



Universidad Central de Venezuela

Facultad de Humanidades y Educación

Escuela de Comunicación Social

**Diseño de una página Web para el Servicio Comunitario de la  
Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de  
Venezuela**

**Trabajo de grado para optar a la Licenciatura en Comunicación Social**

**Tutor:**

Delgado H, Luis E.

**Autores:**

Landaeta Guerra, Daniela A.

Ríos Guzmán, Renata A.

**Febrero 2016**

# Índice

<b>Dedicatorias</b> .....	9
<b>Resumen</b> .....	12
<b>Palabras claves</b> .....	13
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	14
<b>CAPÍTULO I</b>	
El Problema.....	18
Justificación.....	20
Objetivos: Generales y específicos.....	23
Alcance del proyecto.....	24
<b>CÁPITULO II: Internet evolución y páginas Web</b>	
Evolución del hipertexto.....	26
World Wide Web (WWW).....	28
Internet.....	29
Evolución del Internet.....	31

Uso del Internet.....	32
Sociedad Multimedia.....	33
Internet y los jóvenes.....	34
Páginas Web.....	35
URL.....	38
Ventajas de una página Web.....	39
Transmisión de mensajes a través de páginas Web.....	40
Función del usuario en la Web.....	41
Globalización de las páginas Web.....	41
Portales verticales y corporativos.....	42
Diseñando para la internacionalización y localización.....	43
Selección del idioma.....	44
Objetivos del sistema.....	45
Área de producción.....	47
Área técnica.....	49
Área artística.....	50

Herramientas para el diseño Web.....	52
Página de inicio.....	52
Páginas interiores.....	53
Contextualización de la página.....	53
Navegación.....	54
La estructura del sitio.....	55
Programación para la elaboración del diseño Web.....	57
Lenguaje para la programación.....	57
Lenguaje JavaScript.....	57
Integración de Script en página HTML.....	58
Herramientas interactivas para la comunicación en Web.....	58
Correo electrónico en las organizaciones.....	59
Grupos de discusión.....	59
Foros.....	60
Métodos para simplificar la navegación.....	60
Sub-sitios.....	61

Tipos de búsqueda.....	62
La página del resultado de búsqueda.....	63
Descripción de la página y palabras claves.....	64
Destinos de la búsqueda.....	65
Diseño Web.....	65
Diseño de comunicación digital.....	66
Multimedia e interactividad.....	67
Hipertexto.....	67
Etapas del diseño de sitios Web.....	68
Diseño de la estructura lógica.....	68
Estructuras del hipertexto.....	68
Interactividad en la navegación.....	70
Marco referencial para la construcción de estructuras hipertextuales.....	72
Enlaces.....	72
Búsquedas.....	73
Secuencialización.....	73

Jerarquía.....	73
Similitud.....	74
Mapas.....	74
Agente.....	74
Diseño de la interfaz gráfica.....	75
Textos para la Web.....	76
Tipografía.....	77
Ancho de la línea.....	77
Precisión del es.....	78
Tipos de .....	78
Inicio del color y el contraste.....	79
Justificación del texto.....	79
Letras en negrita.....	79
Tamaño de la fuente.....	80
Uso de la mayúscula.....	80
Links.....	80

Títulos de los links.....	81
Color en los links.....	82
Perspectiva de los links.....	82
Links externos y entrantes.....	83
Links a suscripciones y zonas registradas.....	83

### **CAPÍTULO III: Marco metodológico**

Tipo de investigación.....	85
Diseño de la investigación.....	86

### **CAPÍTULO IV: Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela**

Identificación de la institución.....	88
Misión.....	88
Visión.....	88

### **CAPÍTULO V: Planificación del sitio Web [www.serviciocomunitarioecsuev.com.ve](http://www.serviciocomunitarioecsuev.com.ve)**

La propuesta.....	91
El presupuesto.....	95
Descripción del sitio Web.....	97

**Conclusiones**.....124

**Fuentes**.....12



## **Dedicatoria**

A Dios y a la Virgen del Valle por darme salud, fé y perseverancia para lograr lo que me propongo siempre.

A mi padre Antonio, que nunca me abandona, me ilumina y me guía en cada paso. Que me enseña todos los días que hay personas que nunca se van y se quedan para siempre y que sé, que donde esté, estará orgulloso de saber que lo logré.

A mi madre Ery Luz, por ser mi inspiración. El mejor modelo a seguir que pueda tener. Porque siempre cree en mí y nunca duda de lo que soy capaz. Por sus consejos, su ayuda y, sobre todo, por ser el amor más sincero e incondicional.

A mi familia: A mi hermana Gaby, que se trasnochó conmigo, filmó, editó, cortó, pegó, redactó, repasó, resumió, estudió, me buscó y me llevó, todas las veces que fueron necesarias durante toda la carrera y está conmigo en las buenas y en las malas. A Luis, Antonio y Carlota, por su apoyo, su amor y estar en todos los momentos de mi vida.

A mi compañera de tesis, Daniela, porque este trabajo reforzó la amistad que comenzó hace ocho años. Por acompañarme durante todo el camino y por ser parte de tantos lindos recuerdos.

A todos los que cruzaron conmigo este largo camino, me ofrecieron su ayuda y me la dieron, me apoyaron, nunca me dejaron caer y, cuando caí, me ayudaron a levantarme, me dieron su amor y cariño: Daniel, Mayrú, Alfredo, Edmundo, Marianela, Viviana, Pablo, Iván, Carmen, Jesús, Astrid y muchos más. A todos: ¡GRACIAS!

A mi escuela por acogerme, dejarme tantos recuerdos y cruzarme con personas increíbles. Finalmente, a mis profesores, por formarme y hacerme una profesional.

¡Los amo!

**Renata Ríos**

## Dedicatoria

A mi mamá que es mi luz principal cada vez que emprendo un proyecto, es el ejemplo más invaluable que tengo en mí día a día. Por su paciencia y amor infinito en todos los años de mi vida y de mi carrera.

A mi papá que con sus sonrisas, buen humor y palabras de aliento me anima siempre de manera inconciente y me acompañó desde el primer semestre hasta el último con su protección y amor.

A mi hermana que me imparte su amor a través de la disciplina. Su presencia vigilante y permanente siempre me ha guiado en el camino correcto.

A mi familia Yolanda, Cindy, Evelyn, Brigitte, Anthony, Jenny, Rubén y Stefan que con paciencia y buenas vibras esperan finalice este capítulo de mi vida para celebrar conmigo. Su apoyo ha sido esencial en de mi vida.

A mi compañera de tesis que me hizo ver este camino con la menor dificultad y con la mayor alegría convirtiendo los días de trabajo en los recuerdos más valiosos y hermosos de mi vida universitaria.

A mis amigos de la vida, Mariana, Leonardo, Rosana, Jesús, Mayrú, Marianela, Isna, Otamendi, Alfredo, Viviana, ustedes que son amigos- familia que tienen tanto que ver con cada parte de mi, ustedes que llenan mis días de fuerza, amor pleno y desinteresado. Ustedes que disfrutan este y todos mis momentos de logro como si fuera de ustedes.

A mis dos protectores universitarios Ulises y Franco, que siempre me cuidaron y acompañaron en toda mi vida universitaria, haciendo mis días especiales y divertidos.

A dos profesoras Beatriz Peñin y María que cambiaron mi vida de manera positiva, recordándome que hay quienes aparte de impartir su intelecto imparten amor a sus estudiantes.

A mi tutor de tesis Luis, por su paciencia y buena disposición en todo momento para guiarnos hacia el camino correcto de nuestro proyecto.

A mi universidad por darme vivencias únicas, divertidas, intelectuales y felices.,  
porque en mi recuerdo queda como una de las épocas más alucinantes de mi historia.

A Dios y Santa Bárbara por acompañarme todos los días que salgo de mi casa con  
un objetivo nuevo.

¡Gracias a todos, los adoro!

**Daniela Landaeta**

## **Resumen**

Internet se ha convertido en una herramienta fundamental en la rutina diaria de las dinámicas sociales. Es un instrumento que está presente en distintos procesos de la vida cotidiana que incluyen el ámbito laboral, entretenimiento, informativo, trámites personales, entre otros y en el proceso de formación educativa, se ha vuelto uno de los pilares indispensables ya que facilita la investigación y permite al navegador introducirse en un universo de información infinita.

El Servicio Comunitario es una labor en la que cada Escuela se vincula con la sociedad a través del estudiante, quien se convierte en un medio para contribuir, desde sus posibilidades, con los problemas y necesidades de los integrantes de las comunidades, siendo su herramienta principal para poder lograr de manera exitosa esta acción, los conocimientos adquiridos durante su estancia en el recinto universitario.

La elaboración y diseño de una página Web para el Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, consiste en utilizar la Internet para poner a disposición del estudiante la información necesaria para iniciar el proceso de este requisito. A partir de la construcción de este Web site, el estudiante contará con la data necesaria para la realización del Servicio, desde inscripción, requisitos, propuestas, hasta los formatos que deben utilizar, todo esto fundamentado en un lenguaje dinámico y cercano que logre captar la atención y el interés en la realización de esta actividad obligatoria para la culminación de la carrera.

- **Palabras claves**

Servicio Comunitario – Internet – Páginas Web – Estudiantes – Sociedad –  
Escuela de Comunicación Social – comunidad.

## **Introducción**

No es secreto que, en cuanto avances científicos y tecnológicos, el mundo avanza a pasos agigantados, que estamos en la era digital, en la época de los grandes avances y que a medida que el mundo surge nos movemos en conceptos de globalización, sociedad digital, entre otros. Es por esto que dentro del gran fenómeno de la globalización encontramos que la Internet se convirtió en el protagonista y que tiene gran incidencia en la cultura moderna marcada por esta era digital.

En la actualidad, las nuevas tecnologías se hacen sentir exponencialmente en casi todos los ámbitos de la vida, este desarrollo tecnológico va creando nuevas formas de comunicación, que con sus diversos productos e innovaciones, parecen juntarse con una finalidad común: proveer a las personas de distintos modos de comunicarse entre sí. De esta manera, la telefonía, los computadores, los satélites, los sistemas audiovisuales y todo lo que se denomina mundo "multimedia" se encuentra interconectado.

La tecnología avanza y nosotros debemos ir avanzando con ella, mantenernos actualizados y a la vanguardia, informados de todo lo que sucede a nuestro alrededor y en cualquier rincón del mundo y más cuando nuestra intención es emplear el canal de información más reciente denominado Internet. A partir de 1992 Internet se convirtió en una red masiva de intercambio de información, un canal con alcance mundial, económico y de fácil manejo.

Según "Internet Live Stats", sitio Web que recopila datos desde 1993 acerca de la cantidad de usuarios en el mundo, señala que en la actualidad hay más de tres mil millones de usuarios de Internet, esto se debe a que la información en la red es ilimitada y aumenta día a día.

La Web fue creada en 1989 por Tim Berners Lee con la finalidad de intercambiar información entre un grupo de investigadores localizados en diferentes partes del mundo siendo uno de sus elementos básicos los Web sites que no es más que un documento que contiene enlaces de hipertexto a otros documentos con la información que se desee dar a conocer ante un público específico.

Las páginas Web se han convertido en una herramienta indispensable de comunicación, esto aplica tanto para empresas, marcas y organizaciones como a los individuos naturales ya que el Internet está presente en la mayoría de las actividades de la rutina diaria. En el caso empresarial, permite el acercamiento a los clientes a través de la Web, está demostrado que la intensidad en la aplicación de nuevas tecnologías y la incorporación de un Sitio Web, está relacionado de manera positiva con el incremento de las ventas, la productividad y el valor de mercado de las empresas, es una de las principales herramientas de ocio, de información, de actualidad y de investigación.

Los sitios Web deben contener elementos esenciales como textos, imágenes, audio, video, entre otros ya que debe ser diseñado pensando en el interés de los internautas y, además de poseer un diseño atractivo, debe ser de fácil manejo y acceso para lograr captar su atención. También debe considerarse que todos los usuarios son distintos y probablemente tengan distintos intereses por lo que hay que estudiar la diagramación y disposición de los elementos para que cumplan los objetivos de cada uno.

En el caso de nuestra página Web lo que se busca es, principalmente, que el Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social tenga un portal con toda la información referente que pueda ser de interés tanto para toda la comunidad de la escuela como para las organizaciones externas que deseen que los estudiantes participen en sus proyectos. A pesar de que anteriormente se contaba con un blog que poseía esta información, su manejo no era agradable ni amigable ya que carecía de funcionalidad y de

los elementos básicos que se debe tomar en cuanto al momento de realizar una página Web y, además, no estaban dentro de la página de la Universidad Central de Venezuela.

Con el objetivo de mejorar las comunicaciones internas y externas y demostrar que la Escuela de Comunicación Social cuenta con los canales de información adecuados se generó esta propuesta de diseño y elaboración Web que busca facilitar y familiarizar a toda la comunidad estudiantil con este requisito obligatorio para optar por el título de Licenciado en Comunicación Social, como lo es el Servicio Comunitario.

Esta investigación es un proyecto factible ya que fue diseñado en base a un plan viable a las soluciones establecidas, cuenta con un método de investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta que solucione diversos problemas que se presentan actualmente dentro del departamento del Servicio Comunitario. El proyecto está sustentado con el apoyo de la investigación documental y de campo para alcanzar los objetivos planteados.



# **CAPÍTULO I**

**Introducción**

**El problema**

**Justificación**

**Objetivos generales y específicos**

**Alcance del proyecto**

## **El problema**

Las comunidades y la sociedad en general siempre presentarán problemas y deficiencias; es decir, la necesidad de recibir ayuda y apoyo para alcanzar el bienestar común estará latente. El Servicio Comunitario es una actividad que pretende generar conciencia en los futuros graduandos sobre la importancia de ser agentes activos en el desarrollo social, aportando desde sus conocimientos, ideas que contribuyan a aligerar ciertas problemáticas de su entorno, en tal sentido se debe utilizar Internet como vehículo de acción para lograr que los estudiantes asuman el compromiso.

Las Páginas Web son espacios accesibles que adaptadas correctamente a los usuarios pueden generar resultados positivos. Por esta razón, proponemos diseñar un Portal Web para el Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela como objetivo principal de nuestro trabajo de grado. La intención de una Página Web es ser un medio eficiente que logre intercambiar información y, a su vez, ser una herramienta que permita promover e impulsar nuevas ideas y proyectos. Una escuela de comunicación social debe estar conectada a la tecnología ya que uno de sus fines es la difusión de información y, al realizar y desarrollar su propio Portal Web exclusivo para este requisito, permitirá que los estudiantes puedan contar con toda la información necesaria para poder realizarlo.

Actualmente la Escuela cuenta con un blog site que registra de manera deficiente la información necesaria para realizar el Servicio Comunitario. Esta plataforma se presenta, a

nivel estético, poco atractiva visualmente, desfasada y de difícil manejo. Cuando el estudiante ingresa no le es posible navegar productivamente haciendo la experiencia poco motivadora. Por otra parte, estructuralmente no está diseñada de manera completa y eficaz y posee información adicional que no aporta nada al Servicio Comunitario, por lo que en la mayoría de los casos, suele confundir al estudiante.

El Servicio Comunitario puede ser, para algunos estudiantes, un inconveniente, principalmente por ser obligatorio y, además, por ser un requisito en el que se deben cumplirse 120 horas académicas en un plazo no menor a tres meses. Sin embargo, cualquier rechazo generado sobre el tema está relacionado a la desinformación sobre el mismo y si además agregamos la carencia de un sitio Web en el cual pueda estar toda la información necesaria, detallada, presentada de una forma sencilla y didáctica, hace que el proceso sea más complicado de lo que realmente es. Internet permite, a través de Páginas Web, la divulgación de información y plantea una excelente oportunidad de difusión de la misma permitiendo el desarrollo de las comunicaciones al poder intercambiarla a cualquier nivel.

Siendo el objetivo principal de la Escuela de Comunicación Social formar profesionales de la comunicación que logren llevar el mensaje adecuado de manera eficaz y efectiva, tiene coherencia que los medios de comunicación internos sean garantes y ejemplo de una buena transmisión de la información. Es así como este trabajo pretende presentar una solución que contribuya en el proceso del Servicio Comunitario y que permita a los estudiantes, profesores y organizaciones que deseen postular sus proyectos, estar informados sobre todo lo que involucra este requisito.

## **Justificación**

En el transcurso de la carrera los estudiantes adquieren las herramientas necesarias que tienen como finalidad ser aplicadas en su futuro profesional, herramientas que se complementan en su totalidad cuando se imparten a otro. El Servicio Comunitario es el medio entre la casa de estudio y las comunidades para la integración y conocimiento de realidades sociales que, en ocasiones, los estudiantes desconocen por lo que al lograr la conexión entre estudiante - comunidad se inicia un proceso de aprendizaje recíproco entre los futuros profesionales y los integrantes de la comunidad. El Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela requiere el cumplimiento de una serie de pasos que suelen ser engorrosos, tanto para el estudiante, como para el profesor y simplificarlos es el incentivo principal para la realización de este trabajo. Aunado a esto, una escuela de Estudios Superiores debe tener las herramientas tecnológicas necesarias para la agilización de sus procesos, permitiendo que todos puedan acceder de manera efectiva a la información.

Este trabajo de grado comprende la conceptualización y diseño de una Página Web exclusiva para el Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. Dentro de su estructura, se incluirá información referente a los requisitos y formatos inherentes a la actividad, así como espacios para que las comunidades y organizaciones que así lo deseen, puedan postularse y presentar sus proyectos para la comunidad estudiantil. Dentro de la conceptualización del Web site, se debe contemplar un lenguaje dinámico, atractivo, actual, y ligero a la vista que aporten al entendimiento de la información y que no desvíen la atención del internauta. Toda la información contenida en el portal deberá tener una línea editorial previamente definida y

acordada con el Coordinador del Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social quien será el responsable de administrar el sitio.

En septiembre de 2005 se publicó la ley de Servicio Comunitario del Estudiante Universitario en la Gaceta Oficial N° 38.272 que tiene por objeto normar la prestación del Servicio Comunitario a los estudiantes de Educación Superior, estos deben aplicar sus conocimientos con las comunidades en algún área geográfica del territorio nacional que determine la Institución de Educación Superior correspondiente. El capítulo I. artículo 2 del Reglamento Interno del Servicio Comunitario del Estudiante de la Universidad Central de Venezuela lo define como “la actividad que debe desarrollar el estudiantado en las comunidades aplicando los conocimientos científicos, humanísticos, técnicos, culturales y deportivos adquiridos durante su formación académica, en beneficio de la sociedad, para cooperar con su participación al cumplimiento de los fines de bienestar social de acuerdo con la Constitución y la Ley” (Reglamento Interno del Servicio Comunitario del Estudiante de la Universidad Central de Venezuela, julio 2006).

En la Escuela de Comunicación Social, el estudiante deberá realizar esta actividad después de haber aprobado el 50% de la carga académica de la carrera que cursa con una duración mínima de 120 horas académicas en un lapso no menor a 3 meses. Esta labor se diferencia de la práctica profesional y de cualquier pasantía ya sea dentro o fuera del recinto universitario.

Es importante que el proceso de inducción proporcione al estudiante toda la información sobre la legislación, normativa, contexto social y metodología que deberá utilizarse en el trabajo comunitario, así como en la elaboración de los proyectos. Las prácticas comunitarias están conformadas por las actividades específicas que deberá cumplir cada estudiante en el proyecto y estas estarán guiadas por un tutor académico y supervisadas por un miembro o asesor de la comunidad.

## **Objetivos**

- **General**

Diseñar, desarrollar e implementar un sitio Web para el Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, con el fin de agilizar todo el proceso que implica este requisito.

- **Específicos**

- Puntualizar cada uno de los pasos del Servicio Comunitario.
- Constituir el diseño del sitio Web a través de imágenes, colores, enlaces y videos.
- Desarrollar una estructura completa para que el sitio Web cuente con todos los elementos para su funcionamiento.
- Determinar la línea editorial que debe seguir el Web site.

Contribuir para que la comunidad estudiantil de la Escuela de Comunicación Social de la UCV cuente con más y mejor información sobre el Servicio Comunitario.

## **Alcance del proyecto**

El portal Web informativo basado en herramientas interactivas de comunicación para el Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela tendrá los siguientes alcances:

1. El ingreso al portal Web será accesible desde cualquier dispositivo que tenga una conexión a la red.
2. Permitirá a los estudiantes descargar cualquier material necesario para realizar el Servicio Comunitario.
3. Permitirá a las organizaciones informar sobre proyectos y vacantes disponibles.
4. Permitirá el registro de la pre-inscripción en línea del Servicio Comunitario
5. Emitirá información sobre proyectos realizados apoyándose en fotos y videos.
6. Permitirá la creación de foros de discusión en los cuales se responda a las preguntas frecuentes con la finalidad de dar a conocer en su totalidad este requisito.



## **CAPÍTULO II**

### **Internet, evolución y páginas Web**

## **Evolución del hipertexto**

A través del tiempo han sido muchos los métodos que han contribuido a organizar investigaciones de manera eficaz para los consumidores de información y conocimiento. El primer mecanismo que se creó para consulta de libros fue en el siglo XV cuando el italiano Agostino Ramelli inventó la "noria", un instrumento similar a una rueda que permitía al lector, sentado en un extremo, rotar distintos tramos de libros a su preferencia (Santos y Orihuela, 1999, p.21).<sup>1</sup>

Es importante conocer los antecedentes para entender y valorar la transformación y evolución del almacenamiento y búsqueda de información y conocimiento. El primer diseño moderno fue en el año de 1945 y llevó el nombre de Memex (Memory Expander), un artefacto que permitía manejar el conocimiento científico de manera análoga similar al modo en que la mente humana organiza la información, creado por Vannevar Bush, un ingeniero, inventor, profesor y escritor quien creía que el acceso al conocimiento científico presentaba complicaciones. Sin embargo, este artefacto nunca llegó a ser construido y, aunque fue un gran aporte para la ciencia, no fue hasta 1960 cuando Ted Nelson se saltó la organización numérica y materializó "la era de la estructura unificada de datos" a través del proyecto Xanadú (Santos y Orihuela, 1999, p.22-23).<sup>2</sup>

Nelson detectó la necesidad de organizar el saber para la sociedad de una manera más coherente y creó su proyecto Xanadú que fue una estructura implementada a través de la conexión informática de archivos y documentos. A partir de este proyecto, surge el término hipertexto ya que revoluciona el sistema impreso tradicional y así mismo genera una cantidad de información ilimitada e interconectada donde todos los usuarios lectores y

---

autores pudieron acceder a ella de manera libre y democrática, insertando también la búsqueda por asociación de información permitiendo que el usuario se nutra de distintas vertientes del conocimiento.

Nelson entiende que los documentos no son sólo papeles sino que también pueden ser imágenes en movimiento, sonido y texto por lo que con el paso del tiempo fueron insertadas mejoras para el sistema hipertextual y finalmente en el año 1967 se desarrolló el primer hipertexto operativo encabezado por Ted Nelson y Andries van Dam junto a un grupo de estudiantes de la Brown University (Hypertext Editing System HES) y con el apoyo técnico y financiero de IBM, el HES se montó sobre un ordenador IBM/360 CON 128k de memoria.

La materialización de una idea que poco a poco fue transformada y perfeccionada para la obtención de información ilimitada y eficaz sigue su evolución en el año 1978 con la inserción de montaje fotográfico y video basados en la tecnología de Aspen Movie Map.

## **World Wilde Web (WWW)**

En los años 1989 y 1991 el Centro Europeo de Investigaciones Nucleares CERN (Actualmente conocido como European Laboratory for Particle Physics) impulsó la aplicación para Internet conocida como World Wide Web: WWW, un sistema de información desarrollado a través del hipertexto donde su principal objetivo fue facilitar el acceso a la red de manera universal los resultados de una investigación científica con independencia del Hardware del usuario.

“La WWW es un conjunto interconectado de documentos de hipertexto, Páginas Web, que residen en servidores Web y otros documentos, menús y base de datos disponibles a través de los URL (Localizadores de Recursos Uniformes). Los documentos Web están marcados para ser formateados y enlazados con el HTML (Lenguaje de Marcas de Hipertexto) y sus servidores usan el http (Protocolo de Transporte de Hipertexto) para distribuir las Paginas Web” (Crumlish, 1996, p.60-95).<sup>3</sup>

Según José Luis Orihuela y María Luisa Santos en su libro Introducción al Diseño Digital definen WWW como “documentos de la Web que están constituidos por una serie de páginas conectadas entre si, y con el exterior, por medio de enlaces. El protocolo de transferencia de información hipertextual que utiliza este se denomina http (Hypertext Transfer Protocol) y el lenguaje de programación en que se generan estos documentos es el llamado HTML (Hypertext Mark-up Language)”.<sup>4</sup>

Con la aparición de este sistema organizativo y sus primeros navegadores gráficos para la Web (Mosaic en 1993, y Netscape Navigator y Microsoft Explorer en 1994) cuando el modo hipertextual de tratamiento de la información está verdaderamente al alcance de un público amplio y da pie a la apertura de la democratización del hipertexto.

## **Internet**

La creación de Internet se remonta hace cuarenta años donde comenzó a revolucionar la manera que tenemos los seres humanos para comunicarnos y es el canal más grande que existe actualmente para compartir, intercambiar, descubrir y almacenar información. Internet en su evolución ha roto las barreras de espacio y tiempo y a través de un clic no hay lugar que no pueda ser alcanzado. Actualmente no hay una actividad en la que Internet no pueda brindarnos una herramienta para lograr el objetivo final.

Por medio de Internet es posible relacionarse con otras personas y mantenerse en contacto con familiares y amigos ya que a través de una computadora, teléfono móvil o cualquier dispositivo con Internet se pueden establecer conversaciones permitiendo que las relaciones humanas pasen a otro nivel a como eran conocidas en el pasado. La creación de diversas aplicaciones contribuye a la expansión del uso del Internet haciendo que sea indispensable en la mayoría de las actividades diarias.

Internet es un instrumento que permite recibir información en tiempo real por medio de correos electrónicos, foros, mensajería instantánea, chats y, al mismo tiempo, conocer todo lo que sucede en el resto del mundo a través de portales de noticias. Aunado a esto, existe una cantidad casi infinita de aplicaciones que permiten conocer ciertos datos específicos que facilitan el día a día de cada persona como: el clima, ubicación geográfica, estados financieros personales, el tráfico, entre muchos otros.

Con el paso del tiempo Internet se ha transformado en un instrumento que va más allá del almacenamiento y exploración de información de documentos, actualmente es una de las principales fuentes de entretenimiento pues se ha convertido en la herramienta favorita de sus usuarios en los tiempos de ocio a través de sus diversas aplicaciones de juegos y redes sociales. De esta manera nace una nueva forma de relación social ya que los seguidores pueden intercambiar y compartir el desarrollo de sus actividades diarias con los demás internautas.

Una nueva manera de hacer economía también ha surgido con el uso de Internet permitiendo la inserción de nuevos servicios además de compra y venta de diversos artículos. La tienda física gracias a este medio ya no es indispensable para el conocimiento de una marca y el posicionamiento de la misma ya no depende de los medios convencionales como radio, prensa y televisión, sino que por medio de Internet, Páginas Web y las redes sociales la publicidad ha tomado otro rumbo y otro significado totalmente diferente al que conocíamos hasta hace algunos años atrás. Para Manuel Castells (1999) en su libro Internet y la sociedad Web, esta facilidad abre las puertas a una nueva economía “no la basada en las empresas que producen o diseñan Internet, sino la de las empresas que funcionan con y a través de Internet... esto se ha desplazado desde las grandes empresas tecnológicas a organizaciones de todos niveles, creando un nuevo modelo de organización empresarial”

El auge de Internet en los últimos años ha hecho a nuestra sociedad dependiente y, en la mayoría de los casos, nos ha hecho hacer a un lado a los medios de comunicación que conocíamos en el pasado. Nos ha hecho cambiar la manera que teníamos para relacionarnos y también nos ha permitido estar cerca de nuestros seres queridos eliminando las distancias.

Internet es un fenómeno que no distingue edad, sexo o clase social pues está presente en el día a día de todos los seres humanos.

## **Evolución de Internet**

La primera fase de la Internet tuvo origen en el año de 1969 dentro de ARPA (Advanced Research Projects Agency) cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como Arpanet, entre tres universidades en California y una en Utah, Estados Unidos. Esta era una infraestructura de redes que buscaba garantizar la seguridad en la transmisión de información, incluso en caso de guerra nuclear. ARPANET puso por primera vez en contacto a los investigadores científicos estadounidenses a través de una red informática siendo uno de sus principales servicios el correo electrónico que cuando comenzó contaba con cuatro nodos y para 1972 ya contaba con cuarenta, así continuó el crecimiento de la arquitectura de la red ya que los nuevos nodos facilitaban la conexión entre ellos.

En 1980 se insertó en la comunidad académica norteamericana los grupos de noticias mediante una red llamada USENET (Lueg y Fisher 2003), en principio fue creada para usuarios de plataforma UNIX y se conectaron una serie de ordenadores para el intercambio de información, evolucionando hacia grupos voluntarios de noticias y grupos de discusión electrónica.

En 1985 la National Science Foundation (NSF) creó NSFNET una cantidad de redes informáticas para la difusión de descubrimientos y educación en los Estados Unidos, debido a que se ofreció gratuitamente en todas las instituciones educativas y centros de investigación creció rápidamente ya que su potencial fue apreciado por el público permitiendo un acceso más eficiente debido a la creación de nuevas aplicaciones.

En 1986 se creó en Europa RARE, una asociación de redes y usuarios para fomentar el desarrollo armónico de las redes del continente lo que dio paso a la presencia gubernamental y la emergencia de Internet como una serie de redes para uso institucional, académico y progresivamente comercial.

Finalmente, en el año de 1989, con el desarrollo de la aplicación WWW el uso del Internet cobra nuevas dimensiones con la aparición del primer navegador gráfico Mosaic al que luego seguirían los navegadores Netscape Navigator Microsoft Explorer, con lo que la Web se convierte en la aplicación estrella de la Internet.

Para el año 2000 ya existían 300 millones de usuarios y las empresas utilizan de lleno la Internet para fines comerciales, nacen los catálogos online, la banca electrónica, el comercio electrónico, los cursos a través de la red, entre otros (Santos y Orihuela, 1999, p.30-31).<sup>5</sup>

## **Uso del Internet**

Internet es una red electrónica enorme creada por la interacción de otras redes físicas menores que conectan a millones de computadoras –y equipos móviles- a nivel mundial, permitiendo el intercambio de información en diferentes formatos y niveles. Este proceso comunicacional es posible debido a la utilización de un software de bajo nivel denominado Protocolo de Control de Transmisión/Protocolo Internet (TCP/IP). El protocolo es un conjunto de procedimientos que posibilita la comunicación entre ordenadores. Su finalidad es poder transmitir información entre distintas plataformas y a su

---



vez divide la información en partes (TCP) y las envía una a una al ordenador de destino con un código de comprobación de la dirección de esa máquina (IP).

A través del uso del protocolo obtenemos la certeza de que los paquetes de información siempre llegan a su destino independientemente del medio en el que se usan, se pueden comprimir los paquetes para transmitir más información por la misma red y al mismo tiempo, es posible encriptar su contenido para salvaguardar sus datos y los datos llegan a su destino aunque se destruya parte de los nodos (IBM IT Education Services: Fundamentos de Internet, 2005).

## **Sociedad multimedia**

Según López Alfonso (2001) la evolución de Internet se debe a que la rutina diaria ha sufrido una transformación y la forma de organización de la sociedad también, las exigencias y las nuevas necesidades que han sido insertados en los seres humanos se deben cumplir de alguna manera cada vez con mayor velocidad.

La paciencia es una virtud presente en pocos hoy en día, así mismo la inmediatez es la mayor necesidad que ha surgido en los últimos años y por lo que la principal herramienta para su satisfacción en los distintos ámbitos del día a día es la Internet.

Los medios que anteceden a la Web como la prensa, televisión y radio lograron su mayor posicionamiento en un plazo mínimo de diez años, en cambio Internet logro su máximo desarrollo en solo tres años ganando cada día más espacios en todos los individuos alrededor del mundo. Hace mucho que la Web dejó de estar presente sólo en la casa o en la oficina ya que ahora con sólo tener un smartphone el internauta tiene acceso a los diversos contenidos en tiempo real.

## Internet y los jóvenes

En los últimos años Internet se ha convertido en una herramienta de uso cotidiano para un gran número de personas, los adultos, por ejemplo, no se imaginaban hace algún tiempo atrás todo lo que se puede hacer navegando en la Web. No obstante, tuvieron que aprender a utilizarlo y a adaptarse a las nuevas tecnologías para experimentar las bondades que ofrece. La Internet permite mostrar que cualquiera que la utilice puede, de una manera dinámica, agradable e interactiva, aprender sobre diversos temas que aumentan sus conocimientos y, en muchos casos, fortalecen su personalidad y su crecimiento.

Para las nuevas generaciones, en cambio, el uso de Internet ha sido muy distinto, ya que los niños y jóvenes han contado siempre con esta herramienta y les resulta más fácil adaptarse a ella.

Es esencial entender que los jóvenes o, como son llamados actualmente, “los Millennials” son la nueva generación de mercado que poseen ciertas características, necesidades y demandas que conviene conocer por las repercusiones y transformaciones que exigirán en el futuro cercano. Según un reporte realizado por Tendencias Digitales “Conecta tu marca con los millennials”, actualmente en Latinoamérica un 30 % de la población es Millennial y, según una proyección de la consultora Deloitte, en 2025 representarán el 75 % de la fuerza laboral del mundo.

Utilizan múltiples canales y dispositivos digitales para sus actividades diarias, siendo capaces de hacer varias cosas a la vez, por lo que fueron llamados "multitasking". Término utilizado en la actualidad para referirse a la capacidad que tienen las computadoras o personas de ejecutar dos o tres tareas simultáneamente. Esto es así especialmente en Latinoamérica donde los consumidores son mucho más multipantalla, que en otras regiones del mundo. Según AdReaction: Marketing in a multiscreen world, *de Millward Brown* “en promedio los jóvenes de la actualidad dedican alrededor de siete horas al día

para la conectarse online, utilizando múltiples pantallas digitales, lo que supone un 5 % más que el promedio mundial”.

Esta es la razón principal por la que las empresas, organizaciones, marcas, universidades y escuelas deben utilizar una amplia gama de canales, dispositivos y mantener una comunicación y experiencia de cliente consistente y bien organizada. Esto es lo que se denomina omnicanalidad, que no se trata sólo de poder interactuar a través de cualquier canal, sino de poder cambiar de uno a otro (o incluso utilizar varios a la vez). Las estrategias integradas (on y offline), la concepción multiplataforma y la narrativa transmedia influirán en la comunicación. Aunque no hablamos únicamente de nuevos formatos y soportes, sino de nuevas formas de comunicación y de otro lenguaje (Revista Forbes 2014).<sup>6</sup>

## **Páginas Web**

Las páginas Webs son espacios en los que se alojan diferentes tipos de información sobre un tema específico, una empresa, organización, una personalidad, una maeca, entre otros, a la cual se accede por medio de una dirección y puede ser ingresada desde cualquier parte del mundo, espacio digital al que también se le conoce con el nombre de site o Web site. Ned Snell (1999) en su libro Easy Microsoft FrontPage 2000 señala que un sitio Web es un grupo de páginas Web que se conectan juntas para formar un documento único de varias páginas.

Un Web site es un elemento realmente importante que contribuye al desarrollo de cualquier organización en Internet, razón por la cual su desarrollo requiere conocimiento y minuciosidad ya que los usuarios, con el paso de los años, son cada vez más exigentes.

---

Hay ciertas consideraciones que se deben tomar en cuenta al momento de generar una página Web:

- Una Web debe ser desarrollada coherentemente con la estrategia general de la empresa. Si el objetivo es captar clientes, el sitio Web debe ser desarrollado para ello. Si el objetivo es fidelizar a los existentes, el enfoque debe ser distinto.
- En la Web la funcionalidad siempre estará situada por encima del diseño. Ese es un concepto crítico para desarrollar un sitio Web correctamente. Los usuarios pueden abandonar un sitio Web por motivos relacionados a la funcionalidad y nunca por motivos de estética.
- Los conceptos de diseño en otros soportes no son “heredables” a la Web. Basándonos en el razonamiento anterior, la funcionalidad debe estar por encima del diseño y por tanto se deben buscar diseños que combinen la estética y la funcionalidad.
- El sitio Web debe aportar un valor agregado al visitante. Debe haber una propuesta clara para que los usuarios repitan sus visitas: Si sólo se tienen cuatro páginas de información, los usuarios visitarán pero no volverán. Se debe pensar qué es lo que realmente les interesa encontrarse: datos interesantes, detalles técnicos, noticias generales, noticias específicas, foros de debate, entre otros. Cada caso necesita una solución pero siempre pensando en cómo aportar valor al visitante. Dentro de este contexto, la creación de un boletín electrónico es interesante.

Dicho esto, es importante destacar que toda empresa u organización debe estar en Internet y dependerá del buen manejo de diseño y funcionabilidad, acompañado de la información correcta, resumida, interesante y veraz su éxito entre el público destinado. Según un estudio realizado por la página Finanzas.com en 2004 señala que el 90% de los usuarios de Internet que llegan a las páginas Web son a través de buscadores y un 59% de las páginas reciben más de la mitad de su tráfico por medio de ellos.

Se conoce como buscadores a aquellos sitios en la Web que funcionan como motores de búsqueda a partir de palabras claves o frases que indexan y recuperan la información para hacerla accesible al usuario.

Antes de crear una página es necesario tener un dominio (URL) por medio de la cual se identifica la dirección de la mismas, estos dominios se clasifican por temas según su terminación, de esta manera, los terminados en “.com” se destinan, por lo general, a uso comercial, los “.org” a organizaciones sin fines de lucro, los “.gob” a páginas gubernamentales y los “.edu” a instituciones educativas, entre otros.

## **EI URL**

Cuando se crea una página Web lo idóneo es indicar las URL's completas, sin embargo, se deben programar los servidores Web para que respondan sólo con el dominio. La dirección es importante ya que muchos usuarios buscarán el portal directamente a través de él y, al momento de realizarlo, sus principios deben ser la sencillez, y la facilidad de escribirlo y recordarlo correctamente. En la presencia de términos compuestos hay tres posibilidades:

- Juntar las palabras (ServicioComunitarioECS.com.ve)
- Usar abreviaturas (SCECS.com.ve)
- Usar un guión (SC-ECS.com.ve)

Por lo general, se estila a utilizar la primera opción, fusionar dos palabras creando una nueva denominada “ciberpalabra”. La segunda opción es útil cuando crece el número

de palabras a fusionar o por cuestiones de eufonía en el resultado de la fusión y la última debe ser evitada porque la gente a menudo olvida ese detalle (el guión).

A la hora de especificar una URL en el código es recomendable hacerlo de forma completa incluyendo una barra al final para facilitar al servidor la distinción entre archivos y directorios. Finalmente, se ha comprobado que los usuarios, por lo general, leen las URL intentando construir la estructura del sitio que visitan por lo que es recomendable seguir ciertas indicaciones en la redacción de las URL como: hacerlas lo más cortas posible utilizando un lenguaje natural y, de igual manera, eludir caracteres especiales así el usuario sabrá pronunciarlo y escribirlo.

## **Ventajas de una página Web**

El acelerado crecimiento tecnológico generado por la globalización hace que adoptemos nuevas formas para poder competir en los distintos rubros. La mayoría de las personas, sin importar su clase social, sexo o edad debe estar capacitada para utilizar las nuevas tecnologías que nacen a ritmo acelerado o, de lo contrario, quedarán socialmente rezagados.

El ritmo de los avances tecnológicos actualmente requiere de herramientas modernas, comunicaciones eficientes, actualización permanente de información, estrategias y metodologías. La velocidad de comunicación que ofrece Internet, y su llegada irrestricta a todas las computadoras conectadas a la red, hacen que sea un medio ideal para cubrir esas necesidades.

Por esta razón, la característica principal de una página Web, a diferencia de otros medios de comunicación, es la interacción que se genera en la misma, ya que con sólo ingresar el usuario puede ir en búsqueda de la información que más le interese, comunicarse a través de ella con quienes la manejan –incluso con otros internautas– dejando comentarios o por medio del correo electrónico. Otra de las grandes ventajas es la accesibilidad, ya que está disponible desde cualquier lugar del mundo, a cualquier hora y para todo tipo de público y de manera gratuita. Así mismo, todos los usuarios de una página Web, además de ser consumidores de información, también pueden llegar a ser proveedores de la misma de manera directa o indirecta por medio de los foros o cualquier otra herramienta que permita el feedback. Todos los internautas pueden acceder a sonidos, imágenes, videos y demás elementos que han convertido a las páginas Web en una herramienta de comunicación altamente atractiva para todo público.

### **Transmisión de mensajes a través de páginas Web**

Está claro que Internet no es un medio de comunicación nuevo, sino una herramienta de comunicación, a través de la cual circula el tráfico de información de los medios de comunicación ya existentes. Teniendo esto en cuenta, está claro que la página Web es una herramienta para comunicar excelente, a través de la cual se puede transmitir cualquier mensaje.

Para poder llevar una idea, un mensaje, un producto o simplemente una opinión, la Internet se convierte en un canal directo para hacerlo y más aún si al grupo objetivo al que se quiere transmitir esa idea son jóvenes universitarios de edades comprendidas entre 17 y 25 años, nacidos en la era digital y pertenecientes a la generación “Y” o “Millennials”, quienes son nativos digitales.



Se caracterizan por dominar la tecnología como una prolongación de su propio cuerpo y casi todas sus relaciones básicas cotidianas están intermediadas por una pantalla. Miles de jóvenes en todo el mundo están utilizando Internet, por consiguiente miles más harán uso de éste en los próximos años, esta es otra razón por la cual elegir Internet para transmitir un mensaje es una de las mejores opciones en la actualidad.

### **Función del usuario en la Web**

La retroalimentación en la Web de parte de los usuarios es considerada, por muchos, uno de los mayores beneficios existentes en la misma y, aunque con esta opción los internautas pueden dar sus sugerencias de mejoras facilitando al administrador de la página su manejo, es difícil atender y dar respuestas a todas. Por esta razón muchas veces la mejor alternativa es crear foros de discusión o grandes sitios, en donde los usuarios puedan opinar y este contenido esté manejado por un moderador que filtre la información.

### **Globalización de las páginas Web**

A través de la World Wide Web nos transportamos de un continente a otro en cuestión de segundos, sólo basta un clic para relacionarnos con personas en todo el mundo por lo que la globalización lleva al diseñador a asegurar la usabilidad internacional ya que es necesario crear interfaces que vayan dirigidas a todo tipo de público. La definición de globalización en la Web se divide en dos: Localización e internacionalización. El desarrollo tradicional de software define internacionalización como un único diseño que puede ser usado en todo el mundo frente a localización que busca versiones adaptadas a las zonas concretas. El primero de los casos implica el uso de un lenguaje lo más sencillo posible,

comprensible por no nativos, frente a la necesidad de traducción que implica el segundo. En la Web tiene más sentido la internacionalización ya que muchos países no cuentan con suficiente número de usuarios.

## **Portales verticales y corporativos**

En la Web cada día hay más usuarios que plantean y tienen nuevas necesidades al momento de su navegación y en efecto se han creado distintos portales con la finalidad de cubrir en su totalidad los requerimientos de los internautas. Los portales verticales y corporativos están diseñados para cubrir esa especificidad en los objetivos.

Un portal corporativo es una intranet que provee de información de la empresa a los empleados así como acceso a una selección de Web públicos y Webs de mercado vertical (proveedores, vendedores, otros).

Los portales corporativos funcionan como una extensión natural de la intranet corporativa, donde la finalidad es potenciar el acceso a la información de la propia institución, la edición de material, de trabajo propio, el contacto con cliente y proveedores. A partir de ahí surge la distinción de intramuros y extramuros eso dependerá si el destinatario es miembro o no de la institución.

Por otra parte, el portal vertical es un Web site que provee de información y servicio a una industria en particular. Es el equivalente industrial específico de los portales generales de la Web.

Los portales verticales han de contener más datos sobre su mercado que cualquier otro sitio, lo que en sí mismo ya es un valor añadido considerable, siempre manteniendo los datos de la institución que lo integran. A través de estos portales se pueden cubrir las carencias que muestran muchos de los portales generalistas.

Así mismo los portales tienen otras divisiones alternas que los identifican y se dividen en portal básico, portal mediano y portal grande:

- **Portal Básico:** El portal básico está enfocado a las pequeñas compañías que estén empezando en Internet y únicamente quieren plasmar su imagen dentro de la Web. Este tipo de portal brinda diversos servicios de comunicación como E-mail, Chat, foros de discusión, entre otros.
- **Portal Mediano:** Está destinado a empresas e instituciones medianas y busca orientar el diseño gráfico para hacer más llamativo su portal. También añade servicios de contenido y produce servicios de contenidos los cuales adquieren un valor más importante debido a la demanda de un mayor número de usuarios.
- **Portal Grande:** Se enfoca principalmente en aquellas empresas que requieren satisfacer las necesidades más complicadas tomando en cuenta los requerimientos.

## **Diseñando para la internacionalización y localización**

Para diseñar una Web de uso internacional se utilizan los mismos lineamientos que para el software tradicional ya que los objetivos de comunicación se relacionan en su mayoría. No se deben usar íconos que puedan resultar ofensivos a ciertas culturas, se debe cuidar la comprensión internacional de las metáforas y las referencias a fechas y horas, así como también los elementos de puntuación numérica y las referencias monetarias, La Web plantea ciertas ventajas por su propias características a la hora de traducir o exportar versiones ya que cuenta con un corpus suficiente de símbolos y no plantea las limitaciones de previsión de espacio adicional para traducciones a idiomas expansivos como el alemán.

### **Selección de idioma.**

En muchos sentidos la interfase de usuario ideal es aquel que está disponible en el idioma preferido por el internauta. Eventualmente la selección de idioma será manejada por la negociación directa entre el servidor y el cliente en base a una lista de preferencias formulada por el usuario en su navegador. Por el momento esto es una expectativa no suficientemente extendida, por lo que muchos sitios ofrecen al usuario una selección manual del idioma. Hay tres maneras de implementar la selección de idioma en la red una de ellas es establecer una página de inicio aunque no es muy recomendable porque impone un paso adicional al usuario, otra alternativa es proponer un menú de selección de idioma en el home page y un menú de selección de idioma en todas las páginas. La forma más ideal es colocar los nombres de los idiomas en su propia grafía. Las banderas son uno de los símbolos visuales más frecuentemente por la rápida interpretación que brinda al usuario, sin

embargo no en todas las ocasiones son los más adecuados por razones políticas o geográficas o incluso de cultura general. De una manera más creativa y divertida se pueden forjar iconos basados en estereotipos, pero existe el riesgo de que sean ofensivos. Respecto al tema de donde colocar la selección de idiomas, esta debería incluirse en todas las páginas, en ocasiones el usuario prefiere consultar algo en su idioma nativo a pesar de que esté visitando el sitio en otro idioma.

## **Objetivos del sistema**

La mayoría de los sistemas interactivos resultan deficientes debido a dificultades en la interpretación de las necesidades de los usuarios por la estructura de dicho sistema. Este fenómeno se da en la mayoría de los casos porque los analistas insisten en definir minuciosa y explícitamente las experiencias y necesidades de los usuarios.

Muchas preguntas son las que deben hacerse los responsables del diseño de sistemas, por ejemplo ¿Usarán el sistema personas con alguna experiencia o, por lo contrario, sólo han empleado sistemas interactivos durante un tiempo muy breve? ¿Serán administradores o científicos? ¿Se podrá esperar que, a medida que transcurre el tiempo, los usuarios pasen de uno a otro nivel de experiencia en la utilización del sistema o por las escasas frecuencia con la que la emplearán, permanecerán en el mismo nivel?

En el libro *Human Factors in computer system: A. Review* (Englewood, CO; Science Applications, 1979 p.13)<sup>7</sup> de los autores H.R. Ramsey y M.E. Atwood señalan tres tipos de usuarios:

- **Usuarios novatos**

1. Grupo amplio y heterogéneo.
2. Aprovechan y prefieren el diálogo iniciado con el computador.
3. Requieren mayor esfuerzo de apoyo y enseñanzas.

- **Usuarios administrativos**

1. Necesidades de información muy variable.
1. Opinan con frecuencia que los sistemas de computadores son poco flexibles.
2. Se requiere una resistencia muy baja del sistema para incorporarlos.
3. Cuando no están satisfechos con los resultados, tienden a hacer un uso distante del sistema interponiendo un operador entre ellos y el computador o en el mejor de los casos utilizándolos parcialmente.

- **Usuario técnico – científico**

1. La mayoría está insatisfecha con las herramientas de computación disponibles.
2. A menudo, los usuarios insatisfechos responden construyendo su propio sistema.
3. La clasificación de los usuarios de acuerdo con su experiencia determina la forma en que el sistema debe estructurarse y funcionar luego de su desarrollo. Para lograr que un sistema resulte exitoso es fundamental reconocer el tipo de tarea debido a que la información es la base por el cual se va a desarrollar el software para tratar los problemas, estos deben ser

tratados en base a los requerimientos percibidos y generar excelentes soluciones con el tiempo.

## **Área de producción**

El área de producción consiste en adecuar el proyecto interactivo al mercado, conocer su viabilidad y establecer, tanto en el modo de desarrollarlo, como las estrategias que se deben utilizar para su distribución. A su vez está dividida en seis etapas:

- **Cliente/ Patrocinador:** El cliente es quien tiene la decisión de aceptar el proyecto que se propone. Pueden presentarse instancias distintas, en caso de la financiación debido que en ocasiones están encabezadas por el cliente o el patrocinador. Es necesario establecer los argumentos que pueden motivarlo, los más comunes son la eficacia para mejorar la calidad de los sistemas, el prestigio para mejorar la imagen externa, la rentabilidad para obtención de dinero y por último, la competencia para estar a su altura o superarlos.

Otra herramienta que se debe estudiar en este ámbito es el público u objetivo de igual forma hay que presentar un análisis para saber qué público es más atractivo, cómo identificarlo y cómo acceder a él ya que de esto depende el diseño global interactivo y por último se debe contemplar el grado de familiaridad que tenga el cliente con las tecnologías digitales.

- **Usuario:** Se puede denominar usuario, público o audiencia, en este caso se trata de las personas para las que se ha diseñado específicamente la aplicación. Hay que evaluar un poco más de los aspectos cuantitativos y cualitativos de los habituales estudios de mercado (universo, edad, sexo, nivel socio cultural, entre otros) aquí lo más importante es conocer sus necesidades de información, educación, entretenimiento, familiaridad con la tecnología, disponibilidad de equipamiento y motivación para el producto. Finalmente, hay que establecer un punto de equilibrio entre el mensaje que se va a transmitir y el tiempo de navegación.

- **Presupuesto:** En esta fase de diseño del proyecto es primordial plantearse los recursos humanos, materiales, técnicos y artísticos que van a requerirse y de la mano una estimación del costo. En este estudio preliminar de costos deben plantearse también diversas alternativas de financiación, determinando el porcentaje del presupuesto que será cubierto por el patrocinador, el que se recuperará en su caso por venta directa y el que requerirá financiación externa.

- **Marketing y distribución:** En este proceso también se debe contemplar los medios para dar a conocer al usuario la existencia del interactivo y el modo en el que los usuarios tendrán acceso a la aplicación. En función de lo que se ha señalado en relación a los soportes se desprende que el concepto de distribución afectará únicamente a los interactivos producidos en soporte off-line, al tiempo que, por lo que viene siendo práctica habitual en el mercado, el marketing de esos productos se apoyará en buena medida en estrategias de comercialización y ventas basadas en la propia red.



- **Plan de trabajo:** Una vez que se haya definido por completo el concepto del proyecto deben plantearse una serie de tareas y objetivos intermedios a desarrollar para que finalicen como está planteado desde un principio. El plan de trabajo consiste en la disposición temporal de estas tareas y estará a cargo de su seguimiento y control por parte del director. Son muchas las herramientas para la planificación, se pueden utilizar diagramas de PERT (Evaluación del Programa y de Revisión Técnica) o sus siglas en inglés Program Evaluation and Review Technique, ya que mediante la representación gráfica de las tareas en cajas interconectadas es posible establecer la secuencia entre cada tarea y los diagramas de GANTT, que son una herramienta que se emplea para planificar y programar tareas a lo largo de un período determinado, en los cuales se representa la secuencia temporal completa de cada una de las tareas, permitiendo un seguimiento del proyecto.

## Área técnica

Los encargados de manejar el área técnica estudian los aspectos de proyecto asociados a su realización material en un medio digital iniciando por las maquetas o prototipos, luego por las versiones de prueba (Alfa: pruebas iniciales para iniciar la funcionalidad. Beta: pruebas finales en situaciones reales), hasta su producción final.

- **Soporte:** Cada soporte tiene sus ventajas y desventajas es por esto que se debe definir el más adecuado para el proyecto en función a su tema, contenidos, usuarios y la eventual complementariedad entre diversos soportes. Para la toma de estas decisiones hay que estudiar los soportes on-line y off-line en términos de: transporte, almacenamiento, facilidad de acceso, velocidad de reproducción, coste de difusión, transparencia y posibilidad de feedback entre los usuarios.

- **Formatos:** La comunicación digital la define su carácter interactivo, y no su eventual dimensión multimedia, se debe establecer cuáles son los formatos de información ideal para el contenido (textos, audio, imagen, video, animaciones) más adecuados. Los formatos deben ser usados pensando en su contribución a la hora de transmitir los contenidos del proyecto. Su uso no debe ser de manera desmedida en cuanto al video o imágenes de gran tamaño ya que restringe la capacidad y frustra el acceso a la navegación.

- **Maqueta:** La maqueta es un elemento de validación del diseño general y es un motor para facilitar la búsqueda. Así mismo se elabora un prototipo o maqueta interactiva de la aplicación que contiene desarrollos parciales. Hay que limitar que zonas o elementos interactivos deben desarrollar para la maqueta en función a su propósito principal y de igual forma para la producción final que determina los recursos, costes y tiempo necesarios para su implementación.

## Área artística

El área artística es la definición estética del sitio, está conformada por los elementos gráficos e interactivos del proyecto y definen las decisiones sobre el diseño de navegación y realizan un sistema bondadoso para la interacción de los usuarios con el programa.

- **Estilo:** La identidad visual del proyecto está planteada según el contenido y el género y el perfil de los usuarios al cual está destinado. Es el aspecto general de la aplicación y el modo gráfico de comunicar sus contenidos. Las decisiones acerca del color, tipografía, composición, entre otras, muestran al usuario una información sobre el proyecto que establecerá la comprensión de la lectura. El estilo establece la

actitud del usuario hacia la aplicación, orienta sus expectativas y condiciona su navegación.

• **Diseño Gráfico de Interfaz:** En el contexto de las aplicaciones interactivas el diseño gráfico influye fundamentalmente al diseño de la interfaz, y también se extiende al marketing del producto debido a que afecta su imagen comercial. Si bien suele por entenderse como interfaz el hardware (teclado, ratón, monitor, micrófono, altavoces, entre otros), y software como el medio entre el usuario y la máquina, a los efectos del diseño gráfico éste término se refiere a la denominada interfaz gráfica del usuario (Graphical User Interface, GUI). Se define como interfaz al conjunto de elementos que integran la pantalla (fondo, texto, gráficos en 2D Y 3D, fotografías, animaciones, ventanas de videos, entre otros), y facilitan la comunicación entre el usuario y el contenido de la aplicación.

A excepción de las aplicaciones de experimentación artística y de ficción interactiva la funcionalidad es el criterio del diseño de la interfaz regida, además, por una serie de principios generales que contribuyen a la eficacia comunicativa de los proyectos interactivos:

- **Transparencia:** Uso intuitivo fácil de manejar
- **Simplicidad:** Economía de recursos
- **Identidad:** Reconocible
- **Equilibrio:** Armonía entre los elementos
- **Unidad:** Estilística y temática
- **Coherencia:** Interna y externa, adecuación
- **Contraste:** Jerarquía entre los componentes

## **Herramientas para el diseño Web**

Las páginas Web se han convertido en una de las tarjetas de presentación de las empresas u organizaciones ya que, al ingresar a ellas, conseguirá una gran variedad de contenido que luego se transforma en una de las principales referencias de la organización, razón por la cual debe estar bien estructuradas y diseñadas con los elementos gráficos distintivos de la marca para que los usuarios puedan navegar en ella y lograr una experiencia que permita la mayor aproximación al servicio ofrecido.

Según Jakob Nielsen (1999), la usabilidad de la Web se creó para tareas más complejas y dependen en gran medida de un diseño muy sencillo con la menor distracción posible, información muy clara sobre la arquitectura y eficaces herramientas de navegación.

### **Página de inicio**

Las páginas de inicio son una especie de carteles de bienvenida digitales, es la bandera del sitio y debe ser diseñada de forma diferente al resto. Tener un buen diseño no es suficiente, ya que para mantener el interés de los visitantes es importante tener una página Web que funcione como un medio sin interrupciones para ellos.

El éxito de una “home page” debe responder, en primer lugar, a la ubicación para conocer en qué página está ubicada. Posteriormente, esta también debe dar a conocer las distintas funciones del sitio. Adicionalmente, debe ofrecer una idea clara del esquema de navegación, ofrecer acceso directo a las funcionalidades más comúnmente usadas, anunciar novedades o promociones (de haberlas), proporcionar una herramienta de búsqueda y presentar el nombre y logo. Con respecto a la amplitud, lo mejor es crear páginas

adaptables al ancho (no se recomienda el scroll horizontal) para, de esta manera, evitar sorpresas ya que todo lo que contiene está a la vista (Nielsen, 2000, p.19).<sup>8</sup>

## **Páginas interiores**

El elemento de diseño más importante del “home page” debe ser el nombre de la compañía/organización/marca, y debe estar ubicado en la esquina superior izquierda de la pantalla, es recomendable que esta información se repita en todos los lugares interiores, especialmente porque desconocemos el punto de entrada del usuario. El contenido que debe estar incluido en las páginas interiores debe ser directo y específico ya que las bienvenidas deben quedar únicamente en el “home page”.

## **Contextualización de la página**

Las metáforas en el diseño Web consisten en recrear espacios visuales (una tienda, una casa, un país, entre otras) para que el usuario pueda tener, mientras navega, una experiencia lo más cercana y real posible a lo que se quiere mostrar, sin embargo, no se debe abusar de este recurso ya que el internauta puede fijarse más en la consistencia de la metáfora que la intención principal. Lo mejor es ser muy literal y describir cada cosa (qué es y para qué sirve) que intentar cuadrarla dentro de una única metáfora. Así mismo, en ocasiones pueden ser útiles de dos maneras: dan coherencia visual al diseño y facilitan el aprendizaje en el uso de la interfase.

## Navegación

La navegación es uno de los elementos fundamentales de la Web, y abarca también el uso de enlaces hipertextuales. Una interfase de navegación debe ayudar al usuario a responder una cantidad de interrogantes que identifiquen la página y sirvan de recordatorio de la misma: ¿Dónde estoy?, ¿Dónde he estado? y ¿A dónde puedo ir? ¿Dónde estoy? Es el primer paso a indagar en términos de situación dentro de un sitio y debe proporcionarse de dos maneras en relación a la Web como un conjunto y en relación a la estructura del sitio. En cuanto a la primera es importante que el usuario a menudo perciba la Web como un todo. Los cambios drásticos en mecanismos de navegación no son bien vistos dentro de esa perspectiva. Esto implica así mismo, que el usuario no sabrá en que sitio está a menos que esté señalado. De igual forma para lograr esta estructuración el primer elemento que se debe construir es un logo o marca que identifique todas las páginas. Por otra parte en cuanto a la estructura del sitio se consolida mediante la inclusión de cabeceras que muestran a grandes rasgos la estructura del Web y resaltar situación actual, esto debe ir de la mano con un tercer elemento que es el propio título de la página, que debe ser significativo e individualizado.

**¿Dónde he estado?** Existen recursos que nos permiten conocer la ubicación como, por ejemplo, el botón “hacia atrás” o “hacia delante” del navegador que nos proporciona una historia secuencial de las páginas visitadas. Los links ya visitados que nos indican las opciones ya vistas dentro de los enlaces de una página de los cuales debemos respetar la convención en cuanto a la representación de los links, (azul para los activos y rosado para los visitados) y, de esta manera, el usuario sabrá siempre lo que ha visto y lo que no.

**¿A dónde puedo ir?** Se corresponde con las opciones visibles de navegación y con el resto de links dentro de la página. Es casi imposible mostrar todos los hipertextos en una

sola página, es necesaria una buena estructura del sitio para conocer los puntos posibles de destino por los usuarios. Hay tres clases de hiperenlaces que pueden ser usados en una página:

- **Links embebidos:** Tradicional texto subrayado
- **Links estructurales:** Apuntan a otro nivel de la estructura, por lo que diferirán de página a página, si bien es necesario que mantengan una coherencia comprendida y esperada por el usuario. Es más conveniente utilizar nombres descriptivos del nivel jerárquico.
- **Links asociativos:** Proporcionan información adicional o colateral.

## La estructura del sitio

La mayoría de los sitios deben mostrar la situación actual del portal y los próximos movimientos relativos a la estructura del contenido y tener una estructura jerárquica con niveles de información progresivamente más detallados, sin embargo hay otros que tienen una estructura tabular en la que las páginas se clasifican de acuerdo a cierto número de atributos o parámetros. El usuario puede seleccionar uno o varios de ellos para agrupar la información según sus criterios. Finalmente hay estructuras lineales que son de aplicación en sitios que reflejan una sucesión de pasos. La estructuración de una página tiene ciertas reglas específicas una de las más importantes es representar la visión del usuario con respecto al sitio, su información o sus servicios.

La estructura debe estar determinada por las tareas que los usuarios quieren desarrollar, incluso si ello supone mezclar en una página esquemas pero apoyándose en DHTML que es una combinación de nuevas etiquetas del lenguaje HTML y nuevas opciones de estilo y programación que permiten crear páginas Web más dinámicas y animadas a la vez que ofrecen una mayor interactividad por parte del usuario, por lo que le permite combinar la presencia de los elementos principales (extenso), con el desarrollo de pop-ups con las alternativas (profundo). Estas combinaciones pueden resultar para sitios muy grandes (más de 10.000 páginas) pero, aún en estos casos, si la estructura es coherente y compacta, podrían valer esquemas más sencillos (Nielsen, 2000, p. 21).<sup>9</sup>



## **Programación para la elaboración del diseño Web**

### **Lenguaje para la programación**

A través de la publicación realizada por Brugnoli (2004), establece que “Un lenguaje de programación es un lenguaje diseñado para describir el conjunto de acciones consecutivas que un equipo debe ejecutar. Por lo tanto, es un modo práctico para que los seres humanos puedan dar instrucciones a un equipo”. El lenguaje se transforma en el conector para establecer la información suministrada por el usuario y así ejecutan las instrucciones a través del computador. Luego de que un lenguaje se establece de manera escrita se debe transformar a través de un proceso de compilación en un lenguaje para las máquinas.

### **Lenguaje JavaScript**

Según Claudie Levior (2006) JavaScript es un lenguaje interpretado, lo que significa que los scripts son llamados desde el interior del código HTML y necesita de un navegador habilitado en JavaScript para ejecutarse.

JavaScript permite detectar el navegador utilizado por los visitantes y los dirige a una página optimizada; arroja información variable como hora y fecha y, además, interactúa con los usuarios por medio de cuadros de diálogo personalizados creando menús dinámicos, combinándose con otras tecnologías y lenguajes como DHTML.

## **Integración de Scripts en páginas HTML**

Los scripts de JavaScripts se añaden fácilmente al código HTML, se debe colocar el código requerido entre las etiquetas <SCRIPT> y </SCRIPT>, que, a su vez, se deben insertar en la sección de cabeza de la página denotada por elemento HEAD:

```
<HTML>  
<HEAD>  
<SCRIPT LANGUAGE="JavaScript1.3">  
//JavaScript script  
</SCRIPT>  
</HEAD>  
<BODY>  
</HTML>
```

## **Herramientas interactivas para la comunicación en Web**

Debido al desarrollo imparable de la Web y el efecto tan grande que puede alcanzar en los seres humanos se ha transformado en un espacio comunicacional muy importante debido a que tiene un posicionamiento global resaltante. Emerge, en consecuencia, un nuevo escenario tan virtual como sea en el que cualquier persona puede participar activamente, compartiendo y creando sus propios contenidos. Así mismo surge un nuevo conjunto de herramientas interactivas de discusión de uso sencillo como lo son los foros, chat, grupos de discusión, correo electrónico, entre otros. En el caso de nuestra página Web

para el servicio comunitario sólo contará con foros, grupos de discusión y correo electrónico.

## **Correo electrónico en las organizaciones**

El correo electrónico también es conocido comúnmente como e-mail, es un recurso tecnológico muy eficiente que permite la comunicación entre dos o más personas desde cualquier parte del mundo con una inmediatez invaluable. Su función principal es ofrecer un servicio de red que se encarga que los usuarios puedan enviar y recibir mensajes, a través de un sistema electrónico. El sistema que lo representa es el (SMTP) Protocolo Simple de transferencia de correo, aunque por extensión también puede verse aplicado a sistemas análogos que usen otras tecnologías. El correo es una de las herramientas más poderosas que posee la Internet ya que no sólo permite el envío de mensajes de texto, si no cualquier tipo de documentos adjuntos.

En el ámbito de las organizaciones y las personas el correo es un recurso obligado en la mayoría de las instituciones que posees una página Web, a través del correo son muchas las tareas laborales que se pueden solucionar gracias a este medio, por mencionar unas cualidades laborales el cliente puede comunicarse con el proveedor, recibir presupuestos, aclarar dudas, entre otros. Además, posee la permanencia de una carta y su uso es muy económico.

## **Grupos de discusión**

Un grupo de discusión se encuentra definido como una conversación cuidadosamente planificada, diseñada para obtener información de un área definida de interés, en un ambiente permisivo, no directivo. Se efectúa con aproximadamente de siete a

diez personas, guiadas por un moderador experto. El tono de la discusión dese ser relajado, confortable y satisfactoria para los participantes ya que exponen sus ideas y comentarios. A través de la discusión los miembros del grupo los miembros se fluyen mutuamente y se nutren de ideas y pensamientos. (Krueger, 1991, p.24).<sup>10</sup>

Las páginas Web por medio de su actualización constante de la información iniciarán diversos grupos de discusión entre estudiantes y coordinadores del área del Servicio Comunitario, con diversos fines académicos y para la comunidad. Abrirá puertas para distintos grupos de discusión, y lograr avances en el portal, nuevas actualizaciones requeridas con el tiempo, inserción de grupos estudiantiles a proyectos preexistentes, aportes de nuevas ideas que permitan ayudar a las comunidades cercanas entre otros temas.

## **Foros**

Los foros en Internet existen para ser un complemento de información de la Web, es una ventana para que los usuarios puedan compartir y discutir determinada información, los foros virtuales, en su mayoría, están encabezados por un moderador y esta figura se nombra a través del administrador del sitio. El moderador debe tener un amplio conocimiento del tema, más que la mayoría de sus integrantes, en sus funciones está mejorar la calidad del debate y no censurar ningún aporte ya que es una pieza clave para que el foro funcione de una manera exitosa.

Los foros son los descendientes modernos de los sistemas de noticias BBS (Bulletin Board System) y Usente, herramientas muy populares en los años 1980 y 1990. Los foros de discusión a través de la Web permiten la creación de sus propias reglas en el discurso a la comunidad que participa, así mismo pueden fomentar su propio lenguaje y organizar

---

eventos sociales. En el caso de nuestra página Web la realización de foros es fundamental debido a que dará grandes aportes al Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social. Con los estudiantes y profesores encargados generarán discusiones constantes para realizar mejoras en la página. Las comunidades y el servicio se conectarán de manera más rápida y efectiva ya que actualmente este canal de discusión no existe en el recinto estudiantil, se convertirá en una herramienta muy útil para los integrantes de la casa de estudios.

### **Métodos para simplificar la navegación**

Debido a la gran cantidad de información el diseñador debe emplear distintos métodos para conducir la búsqueda, por ejemplo:

- **Agregación:** Unidad que representa una colección de otras más específicas.
- **Sumarización:** Formas de representar gran cantidad de información a través de otra más pequeña.
- **Filtrado:** Funciona para eliminar la información irrelevante, siendo los más usados los filtros colaborativos.
- **Truncado:** Permite visualizar sólo la parte inicial de la información dejando que el mismo usuario seleccione la opción de su preferencia.

## **Sub sitios**

Un sub sitio es una agrupación de páginas relacionadas dentro de un sitio Web que comparten mecanismos de navegación, y se pueden establecer en un espacio plano o mantener su propia estructura. Cada una de las páginas dentro del sub site mantienen criterios parecidos a los mantenidos con respecto al site, y a su vez tienen como referencia al home page. La usabilidad de los sub sites es netamente estructural, y pueden servir para organizar grandes cantidades de información de forma más útil y clara, para el usuario. En ese sentido, deben integrarse en las grandes líneas descritas para el sitio, y no aspirar a un funcionamiento autónomo e independiente del sitio origen.

## **Tipos de búsqueda**

La manera de distinguir a un usuario es a través de su manera de llegar a la información, ya que más de la mitad son “usuarios búsqueda”, es decir, que la mayoría de las veces oprimen el botón de “búsqueda” para navegar lo que les permite localizar rápidamente la información. Una quinta parte se denominan “usuarios link”, que son los que prefieren seguir los enlaces alrededor de un site, buscando la información que desea conocer, y sólo si fracasan irán directo al botón de “búsqueda”. Los demás tipos de usuarios escogen el tipo de búsqueda “mixta” que usa uno de los dos caminos, anteriormente mencionados, en función a las expectativas que se les presentan en cada momento. Para lograr satisfacer todos los escenarios es conveniente que todas las páginas transmitan una idea clara de su situación estructural y proporcionen, además, los recursos necesarios para facilitar el tránsito por la misma.

Los “usuarios búsqueda” irán inmediatamente por el botón, a diferencia de los usuarios link, quienes sólo lo usarán cuando se hayan alejado de la información que les

interesa. La búsqueda restringida a zonas, puede resultar contraproducente ya que a menudo el usuario no comprende la estructura del sitio al que hace referencia la restricción, y no termina de saber dónde realmente está buscando.

- **Las páginas con búsqueda restringida deben:**

- Indicar explícitamente que ámbito está siendo buscado, tanto en la página de búsqueda como en la lista de resultados.

- Incluir un link a la página que busca en todo el sitio, tanto en la búsqueda como en los resultados.

## **La página de Resultados de la Búsqueda**

A través de la página de resultados se debe forjar una lista de los hallazgos ordenada por la calidad de los mismos, los más relevantes deben posicionarse en la parte superior, siendo una opción de implementación para que los usuarios puedan comprender cómo, y en base a qué se han calculado los sectores que acompañan las búsquedas a menudo, así mismo, las ocurrencias duplicadas deben eliminarse. En su mayoría el conflicto puede resolverse, creando una base de datos con calificaciones cualitativas de las páginas en relación a los términos más buscados. El resultado de la búsqueda será siempre un conjunto de páginas.

## **Descripción de la página y palabras claves**

Cuando una página debe mostrar resultados, necesita de unos buscadores que la acompañen de la mano con la referencia de información que se obtuvo de la misma, y así evita redactar un sumario automático o manual. De igual forma esto indica la importancia que tiene incluir información en los meta tags de la página, que son etiquetas HTML incorporadas en el encabezado de un sitio Web que resultan invisibles para un visitante normal, pero de gran utilidad para navegadores u otros programas que puedan valerse de esta información. Su propósito es el de incluir información (metadatos) de referencia sobre la página: autor, título, fecha, palabras clave, descripción, etc, ya que esta será la información que potenciales usuarios tendrán acerca de la página Web del Servicio Comunitario al visualizarla en los buscadores. La descripción debe ser breve, muchos sólo muestran los primeros 150 o 200 caracteres. Incluso, si fuese posible incluir textos más extensos, se debe tomar en cuenta que los usuarios generalmente realizan una mirada muy rápida a los resultados de la búsqueda y no se detienen a leerlos detalladamente.

Los términos son otros elementos que suman importancia y en cuanto a su presencia deben considerarse tanto los simples como los compuestos e incluir sinónimos, acrónimos, y en general los términos que puedan incluirse en la estrategia de búsqueda del usuario. El estudio de las expresiones emitidas por los usuarios es una de las herramientas más útiles para acercarse a las necesidades o intereses reales de los usuarios, y lógicamente actuar en consecuencia.

En los medios digitales, los textos son fundamentales para transmitir el mensaje correcto en el momento preciso, es una de las herramientas para captar atención y mantener un recordatorio positivo en el lector, es por esto que las palabras claves en los contenidos son de gran importancia y se debe utilizar de manera correcta para lograr una búsqueda eficaz. A través de ellas se puede llegar a personas afines, que pretenden satisfacer una



necesidad específica. Si se optimiza una página Web para una palabra clave específica, y se trabaja una estrategia de SEO (posicionamiento natural en buscadores) se conseguirá que esa página se muestre entre los primeros resultados de la consulta, obteniendo así tráfico cualificado y en ocasiones mayores oportunidades de venta. Una palabra clave puede estar compuesta por una o más palabras, y cuando hace referencia a un conjunto muy específico de palabras suelen considerarse de long tail o de cola larga. Estas últimas suman muy pocas búsquedas por sí mismas, pero en conjunto pueden atraer mucho tráfico hacia una Web.

### **Destinos de la búsqueda**

Cuando un internauta ingresa a una página tiene, en la mayoría de los casos, una intención específica, por esta razón, la Web debería llevar a su objetivo deseado por medio de la exploración en las páginas de búsqueda. Jakob Nielsen (2000) afirma en su texto de la usabilidad de la Web que lo ideal sería adaptar el diseño de la página mostrada al contexto de la búsqueda realizada por el usuario para satisfacer todas las necesidades, por lo que es conveniente que todas las páginas transmitan una idea clara de su estructura y proporcionen, además, los recursos necesarios para facilitar el tránsito por la misma.

## **Diseño Web**

El diseño Web consiste en la planificación, implementación y valga la redundancia, el diseño de páginas Web. Sin embargo, no se trata de implementar los conocimientos de diseño tradicionales ya que se deben tener en cuenta los factores de navegabilidad, interactividad y usabilidad que permiten la interacción con medios como audio, texto, video e imagen, todo esto con la finalidad de vincular al usuario con el mundo informativo de un modo eficiente y agradable satisfaciendo las exigencias de cada uno.

## **Diseño de comunicación digital**

Según José Luis Orihuela y María Luisa Santos (1999) en su libro *Introducción al Diseño Digital*, señalan que el diseño es la concepción original de una obra para su posterior producción y es a su vez sinónimo de proyecto. En el diseño de Comunicación Digital se exploran las posibilidades expresivas, estéticas y comunicativas del lenguaje audiovisual en soportes digitales, buscando nuevos modos narrativos para poder organizar información audiovisual (Periodismo, entretenimiento, educación, ficción, comunicación corporativa, comunicación institucional, entre otros) de forma no lineal. Su función es de adquirir y desarrollar las destrezas necesarias para relatar con medios audiovisuales interactivos, concibiendo proyectos de comunicación que utilicen adecuadamente todas sus potencialidades.

Para la creación de comunicación para medios digitales requiere plantearse las consecuencias comunicativas de esa determinación tecnológica. La omnipresente comunicación digital ha diluido las fronteras tradicionales entre los medios, al tiempo que ha privilegiado al lenguaje audiovisual (presencia de imágenes y sonido).

Los medios digitales representan la información en sus distintos formatos (texto, audio, imagen, animación o video) utilizan conjuntos discretos de valores numéricos (Bits). Para su almacenamiento y distribución soportes on-line, actualmente Internet e Intranets en particular la World Wide Web, y soportes off –line y en general cualquier sistema de almacenamiento.

Existen dos características fundamentales para la comunicación en soportes digitales:

### **Multimedia e interactividad**

La multimedia es la integración de formatos de información en un mismo soporte, por su parte, la interactividad es la posibilidad de articular de un modo no lineal la información, exigiendo así la actividad del usuario para acceder a ella.

### **Hipertexto**

Diseñar un formato para transmitir información a través de Internet no es igual que hacerlo para publicarlo en los medios convencionales, una de las razones más importantes quizás sea que este tipo de tecnología tiene sus propias características. El factor más importante que debe tomarse en cuenta a la hora de hablar de diseño Web es que la información no se expone en forma lineal, como en textos o periódicos, si no que se hace utilizando el hipertexto que es una modalidad que permite que los usuarios pasen de un documento a otro que puede estar contenido en el mismo site o en Web.

Organizar información de modo no lineal y narrar con medios digitales significa asumir un nuevo paradigma discursivo denominado hipertexto, que es un sistema de

escritura ramificado que sólo es posible en entornos digitales que se constituyen como un documento electrónico en el que la información se estructura como una red de nodos y enlaces. Se denomina nodo a cada unidad e información en un hipertexto (por ejemplo una página, una pantalla o una escena), y enlace o link a la conexión entre esos nodos.

## **Etapas del diseño de sitios Web**

La guía de IBM Education Services, Fundamentos de Internet (2005) señala que el diseño Web está compuesto por dos etapas: el diseño de la estructura lógica y el diseño de la interfaz gráfica.

### **Diseño de la Estructura Lógica**

Se refiere a la forma en que se almacena y distribuye la información, es decir, las secciones, funciones y sistema de navegación, sin hacer mención de las formas o métodos. En forma específica, es el esqueleto conceptual y no involucra detalles físicos o estéticos.

### **Estructuras del hipertexto**

La selección de un tipo de estructura determinado dependerá de la información que manejemos en el sitio Web, ya que a partir de la naturaleza de los contenidos, y de otros factores como la audiencia y los objetivos del site, se escoge la estructura idónea. Esta decisión es fundamental ya que de ella se deriva un determinado emplazamiento de los archivos y directorios, que le dará el orden lógico a la Web. Según algunos autores las estructuras más utilizadas son las siguientes:

- **Estructura lineal:** Representa una secuencia única y por tanto necesaria de nodos, entre los cuales la navegación posible consiste en acceder al nodo posterior o al anterior. Si bien este modelo minimiza al máximo la interactividad del usuario, su utilidad como parte de una estructura más compleja radica en el diseño de nodos de paso obligatorio que garantizan el acceso del usuario a la información que se considera fundamental.
- **Estructura ramificada:** Este modelo representa una trayectoria privilegiada en la que se han incluido nodos subordinados, para permitir un mayor grado de interactividad del usuario. Por ejemplo, en los cuentos infantiles interactivos, la estructura ramificada organiza la historia en el trayecto lineal, obligando al usuario a realizar una lectura secuencial, y a la vez amplía la interactividad incorporando las dimensiones lúdicas en los nodos subordinados.
- **Estructura paralela:** En este modelo se presenta una serie de secuencias lineales en las que es posible la navegación lineal, y también el desplazamiento entre los nodos de un mismo nivel. En ficciones interactivas este tipo de estructura organiza varias acciones o puntos de vista de una misma historia que se desarrollan simultáneamente, permitiendo así seleccionar en cada secuencia el punto de vista de cualquiera de los personajes intervinientes.
- **Estructura concéntrica:** Este modelo también se denomina “Collar de perlas”, organiza una serie de secuencias lineales en torno a un nodo de entrada, pero sin permitir la navegación entre los nodos de un mismo nivel. En juegos o ficciones interactivas este modelo estructura de un modo coherente, las escenas de cada uno de los mundos o zonas del interactivo, articuladas en torno a tareas u objetivos que se plantean al usuario como condición necesaria para acceder al siguiente nivel.

- **Estructura jerárquica:** También denominada en “árbol” o “arborescente”, representa el clásico modelo de organización temática de la información, donde refleja la subordinación o dependencia de unos conocimientos respecto de otros, es decir, el orden que va de lo general a lo particular. Es el más común en las aplicaciones educativas y en los buscadores temáticos de la Web denominados índices. La mayoría de los motores de búsquedas han incorporado el modelo jerárquico para organizar el acceso a sus contenidos.
- **Estructura reticular:** Esta se denomina la estructura de la araña, en todas las aplicaciones estas estructuras no privilegian trayectorias de navegación, dejando gran libertad al usuario, sin embargo, tiende a generar experiencias de navegación frustrantes. Esta estructura ofrece al usuario opciones para que exista la navegación y, al mismo tiempo, limitar los trayectos posibles para que la navegación sea eficaz.
- **Estructura mixta:** la estructura mixta combina dos o más modelos anteriormente explicados y es el caso de la inmensa mayoría de las aplicaciones interactivas. Esta estructura permite aprovechar las ventajas funcionales de cada modelo y corregir sus deficiencias o limitaciones.

### **Interactividad de la navegación**

El hipertexto de un nodo no secuencial (al contrario que el cine, la radio, la televisión o el video), exige al usuario una cierta actividad, a diferencia de la relativa pasividad del público – espectador, oyente y televidente de los tradicionales medios audiovisuales. A esta interactividad del usuario se le denomina navegación, y consiste en la acción y efecto de explorar un hipertexto.

La navegación se diseña mediante las diversas estructuras hipertextuales y los enlaces, y se orienta mediante el recurso de las metáforas, los mapas de orientación y los sistemas de ayuda.

- **Metáforas:** Las metáforas representan el contenido editorial y la estructura hipertextual del proyecto. Se definen en función del tema, y de los usuarios de la aplicación y sirven para facilitar la navegación. Se puede emplear una metáfora única limitada a la página principal, extender su empleo a los nodos del siguiente nivel, o utilizar diferentes metáforas en función a las zonas del proyecto y de la actividad del usuario.
- **Mapas:** El mapa es la representación gráfica de la estructura hipertextual del proyecto. Los mapas constituyen un tipo específico de metáfora y se clasifican, de acuerdo a su funcionalidad, en dos modalidades:
- **Mapas de orientación:** ofrecen al usuario una perspectiva global de la estructura de la aplicación.
- **Mapas de navegación:** permiten acceder directamente a cada uno de los nodos representados.
- **Ayudas:** los sistemas de ayuda, al igual que las metáforas y los mapas, son un recurso de diseño que contribuye a facilitar la navegación del usuario por el interactivo. Se entiende por ayuda el conjunto de información, orientaciones y pistas que el sistema aporta al usuario, referido tanto al contenido de navegación como a

su funcionamiento. Las modalidades del sistema de ayuda pueden agruparse en dos tipos:

- **Genéricos:** ofrecen referencia global sobre la aplicación con independencia del sitio o del problema con el que se encuentra el usuario.
- **Sensibles al contexto:** la ayuda ofrecida por estos sistemas se refiere directamente a la situación o problema específico en los que se encuentra el usuario.

## **Marco referencial para la construcción de estructuras hipertextuales**

Existen siete grandes parámetros para la construcción del diseño de navegación los cuales son: enlace, búsqueda, secuencialización, jerarquía, similitud, mapas y agentes.

### **Enlace**

Es el sistema básico de articulación de los distintos nodos, en relación a la estructura del hipertexto los tipos de enlaces son:

- **Enlace de Página:** Reflejan la secuencia de la lectura original prevista por el autor.
- **Enlace de jerarquías:** Reflejan el orden lógico de las secciones, como en una tabla de contenidos.
- **Enlace de similitud:** Conectan nodos por contenidos homogéneos que no están enlazados ni por páginas ni por jerarquías.



- **Enlace de Búsqueda:** Enlaces generados por un robot a partir de una consulta del usuario.

## **Búsqueda**

Según la complejidad inherente a las estructuras hipertextuales exige incluir en un gran número de proyectos interactivos su propio sistema de búsqueda, para facilitar la navegación del usuario. Debido a la mayor amplitud del hipertexto, crece la necesidad de diseñar un sistema de búsqueda como complemento a las ayudas o recursos de navegación. Y Las búsquedas se encuentran representadas por búsquedas por palabras claves, búsquedas temáticas y búsquedas por zonas de la aplicación.

## **Secuencialización**

Consiste en diseñar la navegación privilegiando un orden de lectura de los nodos de la aplicación que garantice el acceso al usuario a la información más esencial. Para la creación de una secuencia de lectura se necesita la paginación, la visita guiada y los sistemas alfabético y cronológico.

## **Jerarquía**

La jerarquía establece un orden lógico de acceso a la estructura hipertextual, es decir, los nodos de un interactivo pueden ordenarse en función de la precisión, la relevancia y la actualidad.

## **Similitud**

A través de la similitud también se organizan los nodos para facilitar la navegación y consiste en asociarlos a partir de los elementos que tengan en común. En función de ello se articularán los enlaces en torno a palabras claves, personajes, temas u objetos, que aparezcan de manera reiterativa en los diversos nodos de la aplicación.

## **Mapas**

Los mapas representan el espacio y reflejan la disposición relativa de los nodos de una aplicación facilitando su visión global o incluso permitiendo el acceso directo a los nodos representados. El principal uso de los mapas es resolver los tres dilemas típicos de un internauta ante el hipertexto: ¿Dónde se encuentra? ¿Qué trayectos ha recorrido? Y ¿Qué opciones de navegación se le ofrecen?

## **Agentes**

Los agentes son los principales recursos las guías y sistemas de ayuda, que se diseñan para asistir al usuario en las tareas anteriores, es decir: seguir enlaces, realizar búsquedas, acceder a trayectos de lectura, navegar en jerarquías, reconocer similitudes y utilizar mapas.

## **Diseño de Interfaz Gráfica**

La interfaz gráfica del usuario o, en inglés, Graphic User Interface, está representada por formas gráficas e imágenes, es decir, los botones, ventanas, fuentes o íconos con colores o elementos visuales que tienen funciones, realizan acciones y presentan información. Es el aspecto final de una página Web, cuyo contenido incluye datos que pueden ser vistos o escuchados por el usuario en diferentes formatos, gracias al uso de la multimedia.

Además es un dispositivo que permite comunicar dos sistemas que no hablan el mismo idioma, está especialmente ligado a los términos técnicos, es la presentación de los programas hacia los usuarios para comenzar la dinámica entre máquina y usuario. Para la existencia de la interfaz implica la presencia de un ordenador, monitor o pantalla conformado por íconos que representan las opciones que tiene el usuario para realizar su recorrido.

En el año 1981 aparecieron los primeros ordenadores personales, los llamados PCs, pero hasta 1993 no se generalizaron las interfaces gráficas de usuario. El escritorio del sistema operativo Windows de Microsoft y su sistema de ventanas sobre la pantalla se ha estandarizado y universalizado, pero fueron los ordenadores Macintosh de la compañía Apple los primeros que introdujeron las interfaces gráficas de usuario.

La importancia del diseño interfaz está ligada completamente a la experiencia en la Web, y en la pantalla, desde el uso de la primera tecla, la relación se debe establecer de manera intuitiva para que el internauta no tenga búsquedas infructuosas o difíciles que provoquen la desesperación y la frustración.

Luego de estudiar este concepto y su importancia concluimos que una página Web debe poseer varios elementos del diseño tradicionales, complementados con los elementos para diseño Web. A continuación vamos a enumerar y describir estos aspectos

## **Textos para la Web**

Lyons (1994) refiere que las palabras y otras expresiones tienen forma: De hecho en español, y en cualquier otra lengua natural con un sistema de escritura asociado y alfabético de uso común, las palabras tiene una forma oral y una forma escrita convencionalmente aceptada. En general no necesitaremos establecer una distinción entre formas escritas y orales, aunque algunas convenciones para hacerlo, cuando sea necesario están suficientemente establecidas. La forma escrita de una palabra no sólo la representa en sí misma como unidad compuesta con forma y significado, sino también para representar la forma y el significado considerados independientemente uno de otro.

De igual forma Lyons (2001) hace referencia directa sobre los textos para la Web donde señala que a las personas no les gusta leer en la Red. Señala que se debe a que “leer en la pantalla es un proceso mucho más lento que leer 39 en papel, por lo que tenemos que organizar el contenido de un modo que tiene a los usuarios a quedarse en el sitio”<sup>11</sup>. No obstante, aunque sea difícil de leer el texto es un elemento de gran peso, sobre todo si el objeto del Web site es informar. Es por ello que la ubicación de los escritos, el tipo de fuente utilizada, el tamaño, la justificación y hasta el color son parte fundamental del diseño.

El objetivo es crear un documento que sea leído, y por ello son importantes ciertos aspectos como el tamaño de la letra, estas no deben ser o demasiado grandes o demasiado

---

pequeñas, la primera porque implica páginas largas y las segundas porque dificultan la lectura. Lyons también sugiere utilizar líneas y párrafos cortos acompañados de títulos que destaquen y, además, recomienda que se evite el uso excesivo de mayúsculas o negritas, y que se agrupe la información por temas. En cuanto a la tipografía en la Web, al igual que en el diseño impreso, la selección del tipo de fuente es fundamental. Esto se debe a que existen factores de soporte tecnológico que implican variaciones en la forma o la calidad en que se visualiza.

## **Tipografía**

La tipografía en los textos de una página Web es un factor fundamental para captar la atención del lector sin causar molestias visuales, es por esto que los estilos "Serif" y "Sans-Serif" son los más utilizados ya que poseen letras pequeñas y remates en los extremos como es el caso de la fuente "Serif" Times New Roman y en el caso del formarto "Sans- Serif" la letra Arial.

Para el papel impreso las fuentes "Serif" son más legibles, ya que esos pequeños remates en los extremos dan más información sobre los caracteres y facilitan la lectura a los usuarios, sin embargo, en los monitores -debido a su menor resolución en comparación con el papel- los pequeños remates aparecen menos definidos dificultando la lectura, por lo tanto, en la Web se recomienda utilizar las fuentes "Sans-Serif".

## **El Ancho de la Línea**

Nielsen (2000) establece una señalización importante en el ancho de las líneas para una mejor legibilidad del contenido, especifica que una mayor longitud de línea requiere de un salto de mayor longitud de un punto de fijación ocular al siguiente. A mayor longitud

del salto, más inexactitud en la siguiente fijación y por tanto mayor será la dificultad de lectura. Aunque no existe una recomendación única en cuanto a la longitud máxima de línea se suele hablar máximo correcto entre los 60-70 caracteres. Además, en líneas muy cortas es importante la distribución de las unidades de significado.

## **Precisión del Espacio**

Nielsen (2000), el espacio entre las letras de una misma palabra no debería ser siempre igual. Cuando este espacio se ajusta correctamente, los textos son más legibles y el aspecto estético es mucho mejor. El interletraje o interletra, llamado también en inglés “kerning” es el espacio que se añade entre letras para diversas funciones visuales, dándole un aspecto muy profesional a los libros impresos. Sin embargo, en los navegadores, es imposible de colocar (incluso en algunos programas de edición tampoco), ya que no ofrecen esta posibilidad. A pesar de esto, es un aspecto que debe tener en cuenta a la hora de trabajar las imágenes de títulos de sección o textos incluidos en una imagen.

## **Tipos de fuentes**

Existen dos tipos de fuentes: las proporcionales y las no proporcionales, en las proporcionales el espacio depende del carácter, por ejemplo una "i" ocupa menos espacio que una "M". En las fuentes no proporcionales todos los caracteres ocupan el mismo espacio y están presentes en la mayoría de los medios escritos: periódicos, libros y Web sites.

En relación a las no proporcionales son las más ideales para mostrar muchos datos ya que ofrecen lecturas mas claras en listas de datos, tablas, calendarios, entre otros.

También son más adecuadas para la entrada de datos en las cajas de texto de formularios porque es más fácil para visualizar los errores por la mayor separación entre letras.

## **Importancia del color y el contraste**

La combinación más recomendada para casi todos los casos es texto negro sobre fondo blanco. En todo caso, si el usuario decide utilizar un color en el fondo, es más recomendable trabajar con tonos suaves, claros y siempre un color de texto oscuro para resaltar el mensaje, sin embargo, esto no aplica para las cabeceras de un sitio Web que son una excepción.

## **Justificación del texto**

Al justificar un texto el espacio entre las palabras se modifica, transformado el texto en menos legible y provoca que algunas palabras con mayor espacio entre sus caracteres sean enfatizadas de manera involuntaria, además puede suceder que la longitud no sea fija a diferentes resoluciones o tamaños de visualización del texto.

## **Letras en Negrita**

La tipografía en negrita es un estilo en el que los caracteres tienen un trazo más grueso y se utilizan para enfatizar algunas palabras, resaltar puntos clave dentro de la información o alguna frase de gran importancia. Si son utilizadas correctamente, ayudan a leer rápidamente el texto, facilitan la comprensión de la información y ubican mejor al lector en los distintos puntos que deseen comprender.

Las negritas tienen la capacidad de captar la atención total dentro de un texto, e incluso distraen seriamente, por ello nunca se debe abusar de ellas o emplearlas de modo puramente decorativo.

### **Tamaño de la fuente**

El tamaño ideal de una fuente está entre 10 y 13 puntos, siendo los más adecuados para la mayoría de textos en la Web. El único factor que rompe esta regla son los títulos y nombre de apartado, en los que perfectamente puede utilizarse un tamaño superior.

### **Uso de las mayúsculas**

Un estudio realizado por el psicólogo Robert Woodworth (1938) demostró que los textos en minúsculas se leen mucho más rápido que los que están en mayúsculas debido a que el texto en minúsculas permite patrones de caracteres únicos a diferencia a cuando es presentado totalmente en mayúsculas ya que todas las letras tienen el mismo tamaño. Por esta razón, en la Web no deben usarse para textos largos sino para palabras sueltas. Su función principal consiste en resaltar dentro de un texto, recurso muy valioso para captar atención sobre un elemento informativo.

Es importante, a la hora de implementar texto en la Web, tomar en cuenta estos detalles para que el lector se sienta más cómodo y tenga una interactividad provechosa y agradable. Las cursivas y los subrayados no son muy recomendados en la Web ya que tienden a confundir y molestar, mientras que las viñetas y sangrías son recursos útiles para estructurar la información de manera ordenada.



## Links

Según Jakob Nielsen en su guía de usabilidad (1999), los links son el elemento más importante del hipertexto y está dividido en tres grandes tipos:

- **Links asociativos, información adicional a términos:** conectan dos nodos mediante una relación indefinida.
- **Links de navegación estructural:** conectan nodos que tienen una relación de composición.
- **Links referenciales, sugerencias listadas:** conectan un nodo con su referencia, por ejemplo, una frase con el autor, un documento fuente y una cita, notas al pie, entre otros.

## Títulos de los links

Cuando se va a colocar la titulación en cada link de una página Web se deben seguir varios lineamientos:

- Incluir el nombre del sitio.
- Incluir el nombre de la sección del sitio en la que se está.

- Especificar qué tipo de información el usuario encontrará, así como también la manera en que se relaciona con el texto del enlace y con el contenido de la página.
- Comunicar los problemas del destino (sólo para usuarios registrados)
- Se sugiere que la titulación tenga un tamaño inferior a 80 caracteres y no excedan los 60, mientras más cortos sean, tendrán mayor efectividad.

### **Color en los links**

Nielsen señala que es posible definir o personalizar los colores que aparecen en los links, y los links visitados y sugiere para diferenciarlos mantener el estándar (azul para los links y morado para los usados). El significado de estas claves de color está asociado y aceptado por los internautas, y los ayuda a mantener un orden entre lo que han visualizado y lo que aún no.

### **Perspectiva de los links**

Cuando se refiere a una misma página se debe utilizar exactamente la misma URL, sólo así el internauta podrá marcarlas como vista, evitando frustraciones en el futuro cuando navegue en una nueva. Además, los links deben cumplir dos principios para incrementar su usabilidad: En primer lugar debe explicar de manera detallada el motivo por el que se va a abandonar su actual contexto y que perspectiva distinta tiene lo que está al otro lado y, en segundo lugar, se debe posicionar al usuario de manera eficaz en su nuevo contenido y proporcionar el valor relativo a su lugar de inicio.



## **Links externos y entrantes**

Jakob Nielsen señala que no es una herramienta eficaz mantener al usuario en el mismo sitio Web sin alternativa de escape, él propone que es conveniente informar cuando el usuario puede abandonar el entorno en el que se encuentra. De la misma manera, el link externo debe tener un uso importante para no generar insatisfacción en la navegación. Por otra parte, los enlaces entrantes son uno de los mejores recursos para generar tráfico hacia nuestro sitio Web y desde este punto de vista se deben tener URLS permanentes en las páginas y las mismas dotadas de contenidos concretos y organizados por temas de una manera simple en cada una.

## **Links a subscripciones y zonas registradas**

Lo ideal es que el usuario no sufra frustraciones al momento de navegar, es por esto que se debe evitar que al presionar un link se acceda a una página de registro debido a que el destino ideal es conseguir la información que están buscando realmente. De igual forma Nielsen, recomienda que al momento de diseñar un sitio de pago o reservado se debe mantener una zona abierta para que otros sitios puedan ingresar.

## **CAPÍTULO III**

### **Marco metodológico**

## **Tipo de investigación**

La documentación digital es vital para una casa de estudio ya que sustenta trabajos anteriores que sirven de guía y motivación para los nuevos proyectos, López Alfonso (2001) señala que “La innovación en la comunicación científica y académica se ve favorecida por la proliferación de revistas electrónicas y accesibles a través de Internet o diseñadas para ser consultadas exclusivamente mediante la red de redes. Se comentan las ventajas que conlleva la edición digital científico- universitarias frente a las publicaciones tradicionales, así como la utilización de redes de comunicación para consulta y difusión”.

El diseño de la investigación según Arias, F. (1999) es “la estrategia que adopta el investigador para responder al problema planteado” (p.47).<sup>12</sup> En este sentido, este trabajo de investigación requiere de un diseño metodológico exploratorio, descriptivo y explicativo. Primero, es necesario realizar un análisis documental previo consultando bibliografías, entrevistas, documentos digitales, entre otros, que permitirán estudiar toda la teoría referente al tema escogido que es la Internet.

El Manual de de Trabajos de grado de especialización y maestría y tesis doctorales de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador FEDUPEL (2006) define como un proyecto factible a la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de

---

organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos.

Según lo planteado en este proyecto, el tipo de investigación que se utilizó fue descriptiva ya que fue el canal para el método de análisis que logró especificar un objeto de estudio señalando sus características y propiedades, además cuenta con elementos de clasificación que funcionan de manera estructural para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos del trabajo. Así mismo, es un proyecto factible ya que el diseño de la página Web se realizó en su totalidad y es herramienta que satisface las necesidades del público al cual va dirigido.

### **Diseño de la investigación**

Se realizará una investigación de campo que según Sabino, C. (1992) “consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variables alguna” (P.47).<sup>13</sup> Los datos se obtienen directamente de la experiencia empírica (primarios, pues aluden a datos originales) o son previamente recolectados en otras investigaciones y son conocidos mediante informes (secundarios). De esta manera se recolectaron fuentes fidedignas que aportaron los datos exactos sobre las necesidades de los estudiantes y profesores relacionados con el Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social. Así mismo contamos con información que engloba a la comunidad estudiantil, generando un diseño acorde a las necesidades. Entre esta información tenemos su historia, su misión, visión, servicios, trabajos anteriores, diseño, entre otros.

---





## **CAPÍTULO IV**

### **Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela**

## **Identificación de la institución**

### **Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social UCV**

La Coordinación de Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela es una Unidad Administrativa-Docente, creada en Abril de 2007 con los objetivos de facilitar los procedimientos y proporcionar la información necesaria, que permitan el cabal cumplimiento por parte de los Estudiantes que cada año tengan el deber de realizar el Servicio Comunitario.

- **Misión**

Contribuir con la formación integral del estudiante de Comunicación Social, a través del desarrollo de actividades en las comunidades, aplicando los conocimientos adquiridos durante su formación académica, en beneficio de la comunidad, para cooperar con su participación en la disminución de los problemas que la afectan, desarrollando alternativas comunicacionales que contribuyan a solucionarlos, respondiendo así, al compromiso que se tiene con la sociedad.

- **Visión**

De acuerdo a los Fines de la Ley de Servicio Comunitario y del Reglamento del Servicio Comunitario de la Universidad Central de Venezuela (UCV): la Coordinación de Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social, se constituye en una instancia para la formación integral del estudiante, que permite Fomentar la solidaridad y el

compromiso con la comunidad como norma ética y ciudadana; Hacer un acto de reciprocidad con la sociedad; Enriquecer la actividad de educación superior, a través del aprendizaje servicio, con la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la formación académica; Integrar a la Escuela de Comunicación Social con la comunidad, para contribuir al desarrollo de la sociedad venezolana, y formar, a través del aprendizaje servicio, el capital social en el país.

## **CAPITULO V**

**Planificación del sitio Web:**

**[www.serviciocomunitarioecsucv.com.ve](http://www.serviciocomunitarioecsucv.com.ve)**

- **La propuesta**

**Serviciocomunitarioeicsucv.com.ve** es una herramienta digital que surge con el objetivo de cubrir necesidades a distintos grupos de interesados con respecto al Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social de la UCV. Entre los beneficiarios se encuentran los estudiantes regulares y de nuevos ingreso, los profesores y las organizaciones que estén interesadas en participar y conocer detalladamente cómo postularse e incluirse en cada proyecto.

El site proporciona a los internautas las posibles preguntas y respuestas que podrían hacerse sobre este requisito como: Qué es, qué debo hacer, qué necesito para hacerlo, cómo lo hago, entre otras, acompañado de un lenguaje amigable, fácil acceso y navegación, logrando que puedan tener un mayor manejo de la información. Al desarrollar el diseño se le dio gran importancia al contenido ya que su función principal radica en ser una página informativa, sin embargo, se logró seleccionar el de mayor relevancia para transmitir una sensación de simpleza a los usuarios.

Para lograr estos objetivos, seleccionamos la plataforma Wordpress que es un gestor de contenidos o CMS (Content Management System) enfocado en la creación de cualquier tipo de sitio y que en los últimos años ha alcanzado una gran relevancia, considerando que permite a usuarios con mínimos conocimientos informáticos su manejo interior e igualmente agrega elementos acordes a los lenguajes actuales de programación y la experiencia de usuario (User Experience UX). Según María Sánchez de SEMRUSH BLOG (Enero 2016), La experiencia de usuario es la sensación que experimenta el internauta cuando interactúa con una página Web, es decir, que la Experiencia de Usuario está más relacionada con aspectos subjetivos como el diseño emocional, el tono del mensaje, el factor persuasivo, la ergonomía, etc. Sin embargo, hay muchos otros aspectos “objetivos” que también tienen un papel destacado, como por ejemplo: la usabilidad de la página, la

accesibilidad, la arquitectura, la adaptación a responsive, la forma de interacción, la velocidad de carga, entre otros.

Para nuestra Web se eligió una plantilla preelaborada por Stylemix Themes llamada MasterStudy cuya estructura está compuesta por:

**A) Una página de inicio (Home) integrada por las siguientes elementos:** un header de tres secciones: La barra tope o top bar, con información de contacto, horario y ubicación y botones de acceso directo a las redes sociales del Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela; logo y menú principal, compuesto por las pestañas de acceso a distintas secciones internas de la página y un banner superior o slider que muestra imágenes rotativas seleccionadas por el administrador del sitio, así como un texto destacado y un botón Call-To-Action de acceso directo a enlace interno a una sección predeterminada por el administrador. Posteriormente se integran cuatro cajas destacadas (Featured boxes) a cuatro columnas compuestas por un ícono y texto, cada una identificada con un color distintivo igualmente definido por el administrador. A continuación se encontrarán los feeds de los timelines de las redes sociales del Servicio Comunitario pertenecientes a la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela: Twitter, Facebook e Instagram a tres columnas. La siguiente sección, es la facilidad de la plantilla seleccionada, que permite mostrar el histórico de logros obtenidos en el Departamento, la cual se muestra a cuatro columnas. Luego, se muestran en tres columnas las publicaciones más recientes compuestas por los distintos proyectos vigentes a la fecha. Sigue una sección integrada (a dos columnas) por un contador que muestra de forma regresiva la cantidad de días que restan para la inscripción en el Servicio Comunitario acompañado de un formulario de contacto. La siguiente división la integran, a tres columnas, los testimoniales y un video destacado. Finalmente, está el pie de página o footer donde se muestran los detalles de autoría y un menú secundario.

Es importante destacar que todas estas secciones están diferenciadas entre sí a través de

distintos elementos tales como: Color de fondo, separadores, imágenes, etc. Para la navegación de esta página inicial, el usuario requiere realizar scroll vertical, modalidad de desplazamiento con la que los usuarios están hoy en día familiarizados.

Con el incremento del uso de dispositivos móviles y las pantallas de distintos tamaños los desarrolladores Web cuentan con las posibilidades de optar por opciones de diseño para que el sitio se muestre debidamente en distintas resoluciones de pantalla. En ese sentido existen dos modalidades de diseño para dicha optimización: el diseño adaptativo y el diseño responsive, la gran mayoría de las plantillas desarrolladas para Wordpress cuentan con esta última función por defecto, es decir, de forma automática. El diseño responsive consiste en la reestructuración de los elementos de la Web para optimizar todo el espacio disponible y ofrecer una excelente experiencia de usuario, esto se consigue estableciendo unas medidas de ancho y márgenes de diseño en tamaños proporcionales, en lugar de establecer valores fijos en los pixeles. También se necesita utilizar “media queries” y hojas de estilo para poder fijar las CSS correspondientes a cada tamaño de pantalla. Esta modalidad de diseño se diferencia del adaptativo en que este último utiliza tamaños de pantalla preestablecidos, por ejemplo: ordenador 1024 x 768 pixeles y dispositivo móvil 240 x 320 pixeles. Una limitación importante dadas las múltiples resoluciones de pantalla que hoy en día existen.

**B) Páginas Internas:** Wordpress jerarquiza parte de su contenido en dos tipos de formatos, las publicaciones o post que se organizan en base a orden cronológico y categorías y las páginas que no poseen orden predeterminado. Para nuestro sitio se emplearon páginas para aquellos contenidos permanentes, tales como proceso de contactos, estudiantes, procedimientos, inscripción, requisitos, formularios de contacto, misión y visión y reglamentos. El usuario tiene acceso a estas páginas desde las pestañas del menú superior y los enlaces activos de los featured boxes.

**C) Publicaciones o post:** Siguiendo la jerarquía de contenidos explicada anteriormente

bajo la modalidad de publicaciones se encuentran aquellas que no son permanentes y por eso pueden variar en el tiempo tales como, los proyectos.

Igualmente, existen una serie de elementos descargables cuyo acceso se ha facilitado para su consulta, visualización o impresión a través de la carga en la página bajo formatos PDF y Word. Dichos accesos se encuentran fácilmente identificables a través de la disposición de los botones Call-to-action correspondientes azules para los casos de requisitos y documentos oficiales y los naranja para proyectos externos.

La tipografía utilizada en el cuerpo del sitio Web corresponde a la familia Open Sans (14 píxeles); para el resto del site se utilizó la tipografía perteneciente a la familia Montserrat, en títulos del menú (14 píxeles), cabeceros (H2 48 píxeles), títulos de entrada (H3 18 píxeles). Ambas familias tipográficas son reconocidas por los navegadores Web sin ninguna dificultad y vienen predeterminadas en la platilla utilizada, así como sus colores y tamaños varían para facilitar la lectura.



- **El presupuesto**

Considerando la naturaleza del presente sitio Web se tomaron en cuenta, evidentemente, costos que no se adaptan a la realidad económica actual para la realización del mismo, sin que esto represente una disminución en su calidad. Se realizó el registro de dominio en el nic.org.ve: [Serviciocomunitarioecsucv.com.ve](http://Serviciocomunitarioecsucv.com.ve) con un valor de 1 Unidad Tributaria (UT) anual a la tasa del momento (Bs. 150) dicha vigencia corresponde al período Enero 2016 – Enero 2017 fecha final para la cual deberá realizarse la renovación del mismo, estimándose que la misma permanezca en 1 UT anual. Así mismo, se alojó la página Web en un servidor compartido de la empresa Hostgator ubicada en Estados Unidos de Norteamérica, debido a la estabilidad y soporte técnico que representa el mismo. El costo de alojamiento por el período Enero 2016 – Enero 2017 fue de US\$ 20, monto que debe ser cancelado nuevamente al término de dicho período al prestador de servicio, es decir, el Web Master cuyos datos de contacto fueron suministrados a la Coordinación del Servicio Comunitario a fin que los encargados de dar continuidad a este proyecto lo contacten ante cualquier circunstancia. En términos de horas hombre por configuración, gestión, adaptación, carga de contenido inicial, etc, se canceló Bs. 20.000 como pago único. Este último costo sólo será considerado al presente proyecto ya que no corresponde a la realidad económica del País. En la actualidad, proyectos similares al nuestro, tienen un valor aproximado de Bs.300.000.



### NUESTROS LOGROS

Here you can review some statistics about our Education Center

<b>94,532</b> FOREIGN FOLLOWERS	<b>11,223</b> CLASSES COMPLETE	<b>282,673</b> STUDENTS ENROLLED	<b>37</b> CERTIFIED TEACHERS
------------------------------------	-----------------------------------	-------------------------------------	---------------------------------

[¡CONOCE LOS INSTRUCTORES!](#)

### PROYECTOS VIGENTES



**Nueva Propuesta de Proyecto de IPZ Venezuela**  
 Nombre del Proyecto: Promoción de la libertad de expresión, el acceso a la información pública y el gobierno de investigación en Venezuela.  
 N° de estudiantes a vincular: 8 estudiantes de comunicación social.



**Propuesta de Proyecto Centro Gumilla**  
 Nombre del Proyecto: IV Encuentro de Constituyentes de Paz y 75 Años Revista SIC.  
 N° de estudiantes a vincular: del (2) Estudiantes.



**Nueva Propuesta de la Fundación Cultural Interencuentros**  
 Nombre del Proyecto: Reconocimiento de Talento y Capacitación Creativa.  
 N° de estudiantes a vincular: de 6 a 15 estudiantes.

#### NO DEJES QUE SE TE PASE EL TIEMPO DE INSCRIPCIÓN

Restan

**78**  
DAYS

**13**  
HOURS

**51**  
MINUTES

**09**  
SECONDS

#### Contáctanos

[ENVIAR](#)

### TESTIMONIALES

**Mariamella Coppola**  
Estudiante

Realicé mi Servicio Comunitario en Sanos, saludable y durante las horas actividades más sencillas y resultó grato porque colabora de manera significativa.

**Daniela Ríos**  
Estudiante

El Servicio Comunitario abrió tu mente a realidades que pocas veces se ven para aportar soluciones, a la vez que aporta aprendizaje y brinda experiencias de colaboración.

### VIDEO TOUR



- **Descripción**

Esta primera parte de la página, también llamada Home, es la protagonista del sitio Web realizado para el Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social y puede visualizarse tanto en versión Web como en móvil. La página está realizada a través del programa WordPress y contiene un menú desplegable de dos niveles, lo que quiere decir que al clickear sobre ellos se despliega una sección y luego otra adicional permitiendo el acceso a los contenidos de forma rápida y sencilla sin necesitar navegación adicional o búsqueda dentro del sitio. Durante la navegación no habrá sorpresas ya que todo lo que contiene el site está a simple vista, las páginas son full frame y se abren a través de enlaces internos. El home es independiente de todo lo demás y está compuesto por una serie de imágenes que incluyen ciertos elementos emblemáticos de la Universidad Central de Venezuela, como lo son: El Reloj, La Biblioteca Central y Tierra de Nadie. En la parte superior, se encuentra una barra de color negro en la cual se ubican las herramientas de localización como el teléfono, dirección y horario de atención al público de la Coordinación del Servicio Comunitario. Así mismo, se agregaron los íconos de las redes sociales correspondientes que al hacer clic te dirigen directamente a cada una. Ubicado a la izquierda está el logotipo del Servicio Comunitario y el de la Escuela, acompañado del nombre y a la derecha los botones de acceso a las secciones principales: Inicio, Estudiantes, Organizaciones, Proyectos, Galerías y Contacto. Centrado y un poco a la izquierda se colocó un enunciado en negrita que dice: “Da el primer paso. Haz tu Servicio Comunitario” en color amarillo y blanco con la tipografía Monserrat. Explorando hacia la parte inferior se encuentra la interrogante ¿Estás listo para comenzar? En color blanco representado a través de un birrete está el call-to-action “Ver requisitos”, el cual al hacer clic te lleva a ellos.

También encontramos al bajar un poco más cuatro cajas destacadas de distintos colores y elementos gráficos que tienen como objetivo enfatizar la función de cada paso, acompañado de una breve descripción que al seleccionar te lleva a la acción siguiente. Cada caja presenta una pregunta diferente: “¿Por qué hacerlo? ¿Qué necesito? ¿Cuáles son los proyectos? y ¿En que consiste? Con su respectiva respuesta. A continuación sigue la referencia de las redes sociales del Servicio, en este caso Twitter, Facebook e Instagram con la opción de acceder a las mismas y más abajo, en un recuadro azul que en el fondo posee una foto de estudiantes en una comunidad ubicada en el Hatillo, los logros alcanzados por este departamento a lo largo de los años. En tres recuadros debidamente identificados se presentan los proyectos que se están desarrollando para permitir su conocimiento y participación, seguidamente un recuadro amarillo con el fin de mostrar sobre el tiempo restante para el comienzo del Servicio Comunitario y, a la derecha, la opción para contactar a los encargados del departamento para cualquier interrogante. Luego, están dos cuadros en los cuales se observan un par de testimoniales de estudiantes de la escuela narrando su experiencia vivida a través de su actividad de Servicio Comunitario y en la parte derecha está otro acceso a la sección de videos.

## Menú de inicio

58 212 226 3126 Escuela de Comunicación Social, UCV, Los Chaguaramos Lun - Vie, 8:00 - 12:00

SERVICIO COMUNITARIO ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL UCV

INICIO ESTUDIANTES ORGANIZACIONES PROYECTOS GALERÍA CONTÁCTANOS

Misión y Visión  
Reglamentos

# DA EL PRIMER PASO HAZ TU SERVICIO COMUNITARIO

¿Listo para comenzar?

VER REQUISITOS

### ¿POR QUÉ HACERLO?

El Servicio Comunitario no solo es un requisito obligatorio para graduarte, sino también una oportunidad de aportar tu cuota de responsabilidad social.

### ¿QUÉ NECESITO?

Existen una serie de REQUISITOS que debes cumplir para iniciar el proceso, aquí te los explicamos de forma sencilla y clara.

### ¿CUÁLES SON LOS PROYECTOS?

Existe una Oferta de Proyectos concebidos por distintas organizaciones en los que te puedes inscribir para participar.

### ¿EN QUÉ CONSISTE?

Durante el Servicio Comunitario los bachilleres participan activamente en proyectos de índole social de diversas instituciones y comunidades.

serviciocomun@seccuio.com.ve



# MISIÓN Y VISIÓN

SERVICIO COMUNITARIO ECS UCV > MISIÓN Y VISIÓN

La Coordinación de Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social es una Unidad Administrativa-Docente, creada en Abril de 2007 con los objetivos de facilitar los procedimientos y proporcionar la información necesaria, que permitan el cabal cumplimiento por parte de los Estudiantes que cada año posean el deber de realizar el Servicio Comunitario.

## Misión

Contribuir con la formación integral del estudiante de Comunicación Social, a través del desarrollo de actividades en las comunidades, aplicando los conocimientos adquiridos durante su formación académica, en beneficio de la comunidad, para cooperar con su participación en la disminución de los problemas que la afectan, desarrollando alternativas comunicacionales que contribuyan a solucionarlos, respondiendo así, al compromiso que se tiene con la sociedad.

## Visión

De acuerdo a los Fines de la Ley de Servicio Comunitario y del Reglamento del Servicio Comunitario de la Universidad Central de Venezuela (UCV); la Coordinación de Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social se constituye en una instancia para la formación Integral del estudiante, que permite: Fomentar la solidaridad y el compromiso con la comunidad como norma ética y ciudadana; Hacer un acto de reciprocidad con la sociedad; Enriquecer la actividad de educación superior, a través del aprendizaje servicio; con la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la formación académica; Integrar a la Escuela de Comunicación Social con la comunidad, para contribuir al desarrollo de la sociedad venezolana, y formar, a través del aprendizaje servicio, el capital social en el país.



# REGLAMENTOS

SERVICIO COMUNITARIO ECS UCV > REGLAMENTOS

A continuación encontrarán los Reglamentos que rigen todo lo concerniente al Servicio Comunitario del Estudiante Universitario y las Normas del Servicio Comunitario de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela.



Ley de Servicio Comunitario del Estudiante Universitario



1er. Comunicado del Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria sobre el Servicio Comunitario



2do. Comunicado del Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria sobre el Servicio Comunitario



3er. Comunicado del Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria sobre el Servicio Comunitario





- **Descripción**

Inicio es una de las secciones secundarias que al hacer clic sustituye el contenido central, manteniendo las barras de navegación superior y puede ingresarse a dos opciones:

1. **Misión y visión:** Este espacio está constituido por un texto que describe brevemente las funciones más importantes del servicio comunitario, de igual manera sirve como elemento informativo para que los participantes puedan contextualizar de una manera eficaz sus proyectos.
2. **Reglamentos:** Está conformado por siete call-to-action y cada uno de ellos lleva a la descarga de contenidos distintos. Están organizados a través de cuadros azules representados con una flecha de descarga y están titulados de la siguiente manera: Ley del Servicio Comunitario del Estudiante Universitario, Primer Comunicado del Poder Popular para la Educación Universitaria sobre el Servicio Comunitario, Segundo Comunicado del Ministerio del Poder Popular para la Educación

Universitaria sobre el Servicio Comunitario, Tercer Comunicado del ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria sobre el servicio Comunitario, Cuarto Comunicado del Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria sobre el Servicio Comunitario, Normativa de Servicio Comunitario de la Facultad de Humanidades y educación y Reglamento del Servicio Comunitario del Estudiante de la Universidad Central de Venezuela. A través de ellos se accede a cada Ley para conocer sus principios y entenderlas y tendrán apertura en un formato PDF.

## Estudiantes

+58 212-226-8126 Escuela de Comunicación Social, UCV, Los Chaguaramos Lun. - Vie. 8.00 - 12.00

INICIO ESTUDIANTES ORGANIZACIONES PROYECTOS GALERÍA CONTÁCTANOS

Proceso de Inscripción  
Requisitos  
Planillas Inscripción  
Procedimiento para Proponer un Proyecto

**DICE LA SABIDURÍA POPULAR  
ES MEJOR SER PARTE DE LA SOLUCIÓN**

VER PROYECTOS

**¿POR QUÉ HACERLO?**  
El Servicio Comunitario no solo es un requisito obligatorio para graduarte, sino también una oportunidad de aportar tu cuota de responsabilidad social.

**¿QUÉ NECESITO?**  
Existen una serie de REQUISITOS que debes cumplir para iniciar el proceso, aquí te los explicamos de forma sencilla y clara.

**¿CUÁLES SON LOS PROYECTOS?**  
Existe una Oferta de Proyectos concebidos por distintas organizaciones en los que te puedes inscribir para participar.

**¿EN QUÉ CONSISTE?**  
Durante el Servicio Comunitario los bachilleres participan activamente en proyectos de índole social de diversas instituciones y comunidades.

serviciocomunitario.ucv.com.ve



# PROCESO DE INSCRIPCIÓN

## 7 PASOS PARA REALIZAR EL SERVICIO COMUNITARIO

Por: César De Pablos



**1**  
Inscribe el Servicio Comunitario en tu Escuela



**2**  
Realiza el curso de inducción (se dicta al inicio de cada semestre)



**3**  
Está atento a las fechas tope de inscripción de proyectos y propuestas



**4**  
Inscribe tu proyecto y recibe el curso de inducción del mismo



**5**  
Desarrolla tu proyecto en una comunidad, de la mano con tu tutor durante mínimo 120 horas académicas



**6**  
Entrega un informe a tu tutor. Luego será remitido a la Coordinación de Servicio Comunitario de tu Escuela.



**7**  
Espera tu carta de culminación... ¡Y LISTO!





# REQUISITOS

SERVICIO COMUNITARIO ECS UCV > REQUISITOS

Los Estudiantes que quieran realizar el Servicio Comunitario o deban inscribirlo para graduarse próximamente, tengan en cuenta la necesidad de cumplir los siguientes requisitos:

1. Tener aprobados cien (100) créditos académicos para el momento de la inscripción.
2. Inscribir el Servicio Comunitario paralelamente a las inscripciones de la Escuela, en cualquiera de los dos semestre del año académico correspondiente.
3. Las inscripciones sólo se realizarán en el Cubículo de la Coordinación de Servicio Comunitario que está al lado del Centro de Estudiantes, en el horario establecido para las inscripciones regulares del semestre.
4. Los días de las inscripciones en la Escuela entregar (original y copia) al representante de la Coordinación de Servicio Comunitario, las siguientes planillas:



# PROCEDIMIENTO PARA PROPONER UN PROYECTO

Estudiantes

SERVICIO COMUNITARIO ECS UCV > PROCEDIMIENTO PARA PROPONER UN PROYECTO

Si deseas proponer un Proyecto, la propuesta debe cumplir con los lineamientos sugeridos por la Coordinación de Servicio Comunitario de la ECS, que a continuación se describen:

1. Ser actividades comunicacionales de acción social (Información, Comunicación o Educación), a realizarse en no menos de 120 horas académicas y 3 meses, no se permiten actividades básicamente administrativas o de promoción institucional, además en consonancia con la ley tampoco se permiten actividades remuneradas, proselitistas o político partidista.

2. Estar respaldado formalmente por la Institución (pública, privada u organización social), en la que quieres realizar el Servicio Comunitario, para esto te recomendamos que contactes vía telefónica o visites a las instituciones u organizaciones de tu comunidad (o las que presenten mayores facilidades de acceso) con el objetivo de saber su disposición a incorporar estudiantes para realizar el Servicio Comunitario, y poder elaborar o presentarles el borrador de la propuesta (Formato 003a) para su aceptación y solicitar de forma individual tu incorporación en las actividades que realizan.

3. Al obtener el visto bueno del proyecto por parte de una Institución u organización, es importante que les suministres la carta que confirma su aceptación a que realices con ellos el Servicio Comunitario (Formato 004).

4. De ser un grupo, cada miembro del equipo debe tener una planilla (Firmada y Sellada).

5. Debes completar el formato del proyecto con los datos de la institución u organización (Formato - 003b), y si fuese el caso, aprovechar para incorporar los cambios, sugerencias y nuevos elementos que consideres necesarios en el proyecto.

6. El formato del proyecto y la carta de aceptación deben ser firmado por la persona contacto y poseer el sello de la institución u organización en la que realizarás el Servicio Comunitario.

La persona contacto (tutor externo): es el responsable que ha seleccionado la institución u organización para coordinar, tutorar y validar, de forma externa, las actividades que realizarás durante el Servicio Comunitario.

7. La propuesta de proyecto (Formato - 003b) junto a la carta de aceptación (Formato - 004) los debes consignar (original y copia) de forma individual de ser un grupo, a la Coordinación de Servicio Comunitario, ya que son los recaudos que se solicitan para autorizar el inicio de la Práctica Comunitaria.

Recuerda que si obtienes estos documentos durante las vacaciones, debes notificarnos por correo electrónico, así como la posibilidad de que otros estudiantes puedan incorporarse en el proyecto.

## • Descripción

La sección estudiantes, al igual que la página anterior, es un espacio complementario que se despliega en el home page y está compuesta por 4 subsecciones a las que se puede ingresar haciendo clic en cada una de ellas.

1. **Proceso de inscripción:** Esta subsección contiene una infografía ilustrada en la cual se explica de manera detallada los 7 pasos para realizar el Servicio Comunitario.
2. **Requisitos:** En esta Subsección están explicados, de manera detallada, los requisitos que deben cumplir los estudiantes que deseen realizar el Servicio Comunitario.
3. **Planillas de inscripción:** En esta subsección están los formatos de planilla de inscripción para Control de Estudios de la Facultad de

Humanidades y Educación del Servicio Comunitario y la planilla de inscripción al Curso de Inducción General (Formato ECS-SC001) ambas descargables en formato Word.

4. Procedimiento para proponer un proyecto: En esta subsección se explica paso por paso a los estudiantes cómo postular un proyecto para Servicio Comunitario.

## Organizaciones

+58 212-226-3126 Escuela de Comunicación Social, UCV, Los Chaguaramos Lun. - Vie. 8.00 - 12.00

SERVICIO COMUNITARIO ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL UCV

INICIO ESTUDIANTES ORGANIZACIONES PROYECTOS GALERÍA CONTACTANOS

Procedimiento para proponer un Proyecto

**DICE LA SABIDURÍA POPULAR ES MEJOR SER PARTE DE LA SOLUCIÓN**

VER PROYECTOS

**¿POR QUÉ HACERLO?**  
El Servicio Comunitario no solo es un requisito obligatorio para graduarte, sino también una oportunidad de aportar tu cuota de responsabilidad social.

**¿QUÉ NECESITO?**  
Existen una serie de REQUISITOS que debes cumplir para iniciar el proceso, aquí te los explicamos de forma sencilla y clara.

**¿CUÁLES SON LOS PROYECTOS?**  
Existe una Oferta de Proyectos concebidos por distintas organizaciones en los que te puedes inscribir para participar.

**¿EN QUÉ CONSISTE?**  
Durante el Servicio Comunitario los bachilleres participan activamente en proyectos de índole social de diversas instituciones y comunidades.

+1 212-226-3126 Escuela de Comunicación Social, UCV, Los Chaguaramos Lun. - Vie. 8.00 - 12.00 Login Register

SERVICIO COMUNITARIO ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL UCV

INICIO ESTUDIANTES ORGANIZACIONES PROYECTOS GALLERY CONTACT US

**PROCEDIMIENTO PARA PROPONER UN PROYECTO**  
(Organizaciones)

SERVICIO COMUNITARIO ECS UCV > PROCEDIMIENTO PARA PROPONER UN PROYECTO



Si eres una **organización social** o una **comunidad interesada** en proponer un proyecto y dentro de las actividades sociales que desarrolla ha pensado la posibilidad de incorporar Estudiantes Universitarios para que realicen el Servicio comunitario, en nuestro caso de la Escuela de Comunicación Social de la UCV.

La metodología que utilizamos, en función de los tiempos y las distancias, es que las organizaciones interesadas normalmente nos manda una propuesta ([Descargar anexo Formato 003](#)) para revisarla y presentar recomendaciones de ser necesario. Y una vez lista, se le remite a todos los estudiantes del SC-ECS para que los interesados contacten a la organización directamente.

En cuanto a la propuesta, deben ser actividades comunicacionales de acción social, a realizarse en no menos de 120 horas académicas y 3 meses, no se permiten actividades básicamente administrativas o de promoción institucional, además en consonancia con la ley tampoco se permiten actividades remuneradas, proselitistas o político partidista.

La propuesta o actividades comunicacionales de acción social, deben estar fundamentadas en todas, varias o una de las siguientes áreas de acción (dimensiones):

DIMENSIONES	OBJETIVOS	FINES
INFORMACIÓN	Concientización y Sensibilización Social.	Dar a conocer las causas, consecuencias y posibles soluciones de un problema o situación que afecte a una comunidad.
COMUNICACIÓN	Interacción y Organización Social.	Propiciar el acuerdo entre los involucrados (stakeholders) para determinar y dar a conocer en la comunidad las acciones a ejecutar y sus responsables.
EDUCACIÓN	Capacitación y Participación Social.	Desarrollar y facilitar herramientas comunicacionales que apoyen continuamente a los equipos de trabajo en la ejecución de las acciones planificadas.

En caso de cualquier duda o comentario, no dude en [CONTACTARNOS](#)

- **Descripción**

La sección de organizaciones tiene, al igual que las anteriores, una función explicativa que, en este caso, es para que las organizaciones sociales y la comunidad interesada conozcan los pasos para proponer un proyecto o incorporar uno.

También, explica la metodología que utiliza la escuela y especifica los requisitos para las distintas propuestas. Se encuentra organizado a través de un cuadro de texto dividido en dimensiones, objetivos y fines, y a través de estos títulos surgen otros subtítulos llamados información, comunicación y educación. De allí surgen unos textos que explican la concientización social, el nivel de participación en un proyecto, la interacción, la capacitación social y una serie de características que debe poseer un buen Servicio Comunitario. Además, en la parte inferior central hay un call-to-action llamado “contáctanos” que realiza el enlace directo a la opción de contacto, ubicando al usuario de manera inmediata en esta sección del portal.

## Proyectos

PROYECTOS  
Our news & Events

SERVICIO COMUNITARIO ECI UCV + BLOG + PROYECTOS

Logo	Project Name	Date	Description	Number of Students
	Nueva Propuesta de Proyecto de IPYS Venezuela	21 FEB	Nombre del Proyecto: Promoción de la libertad de expresión, el acceso a la información pública y el periodismo de investigación en Venezuela.	No. estudiantes a vincular: 6 estudiantes de
	Propuesta de Proyecto Centro Gumilla	30 ENE	Nombre del Proyecto: IV Encuentro de Constructores de Paz y 75 Años Revista SIC. Nº de estudiantes a vincular: dos (2) Estudiantes.	
	Nueva Propuesta de la Fundación Cultural InterEncuentros	30 ENE	Nombre del Proyecto: Reconocimiento de Talentos y Capacitación Creativa.	Nº de estudiantes a vincular: de 6 a 15 estudiantes.

- **Descripción**

Proyectos es la cuarta sección de la página en la que, a medida que se va actualizando, aparecerán las tres últimas propuestas, es decir, van en orden cronológico. El primero está encabezado por Instituto de Prensa y Sociedad y refleja una nueva Propuesta de Proyecto de IPYS Venezuela, al lado derecho le sigue Centro Gumilla con una propuesta de proyecto también y por último la Fundación de Interencuentros con una propuesta innovadora. El

objetivo es con el paso del tiempo se puedan incluir proyectos nuevos a esta parte del Sitio Web.

## Galería

The image shows a website for the 'SERVICIO COMUNITARIO ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL UCV'. The header includes contact information: '+58 212 226-3126', 'Escuela de Comunicación Social, UCV, Los Chaguaramos', and 'Lun. - Vie. 8.00 - 12.00'. The navigation menu contains 'INICIO', 'ESTUDIANTES', 'ORGANIZACIONES', 'PROYECTOS', 'GALERÍA', and 'CONTACTANOS'. A dropdown menu is open under 'GALERÍA', showing 'Fotos' and 'Videos'. The main content area features a large image of a university building with the text 'DA EL PRIMER PASO HAZ TU SERVICIO COMUNITARIO' and '¿Listo para comenzar?'. Below this is a 'VER REQUISITOS' button. At the bottom, there are four colored boxes with icons and text:

- ¿POR QUÉ HACERLO?**  
El Servicio Comunitario no solo es un requisito obligatorio para graduarte, sino también una oportunidad de aportar tu cuota de responsabilidad social.
- ¿QUÉ NECESITÓ?**  
Existen una serie de REQUISITOS que debes cumplir para iniciar el proceso, aquí te los explicamos de forma sencilla y clara.
- ¿CUÁLES SON LOS PROYECTOS?**  
Existe una Oferta de Proyectos concebidos por distintas organizaciones en las que te puedes inscribir para participar.
- ¿EN QUÉ CONSISTE?**  
Durante el Servicio Comunitario los bachilleres participan activamente en proyectos de índole social de diversas instituciones y comunidades.

# FOTOS

SERVICIO COMUNITARIO DEL UCV - FOTOS

## Servicio Comunitario en la Comunidad de Papelón





Copyright © 2015 MasterStudy Theme / Trabajo de Grado de Renata Rios y Daniela Landaeta / Con colaboración de Betromedios, C.A. [INICIO](#) [f](#) [t](#) [i](#) [b](#)

+58 212-226-3126 Escuela de Comunicación Social, UCY, Los Chaguaramos Lun. - Vie. 8.00 - 12.00 [f](#) [t](#) [i](#) [b](#)



[INICIO](#) [ESTUDIANTES](#) [ORGANIZACIONES](#) [PROYECTOS](#) [GALERÍA](#) [CONTÁCTANOS](#) [🔍](#)

## VIDEOS

SERVICIO COMUNITARIO ECS-UCY - VIDEOS







- **Descripción**

La página posee una pestaña denominada “Galería” que, al seleccionarla, se divide en dos opciones: la primera de ellas se llama Fotos y la segunda Videos, al seleccionar la primera opción, se despliegan una serie de imágenes protagonizadas por estudiantes de la Escuela de Comunicación Social específicamente realizando actividades del Servicio Comunitario en la comunidad de Papelón, ubicada en el Hatillo. Contiene 20 imágenes en donde se aprecia a los estudiantes, algunos profesores y el Jefe de Departamento conversando con los integrantes de la comunidad para ampliar su conocimiento sobre todas las problemáticas que presentan. A partir de esa retroalimentación de los distintos grupos surgieron distintos proyectos para la



resolución de los problemas y muchos de estos siguen desarrollándose. Además, las habitantes de la comunidad ofrecieron un tour para compenetrar de manera más completa a todos con su comunidad.

A continuación la opción de Videos, la cual está representada por 6 elementos multimedia. En ellos hay distintos testimoniales de los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social, donde realizan una breve descripción del servicio de su elección y sus vivencias. El primer video se titula “Invitación a Proyecto Papelón” en su imagen de presentación se observa al Profesor Carlos Gutiérrez y un grupo estudiantil, para luego dar inicio a los testimoniales de algunos estudiantes que culminaron su actividad, en donde cuentan sus impresiones, enseñanzas y esfuerzos luego de conocer más sobre esta comunidad. El video tiene una duración tres minutos y medio y lo realizaron siete estudiantes de la escuela encargados de la producción y contenido del mismo, además este elemento posee un fondo musical a sus inicios y luego los alumnos representan el elemento a través de sus discursos acompañado de numerosas imágenes del recorrido que ofreció Papelón y sus habitantes. Los siguientes cinco videos están conformados por estudiantes que cuentan su historia acerca de todo el tiempo que duró su servicio, los logros obtenidos, lo satisfactorio de la retroalimentación y contacto con sus habitantes y lo reconfortante de conocer nuevas realidades y aportar un grano de arena para su crecimiento.

## Contáctanos

+58 212-226-3126 Escuela de Comunicación Social, UCV, Los Chaguaramos Lun. - Vie. 8.00 - 12.00 f t

SERVICIO COMUNITARIO ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL UCV

INICIO ESTUDIANTES ORGANIZACIONES PROYECTOS GALERÍA **CONTÁCTANOS**

# CONTÁCTANOS

SERVICIO COMUNITARIO ECS UCV > CONTÁCTANOS

### INFORMACIÓN DE CONTACTO

**Dirección:**  
Escuela de Comunicación Social, UCV, Los Chaguaramos, Caracas.

**Teléfono:**  
+58 (212) 226-3126

**Twitter:**  
@comunitario\_eCS

**Correo Electrónico:**  
serviciocomunitarioecs@gmail.co

**Instagram:**  
@comunitario\_eCS

### LOCATION ON MAP:



A Google Maps screenshot showing the location of the Escuela de Comunicación Social at UCV, Los Chaguaramos, Caracas. The map highlights the school's location with a red pin and a blue star. Surrounding landmarks include Plaza Venezuela, Zona Perimetral (V-4), Sabana Grande II (7), Estadio Universitario UCV, and Río El Valle. The map also shows the Ciudad Universitaria and the Jardín Botánico de Caracas.

## ESCRÍBENOS

Nombre (requerido)

Apellido (requerido)

Cédula de Identidad (requerido)

Dirección (requerido)

Teléfono (requerido)

Correo electrónico (requerido)

Edad (requerido)

Comentarios

## YOUR CONTACT



**Bernard Hannen**

Head of communications

Phone: 212 386 5575

Email: [bernard@stylemix.net](mailto:bernard@stylemix.net)

Skype: johnsonconstruct



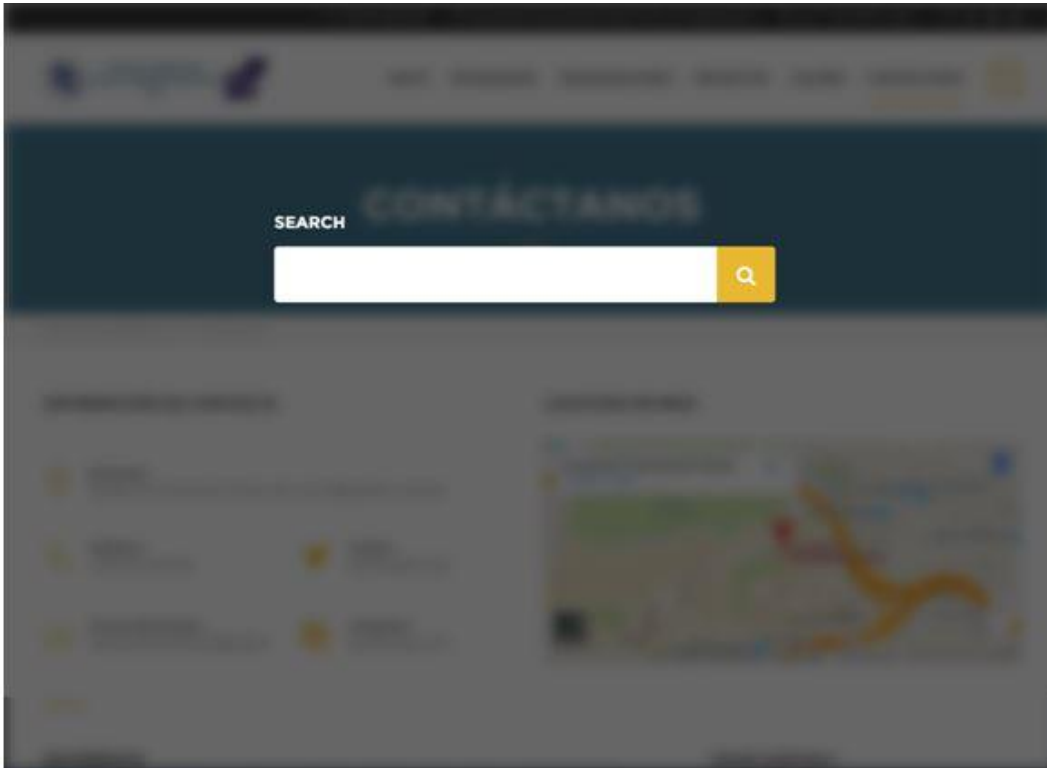
**Henry Miller**

Head of technology development

Phone: 212 386 5576

Email: [henry@stylemix.net](mailto:henry@stylemix.net)

Skype: johnsonconstructtech



- **Descripción**

La última sección está ubicada en la parte superior derecha y lleva por nombre: “Contáctanos”. Ésta, está representada por un cuadro que se divide en seis recuadros para almacenar la localización de la Escuela, el primero refleja la dirección de la ECS, el siguiente el teléfono, le sigue el correo, Twitter, Instagram y Correo Electrónico. En la parte derecha, justo al lado del cuadro antes descrito, se subió un mapa con la ruta para llegar al recinto de la escuela, con el objetivo de ubicar con mayor facilidad a los participantes externos que deseen incluirse en los diversos proyectos. Para complementar los datos de contacto se presenta una plantilla para llenar y enviar la información directamente al departamento, los datos requeridos son: nombre, apellido, cédula de identidad, dirección, teléfono, correo electrónico, edad, comentarios y, finalmente, el botón para enviar la información. Al lado de la sección de contacto, se encuentra un buscador pequeño de color

amarillo identificado con una lupa que sirve para colocar palabras claves que los dirija a una sección específica del site.

## Conclusiones

Como pudimos evidenciar en este trabajo, Internet es un medio masivo con gran alcance que permite contar con todo tipo de información en cualquier momento de la vida cotidiana. Esta razón fue uno de los motivos principales que nos impulsó a realizar una página Web para el Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social por medio de la cual toda la comunidad estudiantil y docente podrá conocer más sobre este requisito.

Para la realización de este site se propuso un diseño Web con el que logramos presentar una opción tecnológica y moderna que permite a todos acceder a la información de una manera sencilla, rápida y visualmente agradable. Para alcanzar el objetivo, principalmente, se presentó un proyecto el cual vinimos desarrollando de la mano de un programador quien nos proporcionó los conocimientos de desarrollo Web necesarios para, posteriormente, entender el completo funcionamiento del site. Todo esto, a su vez, dirigido por nuestro tutor quien nos dio las herramientas necesarias para poder ensamblar nuestro trabajo monográfico. Asimismo, aplicamos una serie de conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra formación académica y se convirtió en un complemento fundamental para reforzar nuestro aprendizaje.

El sitio [www.ServicioComunitarioecsucv.Com.Ve](http://www.ServicioComunitarioecsucv.Com.Ve) posee con las características fundamentales sugeridas por los distintos autores consultados durante la realización de este trabajo de grado, y permite a los estudiantes contar con un canal informativo mediante el cual podrán tener un mejor conocimiento del Servicio Comunitario lo que, desde nuestra perspectiva, le da un nuevo concepto a este requisito.

Por medio de esta investigación y realización de este proyecto, pudimos constatar

que la tecnología va evolucionando a pasos agigantados y que nosotros, como estudiantes de Comunicación Social, debemos ir a la par de ella ya que es nuestro deber abarcar todos los canales posibles para transmitir el mensaje y asegurarnos de que llegue, de la manera correcta, a los receptores.

Ya para finalizar y respetando el principio de nuestra casa de estudios, esta tesis se transformó para nosotras no sólo en un requisito para optar el título de Licenciadas sino es una aporte significativo a la escuela que nos dio las herramientas fundamentales para ser unas profesionales integrales.

## Fuentes

### Bibliográficas

Arias, Fidas G. (1999). El proyecto de investigación: Guía para su elaboración. Editorial Episteme. Caracas.

Andriole, Stephen (1987). Sistemas de Procesamiento Interactivo. Editorial Librería El Ateneo. Buenos Aires.

Crumlish, Christian (1996). Diccionario de Internet. Editorial McGraw –Hill. Bogotá.

Castells, Manuel (2007). La Galaxia Internet. Plaza&Janes Editores. España.

Eco, Umberto (2001). Como se hace una tesis: Técnicas y procedimientos de investigación estudio y escritura. Editorial Gedisa. Barcelona.

Hernández, S.R., Fernández, C.C; y Baptista L.P; (2003) Metodología de la Investigación. Editorial Mc Graw Hill. México.

Kendall y Kendall, (1997) Análisis y diseño de sistemas de información. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. México.



Krueger, R. A (1991): El Grupo de Discusión. Guía Práctica para la Investigación Aplicada. Editorial Pirámide. Madrid.

Montero, Maritza. Hochman, Elena (2005). Investigación Documental: Técnicas y Procedimientos. Editorial Panapo. Caracas.

Nielsen, Jakob (2000). Usabilidad, Diseño de Sitios Web. Editorial Pearson Educación. Madrid.

Orihuela, José Luis y Santos, Maria Luisa (1999). Ediciones Anaya Multimedia, S.A. Madrid.

SABINO, Carlos. (1992). El proceso de investigación. Editorial Panapo. Caracas.

Snell, Ned (1995). Internet ¿Qué hay que saber? Editorial Prentice Hall-Sans Publishing. EEUU.

Vicerrectorado de Investigación y Postgrado. (2006). Manual de Trabajo de Grado de especialización y Maestría y tesis Doctorales. FEDUPEL: Autor.

## Digitales

Freedom House: Libertad en Internet (America Latina 2012- 2013). Disponible en:  
<http://periodismoycomunicacionesdigitalesucv.blogspot.com/>

Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, N° 38.272 de fecha 14 de septiembre de 2005. En línea. Artículo 15. Consultado el 03 de febrero de 2015. Disponible en:  
<http://www.ciens.ucv.ve/escueladecomputacion/repositorio/ServComunitario-LeySC-Gaceta.pdf>

López, Alfonso (2001). Documentacion Digital y Nuevas Tecnologías de la Información (Univ. Complutense Madrid). Disponible en:  
<http://periodismoycomunicacionesdigitalesucv.blogspot.com/>

Núñez, Noda F. (2009). Comunicación digital y Web. Disponible en:  
<http://periodismoycomunicacionesdigitalesucv.blogspot.com/>

Reglamento interno del Servicio Comunitario del estudiantado de la Universidad Central de Venezuela. Disponible en:  
[http://www.ucv.ve/uploads/media/REGLAMENTO\\_DE\\_SERVICIO\\_COMUNITARIO\\_DE\\_LA\\_UCV.pdf](http://www.ucv.ve/uploads/media/REGLAMENTO_DE_SERVICIO_COMUNITARIO_DE_LA_UCV.pdf)

Revista Forbes (2014). Seis rasgos clave de los millennials, los nuevos consumidores. México <http://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/>

Segnini, Giannina (2008). Introducción al Periodismo Asistido por Computadora (Pac) Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional- USAID, Guatemala. Disponible en: <http://periodismoycomunicacionesdigitalesucv.blogspot.com/>

SEMRUSH.com (2016). La experiencia del usuario es la favorita de Google ¿Por qué? España. <https://es.semrush.com/blog/experiencia-de-usuario-favorita-google/>

Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Servicio Comunitario: <http://www.ucv.ve/organizacion/facultades/facultad-de-humanidades-y-educacion/servicio-comunitario/acerca-del-servicio-comunitario/informacion-general.html>

