitaria*. (Tesis de Pregrado). Universidad Central de Venezuela. Caracas.
- López, M. (2000). *Comunikte: una revista impresa y en la red para estudiantes de comunicación*. (Tesis de Pregrado). Universidad Central de Venezuela. Caracas.
- Ramírez, J. (2002). *De cómo Internet ha influido en la forma de hacer periodismo radiofónico*. (Tesis de Pregrado). Universidad Central de Venezuela. Caracas.
- Rodríguez, Y. (2009). *Margaritenias.com Diseño del sitio Web de la revista regional "Margariteñas"*. (Tesis de pregrado). Universidad Central de Venezuela. Caracas.

## Electrónicas

- Barrueco, J. y Cordón J. (2000). *Revistas Electrónicas y Normalización*. Revista General de Información y Documentación de la Universidad Complutense de Madrid. Año 1997 7(2) Recuperado de <http://revistas.ucm.es/byd/11321873/articulos/RGID9797220365A.PDF>
- Boyce, P. (1996). *Successful electronic scholarly journal*. ICSUPress-UNESCO. Recuperado de <http://www.aas.org/~pboyce/epubs/icsu-art.html>

- Del Moral, M. y González M. (s.f). *Narrativa y diseño hipertextual de las revistas electrónicas en la Web*. Universidad de Oviedo. Recuperado de <http://www.uib.es/depart/gte/edutec01/edutec/comunic/TSE25.html>
- Hitchcock, S., Carr, L. y Hall, W. (1996). *A survey of STM online journals 1990-1995: the calm before storm*. University of Southampton. Recuperado de <http://journals.ecs.soton.ac.uk/survey/survey.html>
- Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe. (2004). *Situación y Perspectivas de los Medios de Comunicación de Centroamérica*. Guatemala. Recuperado de [http://sicevaes.csuca.org/attachments/147\\_situacion.pdf](http://sicevaes.csuca.org/attachments/147_situacion.pdf)
- López, A. (1999). *Innovación en la comunicación científica y académica: las revistas electrónicas*. *Scire*. 5(2), 11-22. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=187863>
- López, M. y Cordero, G. (2005). *Un intento por definir las características generales de las revistas académicas electrónicas*. *Razón y Palabra*, 43. Recuperado de <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/libros/index.html>
- Luna, L. (2004). *El diseño de interfaz gráfica de usuario para publicaciones digitales*. *Revista Digital Universitaria*. 5(7), 1-12. Recuperado de <http://www.scribd.com/doc/3251327/Diseno-de-interfaz-grafica-para-publicaciones-digitales>
- Moreiro J. y García D. (s.f.). *La visualización de la información en revistas electrónicas mediante la concurrencia de herramientas hipertextuales, mapas conceptuales, topic maps y ontologías*. Universidad Carlos III. Madrid. Recuperado de [http://www.cinform.ufba.br/vi\\_anais/docs/JoseAntonioMoreiroGonzalez.pdf](http://www.cinform.ufba.br/vi_anais/docs/JoseAntonioMoreiroGonzalez.pdf)
- Pérez J. (s.f). *Revistas Académicas Electrónicas*. Delegación Territorial del CITMA. Recuperado de

<http://www.bibliociencias.cu/gsd/collect/eventos/index/assoc/HASHeedf.dir/doc.pdf>

- Pérez, J. (1998). *Actualidad y perspectivas de las publicaciones electrónicas*. ACIMED 6(2). Recuperado de [http://www.bvs.sld.gu/revistas/aci/vol6\\_2\\_98/aci05298.htm](http://www.bvs.sld.gu/revistas/aci/vol6_2_98/aci05298.htm)
- Ramos, L. (1998). *Las publicaciones electrónicas transforman el sector de la edición científica y las funciones del bibliotecario en la Universidad*. Cuadernos de documentación multimedia, 6-7. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1024788>
- Rodríguez, J. (2001). *Parámetros e indicadores de calidad en la evaluación de una revista electrónica. El caso de BiD: textos universitarios de biblioteconomía i documentació*. Recuperado de <http://www.ub.edu/bid/06gairi2.htm>
- Sánchez, J. y Guerra, E. (s.f). *Revistas electrónicas: metodología, diseño, evaluación e impacto*. Centro de Información y Gestión Tecnológica de Holguín. Recuperado de <http://www.bibliociencias.cu/gsd/collect/eventos/index/assoc/HASHe974.dir/doc.pdf>

## Editoriales

- Lafuente, R. y Rosas, A. (1998). La publicación electrónica: ¿Un paradigma de organización documental digital?. *Investigación Bibliotecológica*. 12(25), 164-196.
- Martínez, J. (2009). La ciudadanía se reinventa a través de la 2.0. *Visión Ucevista*. 5(14), 60-61.
- Molina, M. (2009). La nueva comunicación en el mundo digital. *DIRCOM*. 3(82), 10-11.