



Universidad Central de Venezuela

Facultad de Humanidades y Educación

Escuela de Comunicación Social

ECS Virtual

Propuesta de diseño de un sitio web para la Escuela de Comunicación
Social de la Universidad Central de Venezuela

Trabajo de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación
Social

Autoras:

Valeria García

Daniela Pignataro

Tutor: Orlando Luna

Enero, 2017

Agradecimientos

A nuestros padres por su apoyo, no solo durante la realización de este trabajo, sino a lo largo de toda la carrera universitaria.

Al profesor Orlando Luna quien desde el aula de clase nos inspiró a continuar este proyecto brindándonos su asesoría ahora como tutor.

ECS Virtual

Propuesta de diseño de un sitio web para la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela

Autoras: Valeria García y Daniela Pignataro

Tutor: Orlando Luna

Resumen

El presente trabajo de grado se refiere a una propuesta de proyecto factible orientado al diseño de un sitio web para la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. Este prototipo actuará como canal oficial para la divulgación de información y de los trabajos realizados por los miembros de esta comunidad, al mismo tiempo que responde a los requerimientos gráficos actuales. La propuesta del presente proyecto factible se orientó a solventar los problemas de comunicación generados por la ausencia de un canal oficial que represente a la Escuela de Comunicación Social. Se analizaron todos los aspectos relacionados con las necesidades que el sitio debe satisfacer junto con los elementos gráficos adecuados para alcanzar un diseño orientado a la innovación, actualización y, por supuesto, a disminuir la incertidumbre y confusión que se genera por la ausencia de un canal de información oficial de la Escuela. Para la creación del proyecto factible se estudiaron las bases teóricas relacionadas con la usabilidad web, así como la viabilidad de la propuesta de diseño del sitio web. Por lo tanto, la metodología se orientó a la descripción de todas las etapas del desarrollo del proyecto para la posterior comprobación de la utilidad del producto propuesto.

Palabras claves: Escuela de Comunicación Social, Universidad Central de Venezuela, diseño web, flat design, sitio web, multimedia.

Abstract

The present work is the proposal of a feasible project oriented to the design of a website for the School of Social Communication of the Central University of Venezuela. This prototype acts as an official channel for the dissemination of information and the work done by the members of this community at the same time as it answers to the current graphic requirements. The proposal of this feasible project was oriented to solve communication problems generated by the absence of an official channel that represents the School of Social Communication. We analyzed all the aspects related to the needs that the site must satisfy together with the appropriate graphic elements to reach a design oriented to the innovation, updating and, of course, to reduce the uncertainty and confusion that is generated by the absence of an official information channel of the School. For the making of this feasible project we studied the bases of web usability as well as the usefulness of the design of the web site. Therefore, the methodology was oriented to the description of all the stages of the development of the project for the subsequent verification of the utility of the proposed product.

Key words: Escuela de Comunicación Social, Universidad Central de Venezuela, web design, flat design, websites, multimedia.

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTOS.....	ii
RESUMEN.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA.....	3
1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.2. Objetivos de la investigación.....	6
1.2.1 Objetivo general.....	6
1.2.2 Objetivos específicos.....	6
1.3. Justificación.....	6
1.4. Limitaciones.....	7
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	9
2.1. Antecedentes de la investigación.....	9
2.2. Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.....	10
2.2.1. Historia de la ECS.....	10
2.2.1.1. Escuela de periodismo.....	11
2.2.1.2. Transformación a Escuela de Comunicación Social.....	14
2.2.2. Organigrama de la ECS-UCV.....	15
2.2.3. Identidad visual de la UCV- FHE-ECS.....	16
2.2.3.1. Identidad Visual UCV.....	16
2.2.3.1.1. Colores.....	16
2.2.3.1.2. Logotipo.....	17
2.2.3.2. Identidad Visual FHE.....	17
2.2.3.2.1. Colores.....	17
2.2.3.2.2. Isotipo.....	17
2.2.3.3. Identidad Visual ECS.....	17
2.3. Sitio web.....	18
2.3.1. Definición.....	18
2.3.1.1. Elementos de una página web.....	19
2.3.1.2. Diagramación.....	20
2.3.2. Clasificación de Sitios web.....	22
2.3.3. Diseño de experiencia de usuario.....	24
2.3.3.1. Usabilidad.....	26

2.3.3.1.1. Accesibilidad web.....	27
2.3.3.2. Arquitectura de la información.....	27
2.3.3.2.1. Mapas Permanentes del sitio.....	28
2.3.3.3. Sistemas de navegación.....	28
2.3.3.3.1. Affordances y Signifiers.....	31
2.3.4. Flat Design frente Material Design.....	32
2.3.4.1. Flat Design.....	32
2.3.4.2. Material Design.....	34
2.3.5. Principios de diseño.....	35
2.3.5.1. Color.....	36
2.3.5.2. Eficiencia.....	36
2.3.5.3. Error humano.....	37
2.3.5.4. Uso del espacio.....	37
2.3.5.5. Retroalimentación.....	39
2.3.5.6. Legibilidad e inteligibilidad.....	39
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO.....	41
3.1. Diseño de la investigación.....	41
3.2. Enfoque de la investigación y técnicas para la recolección de información.....	42
3.3. Fases de la investigación.....	42
3.3.1. Diagnóstico y fundamentación teórica.....	42
3.3.2. Diseño conceptual.....	42
3.3.3. Modelado del usuario.....	43
3.3.4. Diseño visual y definición del estilo.....	45
3.3.5. Construcción.....	45
CAPÍTULO IV. PROTOTIPO DE SITIO WEB.....	47
4.1. Aspectos generales del prototipo ECS Virtual.....	47
4.1.1 Justificación del nombre.....	47
4.1.2. Concepto.....	47
4.1.3. Dominio.....	47
4.1.4. Aspectos técnicos.....	47
4.1.5 Identidad gráfica.....	48
4.1.5.1 Paleta de colores.....	48
4.1.5.2. Paleta tipográfica.....	49
4.1.6. Contenidos.....	50
4.1.7. Antecedentes de canales digitales de información la ECS-UCV.....	50
4.1.7.1 Sitio web ECS 2002.....	51
4.1.7.2. Portal ECS 2010.....	51
4.1.7.3. Grupo de Facebook del Centro de Estudiantes de la ECS.....	52
4.1.7.4. Facebook Coordinación Académica ECS.....	52
4.2. Arquitectura de la información.....	53

4.2.1 Wireframes.....	54
4.3 Diseño del prototipo.....	57
4.3.1. El cabecero y el sistema de navegación.....	56
4.3.2 Pie de página.....	57
4.3.3 Las páginas.....	58
4.4. La versión móvil.....	73
4.5. Evaluación del sitio web.....	77
4.5.1. Muestra.....	77
4.5.2. Descripción del proceso.....	78
4.5.3. Análisis de resultados.....	81
4.6. Factibilidad del proyecto.....	82
4.7 Análisis de las redes sociales de la ECS.....	83
4.7.1. Los usos de los sitios web y de las redes sociales.....	84
4.7.2 Desglose del uso de las principales redes sociales.....	85
4.7.2.1. Twitter.....	85
4.7.2.2. Instagram.....	85
4.7.2.3. Facebook.....	85
CONSIDERACIONES FINALES.....	87
5.1. Conclusiones.....	87
5.2. Recomendaciones.....	88
GLOSARIO.....	89
REFERENCIAS.....	92
BIBLIOGRAFÍA.....	95
ANEXOS.....	96

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Organigrama de la UCV donde se ubica a la ECS.....	16
Imagen 2. Los componentes de una página web.....	19
Imagen 3. Aplicación del patrón F a una página web.....	20
Imagen 4. Demostración del patrón Z en una página web.....	21
Imagen 5. Ejemplo de un menú clásico para navegación lineal.....	29
Imagen 6. Menú para navegación jerárquica.....	30
Imagen 7. Menú para navegación no lineal.....	30
Imagen 8. Ejemplo de menú de navegación compuesta.....	30
Imagen 9. Primer boceto de la arquitectura de la información del sitio.....	43
Imagen 10. Paleta de colores prototipo ECS Virtual.....	48
Imagen 11. Tipografía Avenir.....	50
Imagen 12. Tipografía Open Sans.....	50
Imagen 13. Mapa de ECS Virtual.....	53
Imagen 14. Wireframe de la página principal para desktops y tabletas.....	54
Imagen 15. Página de la sección de trabajos realizados por los estudiantes.....	54
Imagen 16. Ejemplo de página estática.....	55
Imagen 17. Página principal para teléfono inteligente.....	55
Imagen 18. Página de noticias en la versión teléfono inteligente.....	56
Imagen 19. Cabecero del sitio web.....	56
Imagen 20. Pie de página.....	57
Imagen 21. Página principal <i>ECS Virtual</i>	58
Imagen 22. Página de historia.....	60
Imagen 23. Página de misión y visión.....	61
Imagen 24. Página sobre la Biblioteca Gustavo Leal.....	62
Imagen 25. Captura del Directorio.....	63
Imagen 26. Página Departamentos.....	64
Imagen 27. Página de ingresos.....	65
Imagen 28. Página de Inscripciones.....	66

Imagen 29. Página con el pensum vigente.....	68
Imagen 30. Reglamentos y descargables.....	69
Imagen 31. Página de recaudos.....	70
Imagen 32. Página Hecho en Casa.....	71
Imagen 33. Página de contacto.....	72
Imagen 34. El ícono del menú y el menú desplegado.....	73
Imagen 35. Página de inicio versión móvil.....	74
Imagen 36. Directorio móvil.....	75
Imagen 37. Página Hecho en Casa y una noticia vista en la versión móvil.....	76
Imagen 38. Pie de página versión móvil.....	76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Perfil de usuario principal.....	44
Tabla 2. Perfil de usuario secundario.....	44
Tabla 3. Muestra cualitativa para el grupo de enfoque.....	78

INTRODUCCIÓN

Hoy en día el Internet juega un papel muy importante en la forma como nos comunicamos, consumimos información, entretenemos, educamos y nos conectamos con el resto del mundo. El auge de la conectividad ha provocado en las escuelas de Comunicación Social un cambio de forma y contenido en las distintas cátedras, así como en la presentación de proyectos que se orientan a lo multimedia.

Por lo anterior, las escuelas de Comunicación Social no solo deben mantenerse al día con los desarrollos tecnológicos, sino también ser referencia de las nuevas tendencias y formatos para consumir la información.

A pesar de que la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela realizó dos intentos, uno en el 2002 y otro en el 2010 de implementar portales, estos dejaron de actualizarse y, finalmente, cayeron en desuso. Es decir, que ya no responden a las demandas de los usuarios, ni a los actuales parámetros de diseño web.

Históricamente la Escuela de Comunicación Social, de la Universidad Central de Venezuela (ECS-UCV), ha sido referencia entre las otras escuela de comunicación del país, en cuanto a formación y productos se refiere. Por ello, el presente proyecto se orientó al diseño de un prototipo de sitio web que efectivamente respondiese a las necesidades de los distintos miembros de la comunidad ECSista y le devuelva renombre a esta institución.

Este diseño tomó en consideración los distintos formatos en los que se lleva a cabo el proceso de la comunicación hoy en día: videos, fotografías, trabajos multimedia. De esta manera, el sitio web no solo servirá como canal de comunicación entre los miembros de la comunidad, además será una ventana para mostrar los trabajos que en ella se realizan.

El origen y desarrollo de esta propuesta se narran a través de cuatro capítulos.

En el primero se expone detalladamente la problemática de la investigación y la propuesta de abordaje mediante el diseño de un sitio web institucional; asimismo se exponen la justificación, objetivos del trabajo y sus limitaciones. En el segundo capítulo se recopilan los fundamentos teóricos y los antecedentes de la investigación. En el tercer capítulo se describen las metodologías empleadas, también se explican detalladamente los procesos que fueron llevados a cabo el desarrollo de este proyecto. En el cuarto capítulo se da a conocer en profundidad el prototipo de sitio web. Desde los aspectos técnicos, identidad gráfica, la arquitectura de la información, diseño, evaluación por parte del público y análisis de factibilidad.

Finalmente, se enumeran las recomendaciones para la efectiva implementación del prototipo, los beneficios para la reputación de la Escuela como institución y el impacto positivo para la formación de sus estudiantes. La propuesta será concluida con un resumen de los resultados y experiencias adquiridas durante la realización de este proyecto.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

Actualmente el Internet y los medios digitales están desplazando a los medios de comunicación masivos tradicionales. Mariangela Paone en su artículo, *La primavera de los medios digitales en Venezuela*, publicado en el 2015, afirma que en el país esta transformación se ha visto exacerbada por: “la caída de la publicidad y las crecientes presiones del poder político y económico” (pp. 1). Ante esta situación, Internet ofrece libertades editoriales y económicas importantes, por eso en los últimos años, en el país, se han multiplicado los medios digitales. Incluso existen servicios de televisión digital como es el caso de VivoPlay. A nivel mundial el sitio web Internet Live Stats (s.f) calcula que hay más de 3 billones de usuarios de Internet.

Paone (2015) recoge los datos del Banco Mundial que estima que por cada 100 venezolanos, 54,9 son usuarios de la web. La Escuela de Comunicación Social, de la Universidad Central de Venezuela no puede obviar esta realidad y debe utilizar la tecnología como una herramienta para complementar la formación y como canal para divulgar la información institucional y trabajos académicos.

Carlos Scolari (2014) afirma que:

La llegada de nuevas formas de comunicación en red, digitales e interactivas ha producido un quiebre en todos los ámbitos de la vida social. La educación es uno de los sectores que más ha sufrido este cambio: las instituciones educativas se han visto hasta cierto punto desbordadas y no terminan de sintonizar con la tecnocultura digital de las nuevas generaciones. (pp. 8)

La Escuela de Comunicación Social, de la UCV, desde 1946, ha estado formando profesionales que sean capaces de ampliar y renovar constantemente sus conocimientos. Hoy en día el material digital complementa la formación de todos los estudiantes y el resto de la comunidad universitaria, ya sea que se inclinen por el periodismo o la comunicación audiovisual. Al mismo tiempo, los estudiantes, por iniciativa propia, se sirven de la web para divulgar de manera masiva y económica los trabajos que realizaron.

La Escuela cuenta con un portal web, pero su diseño no ha sido modificado desde el 2010 y dicho portal no ha sido actualizado desde el año 2013. Si tomamos en cuenta la celeridad con que Internet avanza, el portal está totalmente desactualizado y la Escuela ha perdido presencia en Internet. Nos encontramos pues, con el problema que en la mencionada Escuela no existe un canal digital oficial y actualizado.

A falta de un sitio web, las principales alternativas de difusión son el perfil de Facebook de la Coordinación Académica y el grupo del Centro de Estudiantes, donde se da información de los horarios, las asistencias de los profesores y ofertas de trabajo. Dichas páginas son redes sociales y no sitios oficiales de la Escuela de Comunicación Social o de la Universidad Central de Venezuela, y tienden a contaminarse con publicaciones ajenas al interés de los usuarios. Circunstancia que constantemente genera quejas por parte de los estudiantes a través del mismo grupo de Facebook.

Por otro lado, el diseño de los perfiles de Facebook no permite establecer algún orden por categorías quedando toda la información mezclada. Otro problema, que se presenta en dichas páginas, es la vida efímera que esas redes sociales tienen debido al cambio de gestión que ocurre con cada generación en el Centro de Estudiantes.

Si bien existe otra ventana en donde se pueden encontrar y publicar artículos de temas relacionados con la comunicación, caso Saber UCV, el repositorio

institucional de la Universidad Central de Venezuela, este está limitado a artículos de publicaciones periódicas.

Igualmente es pertinente mencionar al Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), espacio que agrupa a investigadores en el área de la Comunicación Social y estudios culturales en Latinoamérica. Este instituto está adscrito a la Facultad de Humanidades y Educación, de la Universidad Central de Venezuela. En su anuario impreso publica artículos que han sido seleccionados por un jurado, es decir, está reservado estrictamente para investigadores de la comunicación dejando sin oportunidad a la publicación de trabajos de los estudiantes. El ININCO actualmente no tiene presencia on-line.

A partir de lo expuesto anteriormente queda establecida la problemática que orienta este trabajo especial de grado: la falta de un sitio web oficial activo perjudica las comunicaciones fluidas, acertadas y oportunas entre la Escuela, los estudiantes y el cuerpo administrativo. De igual forma, al presente se ignoran las exigencias recientes de contenido y de forma en lo que a diseño web se refiere. Muy pertinentes las afirmaciones del actual director de la Escuela: “Esta es una Escuela de Comunicación, debería poder comunicar mejor” (García, V. y Pignataro, 2016-2017). De manera que, las interrogantes fundamentales que sintetizan el presente planteamiento son: ¿Puede un nuevo sitio web resolver los problemas de comunicación efectiva de la ECS-UCV?, ¿Un diseño web actualizado servirá para incrementar mejorar la imagen de la Escuela?

En consecuencia, se hace necesaria la propuesta de un nuevo sitio web para la Escuela de Comunicación Social ajustado a los cánones actuales, el cual permita mejorar la productividad de las comunicaciones de la institución y revalorizar su imagen. Este sitio web será un canal donde la información publicada emane de las autoridades, esté organizada, sea estrictamente de interés de la comunidad a la que va orientado y esté libre de la manipulación de terceros ajenos a la Escuela como sí ocurre con las páginas de Facebook vinculadas con la institución.

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivo general

Diseñar un sitio web institucional para la Escuela de Comunicación Social, de la Universidad Central de Venezuela.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Recabar información sobre los portales web de la ECS-UCV 2002 y 2010 mediante entrevistas a representantes de las comunidades de la Escuela.
2. Analizar la pertinencia de las redes sociales para difundir información institucional.
3. Identificar los elementos gráficos necesarios para una efectiva experiencia de usuario.
4. Crear un prototipo de sitio web institucional para la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela que responda a las tendencias actuales de diseño web.
5. Evaluar la usabilidad del prototipo por parte de público objetivo a través de un grupo focal.

1.3. Justificación

La sociedad del conocimiento en la que vivimos requiere que toda organización compleja sea consciente y trabaje en su comunicación interna. Las organizaciones o instituciones necesitan coherencia entre sus departamentos y miembros para alcanzar su meta común. La efectiva comunicación interna permite proyectar una imagen consistente con la identidad de la organización aumentando, así, su prestigio.

La presente propuesta fundamenta su justificación en la necesidad de

solventar una problemática de comunicación que afecta a la comunidad de la Escuela de Comunicación Social, de la UCV: la falta de un canal web oficial actualizado.

Mediante el sitio web oficial se podrá dar a conocer la información directamente desde la fuente institucional de manera organizada. Será una herramienta más para la formación de los estudiantes, así como una oportunidad para divulgar los trabajos que realizan tanto estudiantes como profesores, en el caso de los trabajos de ascenso.

A lo largo de su carrera los estudiantes publican sus trabajos de manera independiente y se suelen perder en el amplio mundo cibernético. Un sitio web oficial de la Escuela es una oportunidad de recopilar y difundir una muestra de la excelencia de los estudiantes de la ECS.

Una Escuela de Comunicación Social debe enseñarle a sus estudiantes a aprovechar al máximo las tecnologías de información y comunicación. Este proyecto aporta un canal de comunicación novedoso en cuanto a divulgación de trabajos internos de la Escuela.

El diseño propuesto en este trabajo está acorde con los cánones actuales diseño digital, para de esta manera ayudar a reafirmar el prestigio y vanguardia de la Escuela de Comunicación Social de la UCV como un centro de estudio dedicado a la innovación y la creatividad.

1.4. Limitaciones

Para la realización este trabajo fue necesario consultar diversas fuentes de información sobre las tendencias en diseño web, sin embargo, las fuentes más actualizadas sobre el tema se encuentran en inglés y en formato digital lo que retrasó el proceso de obtención y análisis de información.

En cuanto a la recopilación histórica de la Escuela de Comunicación Social,

de la Universidad Central de Venezuela, la insuficiente información documental y la inexactitud de los datos dificultaron el proceso de investigación.

Aunado a lo anterior, la ausencia de conocimientos sobre programación informática representó un obstáculo a la hora de la realización de la propuesta de diseño.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Durante el proceso de recolección de información hubo varios trabajos que guiaron el curso de la investigación. Como la propuesta de Karina Brocks Méndez (2002): *Elaboración de una propuesta de sitio web para la cátedra de información internacional de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB*. Su trabajo tuvo por objetivo averiguar cuáles eran las necesidades informativas de los estudiantes de estudios internacionales de la Escuela de Comunicación Social, de la mencionada universidad. Asimismo, la autora se propuso analizar la utilidad de Internet para transmitir información, y como resultado revelador de su estudio encontró que el 90%, de una muestra estudiada de 100 estudiantes, afirmó que utilizaban Internet para enterarse de los sucesos informativos. Si bien la parte del diseño del sitio está claramente obsoleta, el aporte del trabajo de Brock a este proyecto se refiere al análisis del uso preeminente de Internet, como medio de información, entre los estudiantes universitarios venezolanos.

En segundo lugar, la Tesis Doctoral de Hugo Pardo Kuklinski (2006), *Pautas hacia un modelo de aplicación web institucional universitaria*. El estudio de Pardo sobre el caso de los webcom, sitios de facultades de comunicación de Iberoamérica – realizado en la Universidad de Barcelona–, fue tomado como ejemplo sobre los criterios básicos para una web institucional, y en este caso específico para instituciones universitarias relacionadas con la Comunicación Social. El objeto de estudio, del mencionado trabajo, se orientó a la observación y análisis de 64 sitios de facultades de comunicación iberoamericanas para, luego, proponer un modelo aproximativo teórico-práctico general de aplicación web institucional universitaria en este campo. El cuestionario de evaluación de los sitios elaborado por Pardo Kuklinski fue tomado en cuenta para la auto-evaluación del prototipo.

A continuación, la tesis de Ricardo Briceño (2015): *Orientalia.com. Sitio web informativo sobre orientación vocacional y oportunidades de estudio dirigido a jóvenes del ciclo de educación diversificado en la ciudad de Caracas*, trabajo de grado elaborado en la Escuela de Comunicación Social, de la Universidad Central de Venezuela. Este proyecto factible estudió el correcto diseño y esquematización web pensando en los jóvenes como target, punto importante que se consideró a los fines de la investigación: la importancia de establecer un público objetivo que dicte las premisas para el diseño del sitio. Igualmente relevante la evaluación del sitio por parte del público objetivo para comprobar que se han cumplido los requerimientos.

Los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la UCV, Simón Díaz y David Rodríguez elaboraron en el 2016 el trabajo de grado, *www.acamedia.com.ve Un website académico para el periodismo en redes sociales en Venezuela*. Acamedia es un proyecto factible cuyo objetivo principal es diseñar un portal web de tipo académico dirigido a estudiantes de Comunicación Social, que les proporcione herramientas sobre la aplicación de los principios periodísticos a la información que se obtiene de las redes sociales. Si bien este proyecto no está centrado en la ECS, sino en el periodismo, su enfoque sobre el uso educativo de la web y las redes sociales fue un aporte a este trabajo.

2.2. Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela

2.2.1. Historia de la ECS- UCV

Para poder diseñar un prototipo de sitio web que represente visualmente a la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, fue necesario ahondar en la historia de esta institución. A partir de la identificación de la orientación y reputación, que históricamente ha tenido la Escuela, fue posible rescatar la importancia de algunos valores y tradiciones que se habían perdido, como por ejemplo la divulgación de productos realizados por los propios estudiantes.

Estudiar las modificaciones que ha tenido el pensum de estudios dejó en evidencia la constante evolución que sufre la tecnología y las formas de divulgar la información.

2.2.1.1. Escuela de periodismo

Durante la década de los años 40 comienzan a surgir en América Latina las Escuelas de Periodismo, debido a la expansión de la radio, televisión y cine. Darle importancia al periodismo ayudaba a solidificar y ampliar la democracia al estilo occidental (Cuenca, 1998, p. 90).

Para 1946 en Venezuela no existía ninguna institución de tipo pedagógico que se encargara de formar profesionales del periodismo. Hasta ese entonces era periodista quien nacía con esa vocación y la ejercía como oficio.

Sin embargo, una institución existente desde 1941 congregaba a los trabajadores de la prensa venezolana, la Asociación Venezolana de Periodista (AVP). En 1946, se realizó en Caracas la “Primera Convención Nacional de la AVP” con delegados de las seccionales de todo el país donde, por unanimidad, se aprobó la solicitud al ejecutivo de la creación de la Escuela Oficial de Periodismo.

Es así como el 24 de octubre de 1946, se crea la Escuela Nacional de Periodismo bajo el decreto N° 421, de la Junta Revolucionaria de Gobierno de los Estados Unidos de Venezuela.

La creación de esta Escuela convertiría al periodismo en una profesión. Este decreto desató en aquel entonces muchas interrogantes sobre los requisitos de ingreso, orientación de los estudios y el lugar que albergaría a esta nueva casa de formación.

Según la recopilación de *Materiales para la historia de la Escuela de Comunicación Social- UCV* (1987), fue el rector Santiago Vera y el Consejo Universitario, de la Universidad Central de Venezuela, quienes resolvieron que dicha Escuela podría abrirse en esta casa de estudios. Allí sería otorgado, después de dos años de estudios, el título de “Licenciado en Letras con mención en Periodismo” contando con el reconocimiento de la Asociación Venezolana de Periodistas. (p. 19).

El 24 de octubre de 1947, Rómulo Betancourt, presidente de la Junta Revolucionaria de Gobierno pronunció el discurso que marcó la apertura de la Escuela de periodismo, otras autoridades universitarias y figuras del periodismo también estuvieron presentes (ECS-UCV, 1987):

Así, pues, llegó el 24 de octubre de 1947. En el acto de apertura de los cursos académicos 1947-48 el principal número era el de la inauguración de la Escuela Nacional de Periodismo. A ello se refirieron el Presidente de la Junta Revolucionaria de Gobierno, Rómulo Betancourt, el Director de la Escuela, profesor Miguel Acosta Saignes, el Presidente de la Federación de Centros, Br. Guillermo Altuve Williams, el representante del gremio periodístico señor Héctor Aveledo Urbaneja y, finalmente, el Rector de la UCV, Dr. Santiago Vera Izquierdo, quien clausuró el acto. (p.23)

La creación y organización de la Escuela no solo fue un asunto ejecutivo sino también internacional. Los cursos de la Escuela se estructuraron y organizaron bajo la asesoría del doctor Carl W. Ackerman, decano de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia. Igualmente contaron con la asesoría de Víctor Bilbao y Rodríguez, Director de la Escuela Profesional de Periodismo de Cuba y Lee Hills, jefe de redacción del “Miami-Herald” (ECS-UCV, 1987, p. 32).

Inicialmente surgió el conflicto en cuanto a la admisión de aspirantes al título, que divergía de las otras carreras: “La Escuela de Periodismo debía tener como alumnos, no a quienes cumplan los requisitos académicos usuales, sino a quienes fuesen periodistas profesionales” (ECS-UCV, 1987, p. 43). Debido a lo anterior, la primera promoción estuvo integrada exclusivamente por profesionales que ya trabajaban en medios.

Posteriormente, se flexibiliza la medida siendo aprobada la admisión de bachilleres y profesores del pedagógico quienes debían estudiar 4 años para obtener

el título. A la par, surgió la diatriba sobre la condición del funcionamiento de la Escuela: unos planteaban la creación de un instituto autónomo separado de gobierno universitario; mientras que otro grupo se inclinaba porque dicha Escuela estuviese adscrita a la Universidad Central, postura vencedora que se mantiene hasta la actualidad. (ECS-UCV, 1987, p. 22)

La Escuela de Periodismo no solo marcaba la pauta al ser la primera del país, sino también mediante periódicos y boletines que mostraban la ideología y pedagogía de su comunidad así como la manera de trabajar de sus estudiantes en cuanto a escritura, diagramación e impresión.

Más allá de ser simples ejercicios de práctica, estos productos desarrollaron una función fundamental en la divulgación de la información, inclusive en tiempos de dictadura, reforzando la imagen de la Escuela en cuanto a innovación en sus propuestas y convirtiéndose en referencia obligada dentro y fuera del campus.

En el período entre 1947 y 1949, cuando era director Miguel Acosta Saignes, la Escuela editaba anualmente, por intermedio de la Editorial Universitaria, tres folletos en los cuales se incluyeron trabajos de José Gabriel, Miguel Alborno y Américo Ghioldi. Dichos folletos contenían temas relacionados con el periodismo o afines a él. (UCV-ECS, p. 47)

La elaboración de estos productos como parte de la carga académica se mantuvo con regularidad. Según se recopila en los *Materiales para la Historia de la Escuela de Comunicación Social-UCV* (1987) la orientación pedagógica de la Escuela, en sus inicios era activa y experimental. Bajo la dirección del profesor Gustavo Díaz Solís los alumnos “aprenden periodismo haciendo periodismo”. Eran los estudiantes quienes se encargaban de elaborar un periódico quincenal cuidando lo estrictamente periodístico y la presentación tipográfica, el periódico denominado “Plana” de formato tabloide de 8 páginas cumplía con funciones informativas para la Universidad (p. 54). Este periódico se comenzó a publicar desde el 17 de abril de 1950.

Al estar adscrita a la Universidad Central de Venezuela, la Escuela de

periodismo sufrió en 1951 la clausura por parte de la dictadura de Marcos Pérez Jiménez, quien tomó esta medida como castigo a las protestas estudiantiles. Aunque la Universidad retomó sus actividades, la Escuela de Periodismo permaneció cerrada hasta 1954. El 15 de septiembre de ese año, el Consejo Académico de la Universidad Central de Venezuela, previa aprobación del Ejecutivo Nacional, acordó que los estudios de periodismo quedaban, desde esa fecha, adscritos a la Facultad de Humanidades y Educación. Se orientó su plan de estudios hacia una formación integral de periodistas profesionales al servicio de la Prensa Nacional. Es decir, la Escuela fue ascendida a categoría universitaria, y desde entonces se exigió título de bachiller para ingresar a sus cursos (UCV-ECS, 1987).

Para mantener a los universitarios comunicados en tiempo de la dictadura y censura en 1955 se creó en la Escuela un boletín informativo que se editaba bajo la dirección del profesor Guillermo Korn. Este boletín tamaño tabloide informaba de una manera restringida los acontecimientos nacionales. A partir de 1959 se comenzó a imprimir en la imprenta de la universidad alcanzando un tiraje de 10.000 ejemplares. La imprenta evolucionó y en 1967 comenzó a imprimirse a color recibiendo felicitaciones de la compañía litográfica Heidelberg por la excelente ejecución de las impresiones (Lira y Moreno, 1981).

2.2.1.2. Transformación a Escuela de Comunicación Social

Según el libro *Materiales para la Historia de la Escuela de Comunicación Social- UCV* (1987) fue a partir del lanzamiento del primer satélite artificial de la historia, Sputnik 1, que la Escuela tomó en consideración los avances tecnológicos que estaban ocurriendo y lo atrasado que estaba el pensum de la Escuela respecto a ellos. (p. 95).

Fue en 1970 cuando finalmente se propone un plan de estudios con menciones en las ramas de periodismo impreso, medios audiovisuales, publicidad y relaciones públicas. A consecuencia del cambio en el pensum de estudios, se contempló también

cambiar el nombre de “Escuela de Periodismo” por “Escuela de Comunicación Social”. (ECS-UCV, 1987, p. 92)

A partir de 1978 el pensum estaba compuesto por un ciclo básico de 13 asignaturas que tenían la duración de un año, y un ciclo profesional de cuatro años. Los últimos dos años del ciclo profesional eran los diversificados para obtener el título según la mención escogida: Periodismo Impreso, Información Audiovisual, Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicología (UCV-ECS, 1987, p. 116)

En 1987 el pensum de la carrera sufre otra modificación en donde se eliminan las menciones. En su lugar, se establece que durante los semestres octavo, noveno y décimo el estudiante debe construir su propio plan de estudios, orientándose hacia las áreas de la comunicación de su mayor interés. Para ello, tendrá a su elección materias electivas de todos los departamentos de la Escuela, así como materias del Programa de Cooperación Interfacultades (PCI).

2.2.2. Organigrama de la ECS-UCV

Para poder estructurar la distribución de los contenidos del prototipo de sitio web *ECS Virtual* se revisó la organización actual de la Escuela y la información sobre los distintos departamentos fue añadida al sitio web.

La Escuela de Comunicación Social es parte de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela. Está Compuesta por ocho departamentos: Departamento de Lengua y Literatura, Departamento de Ciencias Políticas y Sociales, Departamento de Periodismo, Departamento de Métodos, Departamento de Comunicación Visual, Departamento de Publicidad y Relaciones Públicas, Departamento de Audiovisual, Departamento de Ciencias de la Comunicación.

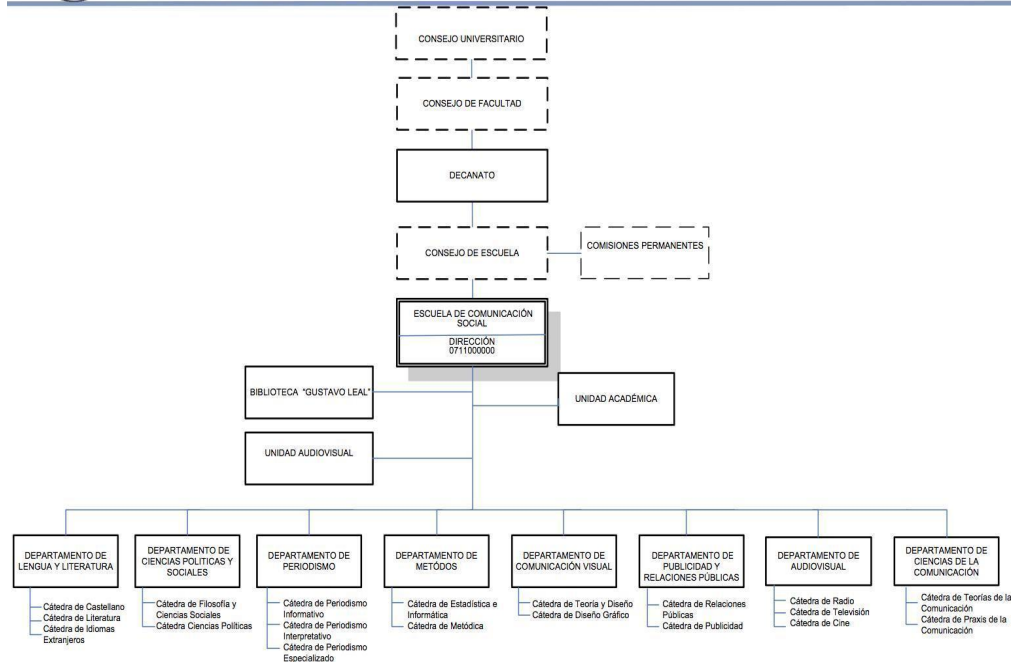


Imagen 1. Organigrama de la UCV donde se ubica a la ECS.

Fuente: Imagen de archivo de la Escuela de Comunicación Social - UCV

2.2.3. Identidad visual de la UCV- FHE-ECS

La presente propuesta de prototipo de sitio web va dirigida específicamente a la Escuela de Comunicación Social, de la Universidad Central de Venezuela. Para lograr que el mismo esté acorde con la imagen institucional de la Escuela se identificaron los elementos de la identidad visual, tanto de la universidad, como los de la Facultad de Humanidades y Educación.

2.2.3.1. Identidad Visual UCV

2.2.3.1.1. Colores

Entre las tonalidades azules encontramos azul rey, color emblemático de la

UCV, representado en el sello de la bandera de esta institución, así como en las “boinas azules” símbolo de los estudiantes de esta casa de estudios.

2.2.3.1.2. Logotipo

El emblema de la UCV consiste en la alegoría a los símbolos del conocimiento y la academia: la lámpara de aceite representa la sabiduría, los libros, la pluma y el pergamino representan el estudio. Todos estos elementos están rodeados por una rama de olivo que representa la paz y una rama de palma que representa la victoria. Los elementos están enmarcados en la parte superior por 7 estrellas que representan a la bandera de Venezuela. Todo el conjunto está dentro de un círculo que tiene la inscripción: "Universidad Central, Caracas - Venezuela".

2.2.3.2. Identidad Visual FHE

2.2.3.2.1. Colores

El gris es el color característico de la Facultad de Humanidades expresado en su bandera y en los distintos murales del espacio físico de la Facultad y en el campus de la Ciudad Universitaria de Caracas.

2.2.3.2.2. Isotipo

El isotipo de la Facultad de Humanidades y Educación combina las iniciales de todas las palabras de su nombre en donde la conjunción “Y” superpone a la “H” y la “E”. En el centro de dichas letras se encuentra las letras “UCV” para relacionarlo con la universidad. Todas las letras están dispuestas en una tipografía palo seco y en distinta tonalidades de azul.

2.2.3.3. Identidad Visual ECS

El azul rey también es el color característico del isotipo oficial de la Escuela de Comunicación Social. El diseño que identifica a la escuela es la combinación en tipografía decorativa de las iniciales de este recinto “ECS”. En el isotipo se incluyen imágenes figurativas de dos rostros. Otro elemento, por el que se reconoce la Escuela, es la cuadrícula que forma el bloque calado que estructura su fachada.

2.3. Sitio Web

2.3.1. Definición

Un sitio web es un conjunto organizado y coherente de páginas web que puede cumplir una gran cantidad de funciones (EcuRed, s.f, párr.1). A su vez, cada página web no es más que un archivo de texto simple que contiene instrucciones especiales sobre la clase de contenido que contiene (Snook, 2016, p. 23). Esas instrucciones están escritas en HTML (en español protocolo de transferencia de hipertexto), el lenguaje usado en la World Wide Web para proporcionar la estructura, el contenido y la conexión entre las páginas.

Todos los sitios web se encuentran alojados en servidores, un software que puede ser ejecutado desde cualquier computadora. Los usuarios acceden a los sitios web a través de un localizador de recursos uniforme LRU (más conocido por la sigla URL, del inglés Uniform Resource Locator). Los sitios web pueden ser visualizados desde cualquier dispositivo con conexión a Internet, actualmente hasta los electrodomésticos pueden acceder a la World Wide Web.

Si bien HTML le brinda a las páginas web, y por ende a los sitios web, su función: la estructura y la jerarquía semántica de su contenido, de la forma se encargan los documentos CSS (Cascading Style Sheets u Hoja de estilo en cascada en español). Los documentos CSS proveen todo los formatos, colores, ubicaciones y otras características de diseño que se visualizan virtualmente cualquier página web (Snook, p. 41). El lenguaje CSS fue introducido en 1996, asumió algunas de las funciones del HTML y significó la separación entre forma y función. Esta separación permite a los diseñadores hacer cambios al estilo, de manera más eficiente y asegurar que el diseño sea constante, incluso a través de los cambios en las dimensiones de las páginas según el tamaño del dispositivo en uso.

2.3.1.1. Elementos de una página web

Los sitios web por su propia naturaleza se componen de unas pocas partes constituyentes que se organizan, de forma tal, que se adapte al contenido (Snook, 2016, p. 12).



Imagen 2. Los componentes de una página web.

Fuente: Web Design for Beginners, Image Publishing, 2016

- Encabezado: en esta área se encuentra el logo para identificar el sitio y servir como botón de inicio. También se ubica el menú de navegación del sitio. A veces se le incluye una barra publicitaria.
- Áreas de contenidos: lo principal de cualquier sitio web es su contenido. El contenido puede estar presentado en una gran variedad de formatos: texto, foto galerías, videos, entre otros. Pero siempre incluye un título para que el

usuario sepa de qué se trata.

- Pie de página: aunque regularmente no se le concede importancia en términos de navegación, se entiende que la zona inferior de cada pantalla cumple el relevante papel de completar la información que se ofrece en las zonas superiores de navegación, al entregar datos relativos a la organización (nombre, direcciones, teléfonos) y repetir enlaces que se han entregado en la zona superior, para facilitar el contacto del usuario con el sitio.

2.3.1.2. Diagramación

Por lo general, los sitios web distribuyen su información en dos o tres columnas. Para hacer el sitio más legible y retener la atención del usuario se debe jerarquizar el contenido tomando en cuenta cómo leen los usuarios. Tal y como se hace con la diagramación de periódicos y revistas. Actualmente los estudios indican la existencia de dos patrones de lectura web (UXPin, 2015, p. 49):

- Patrón F: estudios científicos muestran que los internautas leen la pantalla en un patrón "F" - viendo la parte superior, la esquina superior izquierda y los lados izquierdos de la pantalla y sólo de vez en cuando tomando en cuenta el lado derecho de la pantalla. Tomando en cuenta este patrón de lectura se debe colocar los elementos más importantes del sitio en el lado izquierdo.

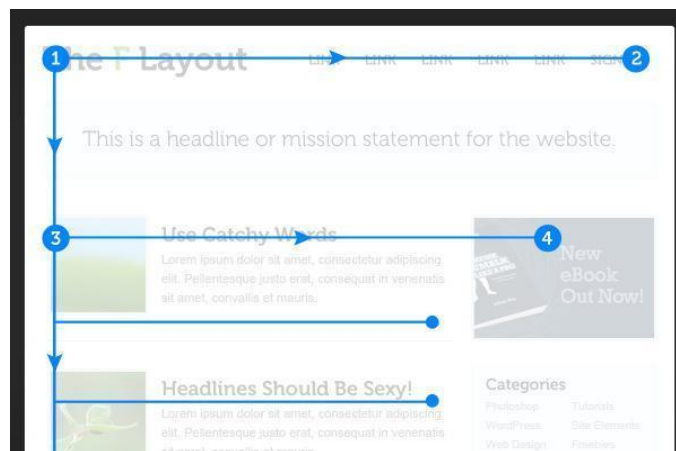


Imagen 3. Aplicación del patrón F a una página web.

Fuente: Brandon Jones, <https://webdesign.tutsplus.com/articles/understanding-the-f-layout-in-web-design--webdesign-687>

El diseño se siente cómodo porque en la cultura Occidental la gente ha estado leyendo de arriba a abajo, de izquierda a derecha durante toda su vida.

- Patrón Z: la premisa del patrón Z es realmente bastante simple. Se colocan los elementos que desea que el lector vea primero a lo largo de la parte superior de la Z. El ojo naturalmente seguirá el camino de la Z, por lo que el objetivo es colocar su "llamada a la acción" al final. A lo largo del camino puede incluir pedazos de información para hacer más efectiva la llamada a la acción.

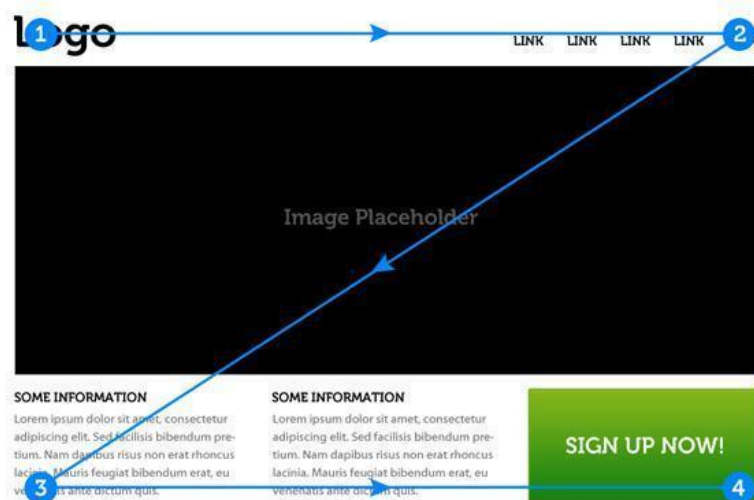


Imagen 4. Demostración del patrón Z en una página web.

Fuente: Brandon Jones, <https://webdesign.tutsplus.com/articles/understanding-the-z-layout-in-web-design--webdesign-28>

Donde la diagramación con el patrón Z realmente brilla es en proyectos de diseño donde la simplicidad y una llamada a la acción son los principios más importantes. Tratar de forzar este tipo de diagramación en una estructura de contenido complicada probablemente no funcionará bien.

2.3.2. Clasificación de sitios web

Los sitios web pueden ser clasificados según su público, sus objetivos y su dinamismo.

Sitios por audiencia:

- Públicos: Es un sitio web dirigido al público general, sin restricciones de acceso en principio (Escobar Ciceri, 2009).
- Extranet: es parte de la red interna de una organización que se extiende a usuarios fuera de ella, usualmente utilizando Internet y sus protocolos. Para acceder a la extranet de una empresa no necesariamente el usuario ha de ser trabajador de la empresa, pero sí tener un vínculo con la entidad (Escobar Ciceri, 2009).
- Intranet: son sitios cuyo acceso está restringido a una empresa u organización, normalmente funcionan dentro de redes privadas, aunque no siempre es así. (Escobar Ciceri, 2009).

Sitios según su propósito (Pérez y Merino, 2010):

- Sitio archivo: usado para preservar contenido electrónico valioso amenazado de extinción. Como por ejemplo Internet Archive, el cual desde 1996 ha preservado billones de antiguas (y nuevas) páginas web
- Blogs: es un sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor o autores, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia y a menudo comentados por los lectores.
- Sitio de comercio electrónico: para comprar bienes, como Amazon.com.
- Sitio de comunidad virtual: un sitio o portal social donde las personas con intereses similares se comunican entre sí, normalmente por chat, foros o simples mensajes. Por ejemplo Facebook.
- Sitio de Base de datos: un sitio donde el uso principal es la búsqueda y muestra de un contenido específico de la base de datos, como por ejemplo Internet Movie Database (IMDB).
- Sitio directorio: un sitio que contiene contenidos variados que están divididos

en categorías y subcategorías, como el directorio de Yahoo!, el directorio de Google, y el Open Directory Project.

- Sitio de descargas: estrictamente usado para descargar contenido electrónico, como software, juegos o fondos de escritorio. Por ejemplo en Softonic se encuentran software gratuito y pagos.
- Sitio de juego: un sitio que es propiamente un juego o un «patio de recreo» donde mucha gente viene a jugar, como MSN Games, Kings of Chaos y Runescape.
- Sitio de información: sitio con contenido que pretende informar a los visitantes, pero no necesariamente de propósitos comerciales; tales como: Free Internet Lexicon y Encyclopedia. La mayoría de los gobiernos e instituciones educacionales y sin ánimo de lucro tienen un sitio de información.
- Sitio de noticias: similar a un sitio de información, pero dedicado a mostrar noticias y comentarios de la actualidad.
- Sitio pornográfico: muestra imágenes y vídeos de contenido sexual explícito.
- Buscador: un sitio que proporciona información general y está pensado como entrada o búsqueda para otros sitios. El ejemplo más famoso es Google.
- Sitio de subastas: subastas de artículos por Internet, como eBay.
- Sitio portal: un sitio web que proporciona un punto de inicio, entrada o portal, a otros recursos en Internet o una intranet.
- Sitio Web 1.0: un sitio web estático. Un sitio donde el visitante solo puede recorrer sus páginas sin posibilidad de interactuar con ellas.
- Sitio Web 2.0: un sitio web interactivo. Un sitio donde el visitante puede hacer más cosas que recorrer sus páginas, en concreto, extraer información en la forma y criterios que estime oportuno y conveniente.
- Sitio Web 3.0: un sitio web inteligente. Un sitio que reconoce al usuario y muestra una dinámica en función de sus gustos, preferencias, historial, el momento y el estado de ánimo en que se encuentre.

- Sitio colaborativo o Wiki: un sitio donde los usuarios editan colaborativamente, donde los propios visitantes son los responsables de mantener la aplicación viva, usando tecnologías de última generación: flickr, Wikipedia.

Del mismo modo, se pueden clasificar en dos tipos según su dinamismo (Code Dimension, 2016):

- Sitios Web Estáticos: son aquellos que no acceden a una base de datos para obtener el contenido. Por lo general un sitio web estático es utilizado cuando el propietario del sitio no requiere realizar un continuo cambio en la información que contiene cada página.
- Sitios Web Dinámicos: son aquellos que acceden a una base de datos para obtener los contenidos y reflejar los resultados obtenidos de la base de datos, en las páginas del sitio web. El propietario del sitio web podrá agregar, modificar y eliminar contenidos del sitio web a través de un “sistema web”, generalmente, con acceso restringido al público mediante usuario y contraseña, el cual se denomina *back end*. Un sitio web dinámico puede contener páginas estáticas que no son modificadas. Suele ser el caso de las páginas dedicadas a brindar información como la misión y la visión de una empresa.

El sitio web que va a resultar de este proyecto va a ser un sitio web público, de información y dinámico.

2.3.3. Diseño de Experiencia de Usuario

Para los investigadores españoles Cristófol Rovira y Mari-Carmen Marcos, de la Universitat Pompeu Fabra, en el diseño de cualquier producto, la interfaz juega un papel primordial porque es la vía por la que el usuario se comunica con el sistema.

Esto es, particularmente cierto, en el caso de los sitios web ya que: “independientemente de la tecnología que se esconda tras una página web, la programación y el código que haya en sus ficheros, la carta de presentación y lo que permite que todas sus funciones sean accesibles es la interfaz” (Rovira y Marcos, 2013, pp.1).

Es por eso que estudiosos de diferentes áreas se han dedicado a investigar la interacción de las personas con los sitios web y cómo mejorar esta relación. En líneas generales es una meta de los diseñadores hacer que un sitio web, o cualquier otro objeto o servicio, pueda ser sea utilizado de forma eficiente, eficaz y satisfactoria por su público específico, así alcanzar los objetivos para los que fue diseñado en un determinado contexto de uso. A esto se le llama usabilidad y es uno de los conceptos más importantes en el diseño web (este punto será desarrollado con detalle más adelante).

Si bien la usabilidad tiene un papel importante en el diseño de sitios web eficaces, no es el único elemento a considerar, puesto que se han creado otra gran variedad de ellos, que deben ser tomados en cuenta a la hora de desarrollar un sitio web. Jesse James Garrett, es un canadiense experto en arquitectura de la información que elaboró el modelo conceptual sobre el diseño web centrado en el usuario de mayor aceptación entre los investigadores.

El modelo de Garrett (2000) se titula *Los elementos de la experiencia del usuario* y en él su autor busca definir y clarificar los términos y las relaciones entre ellos. Garrett cree que la Web existe en una dualidad entre su concepción original como un espacio de información hipertextual, y su uso como una interfaz de software remoto. En el modelo se especifica cómo la concepción del sitio web debe estar basada en:

- Las necesidades del usuario, metas externas del sitio; identificadas a través de investigación del usuario, segmentación etno/socio/psicográficos, etc.
 - Objetivos del sitio: financieros, creativos, o cualquier objetivo interno del sitio
- Esas son las bases del diseño, y en el proceso de realización se van aplicando

disciplinas correspondientes a las dos caras de la Web (espacio de información hipertextual e interfaz), lo que representa el fondo y la forma de cada sitio web.

En lo que concierne al diseño visual de un sitio web, desde el momento de la concepción de la idea hasta la finalización del proyecto, hay que tomar en cuenta los siguientes aspectos:

1. Especificaciones funcionales: descripciones detalladas de la funcionalidad que el sitio debe incluir para poder satisfacer las necesidades del usuario.
2. Diseño de la interacción: desarrollo del flujo de la aplicación para facilitar las tareas del usuario definiendo cómo el usuario interactúa con la funcionalidad del sitio.
3. Diseño de la información: diseñar la presentación de la información para facilitar el entendimiento.
4. Diseño de la interfaz: diseño de elementos de la interfaz para facilitar la interacción de los usuarios con funcionalidad.
5. Diseño visual: el tratamiento gráfico de los elementos de la interfaz.

2.3.3.1. Usabilidad

La usabilidad se refiere sencillamente a la facilidad de uso de determinado producto. La usabilidad significa cosas distintas para cada producto ya que “un producto será usable si lo es para su audiencia específica y para el propósito específico con el que fue diseñado” (Hassan Montero, 2015, p. 9).

Sin embargo, sí existen lineamientos generales para medir la usabilidad un producto:

- Facilidad de Aprendizaje (learnability): ¿Qué tan fácil le resulta a los usuarios llevar a cabo tareas básicas la primera vez que se enfrentan al diseño?
- Eficiencia: Se refiere al tiempo que le debe dedicar el usuario para realizar la tarea
- Capacidad de ser recordado (memorability): Cuando los usuarios vuelven a usar el diseño después de un periodo sin hacerlo, ¿cuánto tardan en volver a adquirir el conocimiento necesario para usarlo eficientemente?

- Eficacia: Durante la realización de una tarea, ¿cuántos errores comete el usuario?, ¿cómo de graves son las consecuencias de esos errores?

Yusef Hassan Montero (2015) le agrega a estos lineamientos, propuestos por primera vez por Jakob Nielsen en el 2000 y que Rovira y Marcos (2013) también reproducen, una dimensión subjetiva basada en la percepción del usuario: la satisfacción por haber realizado las tareas de manera sencilla y agradable.

2.3.3.2. Accesibilidad web

El concepto de la usabilidad está muy relacionado con el de accesibilidad web, que se define como “la posibilidad de que un producto o servicio web pueda ser accedido y usado por el mayor número posible de personas, indiferentemente de las limitaciones propias del individuo o de las derivadas del contexto de uso (Hassan Montero y Martín Fernández, 2003, párr. 13).

Según los autores citados, las limitaciones propias del individuo incluyen los principales tipos de discapacidades: deficiencias visuales, deficiencias auditivas, deficiencias motrices y deficiencias cognitivas y de lenguaje. Las limitaciones propias del individuo también engloban el idioma, conocimientos o experiencia.

Las limitaciones derivadas del contexto de uso y del dispositivo de acceso empleado son por ejemplo el tamaño de la pantalla del dispositivo o conexiones lentas de Internet.

2.3.3.2. Arquitectura de la información

El término arquitectura de información fue usado por primera vez por Richard Saul Wurman en 1975. Su definición original es: “El estudio de la organización de la información con el objetivo de permitir al usuario encontrar su vía de navegación hacia el conocimiento y la comprensión de la información” (citado por Hassan Montero, 2015, p. 13). Garrett (2000), por su parte, la define como el diseño estructural del espacio de la información para facilitar el acceso intuitivo al contenido.

Una correcta arquitectura de información es una parte importante del diseño de la experiencia del usuario, ya que le permite al usuario encontrar fácilmente la

información que necesita, facilita la navegación, comprensión del producto y motiva al usuario a explorar los contenidos y funcionalidades.

Adicionalmente, la arquitectura de la información les entrega a los administradores del sitio el beneficio de poder ubicar la nueva información sin tener que crear nuevas estructuras, también la libertad de incorporar nuevas iniciativas al sitio sin tener que partir desde cero (Gobierno de Chile, s.f, p.29).

2.3.3.2.1. Mapas Permanentes del Sitio

En el proceso de definir la arquitectura de la información de un sitio web es indispensable la creación de mapas permanentes del sitio, también llamados árbol de contenido. Allí se muestra de manera práctica cuántas secciones tendrá el sitio en desarrollo y cuántos niveles habrá dentro de cada uno.

Existen recomendaciones generales para el diseño de un árbol contenido como intentar que el número de secciones no sea mayor a 7. Esto con el fin de concentrar las acciones del usuario en pocas áreas; hay que considerar que cada una de las áreas a integrar en el árbol requerirá de mantenimiento posterior en contenidos, gráfica y funcionalidad, lo que encarecerá el costo final de operación del sitio (Gobierno de Chile, s.f., p.35). También se debe intentar que el usuario esté siempre a menos de tres clics del contenido que está buscando. Esto debe verse reflejado en el árbol de contenido.

2.3.3.3. Sistemas de navegación

Otra parte importante que hay que cuidar para el diseño de experiencias de usuario es el sistema de navegación que se elige. El sistema de navegación es un conjunto de componentes que deben estar presentes en cada página, o pantalla del sitio web, para que el usuario pueda moverse a través de las distintas secciones del sitio (Gobierno de Chile, s.f., p.36). La mayoría de las personas conoce los sistemas de navegación como “menús”, pero no necesariamente todo sistema de navegación es un menú.

Los sistemas de navegación son inherentemente interactivos, están conformados por varios elementos: gráficos tales como íconos o imágenes, barras

horizontales y verticales, u otros bloques desplegables (Vega, 2014). Es importante que el sistema de navegación esté siempre visible y que sea consistente en su diseño.

Existen cuatro tipos principales de sistemas de navegación, cada uno con niveles de flexibilidad y usabilidad distintos (Vega, 2014):

- **Lineal**

La navegación lineal permite un flujo de la información más estable, es muy útil cuando se quiere explicar al usuario paso a paso, ya que sólo le ofrece al usuario dos opciones: adelante y atrás.



Imagen 5. Ejemplo de un menú clásico para navegación lineal

Fuente: Zae Vega. Tipos de navegación para un sitio web.

- **Jerárquica**

Esta estructura comienza con una página principal o raíz, se presentan varias opciones que permiten ir visualizando páginas más específicas. Éste tipo de navegación ofrece conceptos muy detallados que se desglosan bajo conceptos más generales.



Imagen 6. Menú para navegación jerárquica

Fuente: Zae Vega. Tipos de navegación para un sitio web.

- **No lineal**

Es adecuada cuando se tiene que conservar el camino general, pero hay que dar lugar a ligeras variaciones, tales como saltarse determinadas páginas.



Imagen 7. Menú para navegación no lineal

Fuente: Zae Vega. Tipos de navegación para un sitio web.

- **Compuesta**

La navegación compuesta es la que combina diferentes sistemas de navegación para permitirle al usuario un recorrido más personalizado dentro del sitio.



Imagen 8. Ejemplo de menú de navegación compuesta

Fuente: Zae Vega. Tipos de navegación para un sitio web.

2.3.3.3.1. Affordances y Signifiers

El concepto de *affordances*, que se traduciría como beneficios u ofrecimiento, es que una función debe hablar por sí misma, y sugerir su uso (ejemplo, una acera ofrece caminar). Por su parte *signifiers*, que se traduciría como significantes, son lo que da un indicio sobre el ofrecimiento (ejemplo, la superficie plana de la acera indica que se camina con los pies) (UXPin, 2015, p. 17).

Affordances y *Signifiers* son requisitos de la usabilidad: si nos vemos obligados a explicar al usuario cómo usar algo, probablemente es porque en realidad se encuentre mal diseñado (Hassan Montero, 2015, p. 26).

Affordances es lo que un producto puede hacer. Por ejemplo, un sitio web ofrece el beneficio de la navegación. Pero ¿cómo sabe el usuario que la función es posible? Desde el aspecto de la percepción, *affordance* es, por lo tanto, como el usuario piensa que la navegación podría funcionar. Si la navegación no coincide con la *affordance* entonces la experiencia del usuario no va a ser positiva (UXPin, 2015, p. 71).

La percepción de la *affordance* va a depender de los *signifiers*. Un *signifier* puede ser cualquier cosa que sugiera significado, ya sea una palabra, una forma, un color o un movimiento pero se pueden organizar en cuatro grupos (UXPin, p. 72).

- Significantes explícitos: o significantes obvios, como palabras o apariencias. Un botón que diga “Haz clic aquí” es un significante explícito. No se debe abusar de este recurso para no fastidiar al usuario.
- Patrón de significantes: tendencias y costumbres que se han popularizado hasta el punto de entendimiento común. Los usuarios saben que si le dan clic al logo van a devolverse a la página de inicio. Los patrones de significantes permiten que las interacciones significativas ocurran a la velocidad del pensamiento (intuitivamente el usuario reconoce que la lupa indica una funcionalidad de búsqueda). Como tal, estos deben ser utilizados siempre que sea posible (especialmente si se está diseñando para audiencias con conocimientos sobre tecnología).

- **Significantes ocultos:** significantes que no lucen aparentes hasta que ciertas condiciones se ven satisfechas. Usualmente implican flotar el cursor sobre un objeto para que aparezca una opción. Su ventaja es que ayudan a ahorrar espacio, pero se asume el riesgo de que el usuario no logre la interacción.
- **Significantes metafóricos:** el uso de metáforas para significar el sentido, por ejemplo, un ícono de un sobre representa un email. Estos significantes dependen del sentido común del usuario (y su familiaridad con objetos cotidianos) para establecer una conexión. Los significantes metafóricos están estrechamente vinculados con los patrones; porque las metáforas han tenido tanto éxito, han sido utilizadas repetidamente por cientos de compañías hasta que se convirtieron en patrones establecidos.

2.3.4 Flat Design frente Material Design

Existen actualmente dos tendencias predominantes en el diseño UX, que se ven reflejadas en sitios web (tanto en su versión desktop como móvil) y aplicaciones móviles: flat design o diseño plano y material design. El primero surgió de mano de Windows y su Windows Phone en 2010; el segundo fue diseñado por Google en el 2014. Si bien fue Windows el primero en poner en práctica el flat design, su boom se dio gracias a Apple y el lanzamiento de su sistema operativo iOS 7. El material design se encuentra presente en todos los productos Google y Android.

2.3.4.1 Flat Design

Las raíces del diseño plano se pueden rastrear a un número de diversas influencias, especialmente el diseño suizo o internacional y del minimalismo (UXPin, 2015, p. 10).

Las primeras muestras del diseño plano eran, precisamente, increíblemente planas en un deseo por eliminar todo rastro del diseño esquemático (imitación de la apariencia de los objetos) al que se reemplazó. No obstante, el diseño plano de hoy día está comenzando a incluir toques de ornamentación (UXPin, 2015, p. 7).

Desde su aparición en 2010 el flat design ha ido evolucionando de manera

natural hasta llegar al Flat Design 2.0, término acuñado por el autor Ryan Allen, un diseño ya no tan plano porque ahora incluye sombras, gradientes y *highlights* (Allen, 2014).

Las tendencias y técnicas popularizadas por el flat design son las siguientes (UXPin, 2015):

1. Sombras largas: la sombra es a menudo ancha y se coloca en un ángulo de 45 grados, con bordes que son fáciles de identificar. Aplicada con moderación, las sombras largas añaden profundidad y énfasis a elementos planos.
2. Paletas de colores brillantes: El flat design ha supuesto la reaparición del color y en tonalidades llamativas.
3. Tipografía simple: se utilizan tipos de letra fácil de leer, usualmente sans serif que contengan una anchura de trazo uniforme. Se utiliza un solo tipo de letra (con sus variantes) en cada proyecto.
4. Botones fantasma: diseñado como un elemento transparente, pero en el que se puede hacer clic. Los botones fantasmas proporcionan una señal de interacción visual sin obstruir el diseño de la interfaz de usuario. Los botones suelen estar constituidos únicamente por un borde y funcionan gracias al patrón de significantes que le indica al usuario que puede hacer clic.
5. Minimalismo: este diseño es exclusivamente minimalista. Si bien el concepto de minimalismo no es nuevo, se ha vuelto extremadamente popular, últimamente, por su estética limpia y los beneficios de rendimiento del sitio (como la reducción en los tiempos de carga de la página).

Si bien el flat design ha tenido mucho éxito no está exento de problemas. Por ejemplo, algunos usuarios pueden tener dificultades con las interfaces y lo que es *clickable* (la falta de textura a veces debilita los *signifiers* y *affordances* que indican la función). Su popularidad puede ser vista como un problema por la cantidad de sitios que tienen apariencias similares. El flat design es difícil de adaptar para sitios con contenido complicado porque a menudo carece de la jerarquía visual necesaria para grandes cantidades de información.

2.3.4.2 Material Design

El Material Design de Google se basa en tres principios de diseño: las señales visuales deben estar fundamentadas en la realidad, la teoría del diseño básico prevalece en las imágenes y todo movimiento debe tener significado (UXPin, 2015, p. 23). Estas ideas son bastante similares a las ideas detrás del flat design con dos diferencias principales: mayor enfoque en movimiento y animación, y capas de elementos de diseño, inspiradas en la jerarquización natural del papel: “Material Design quiere guiarse por las leyes de la física, donde las animaciones sean lógicas, los objetos se superpongan pero no puedan atravesarse el uno al otro y demás” (Pérez, 2014, párrafo 2).

Pérez (2014) establece las características del Material Design:

- Elementos ordenados e imágenes claras: Material Design es un diseño con una tipografía clara, casillas bien ordenadas, colores e imágenes llamativos.
- Luz y sombras dan sensación de jerarquía: una iluminación realista proporciona indicios de cómo se comportará un elemento y en qué nivel se encuentra.
- El movimiento es la mejor forma de guiar al usuario: elemento clave, por ejemplo un objeto que parpadea significa que está llamando tu atención, un elemento que se expande es que se acaba de abrir.

Si bien ambos conceptos comparten rasgos visuales similares: color, formas y estructura general. Algunas de las diferencias (sobre todo las capas del material design) se encuentran en la raíz de los conceptos. El material design está documentado y enfocado, mientras que el flat design ha evolucionado casi por sí mismo. No hay duda, sin embargo, que este último influye en el material design cuando se tiene en cuenta las imágenes llamativas, los bordes nítidos y vibrante apariencia común a ambos métodos.

El diseño del material, si acaso, adopta una postura más práctica que el diseño plano tradicional. Al permitir la superposición de elementos a lo largo del eje Z, conserva la madurez visual del diseño plano,

mientras que es lo suficientemente esquemático como para comunicar las affordances al usuario. (UXPin, 2015, p. 24)

2.3.5. Principios de diseño

Sin importar el tipo de diseño que se elija para un sitio web hay principios básicos de diseño que deben ser tomados en cuenta.

2.3.5.1 Color

“El color mejora la estética y funciona eficazmente tanto para destacar y organizar elementos como para codificar información” (Hassan Montero, 2015, p. 41). Cada sitio web tiene una paleta de colores, los colores principales que utiliza. El uso repetido de estos colores va a afectar la actitud del usuario de manera subconsciente y deben ser escogidos escogidos cuidadosamente (UXPin, 2015).

Para transmitir el mensaje deseado hay que conocer la psicología del color. Cada color evoca un estado anímico específico: los colores cálidos (rojo, anaranjado, amarillo) tienden a energizar al usuario y ponerlos en estado alerta; mientras que los colores fríos (verde, azul, morado) evocan una sensación de tranquilidad (UXPin, 2015, p. 56).

Significado de cada color:

- Rojo: poder, importancia y juventud. Rojo es el color que atraerá la mayor atención, por lo que es comúnmente utilizado para las advertencias y avisos importantes. Debe ser usado con precaución porque puede llevar a la sobre estimulación y el usuario pierde la concentración.
- Anaranjado: amistad y energía. El anaranjado también ayuda a crear una sensación de movimiento y energía.
- Amarillo: uno de los colores más versátiles dependiendo del tono. Un amarillo brillante es el más enérgico de los colores, sin la severidad del rojo. Los tonos medios del amarillo dan una sensación de comodidad sin restarle vitalidad. Los tonos más oscuros (incluyendo el oro) pueden dar la impresión de antigüedad y dar un aire de atemporalidad, sabiduría y curiosidad.

- Verde: crecimiento, estabilidad, temas financieros y ambientales. El verde cierra la brecha entre los colores cálidos y fríos, aunque tiende a ser más de un color fresco. Esto significa que el verde tiene los mismos efectos relajantes del azul, pero aún conserva algunas de las cualidades energizantes del amarillo. Como tal, crea una atmósfera muy equilibrada y estable.
- Azul: calma, seguridad, apertura (tonos más claros), confiabilidad (tonos más oscuros). Todos los azules son universalmente relajantes y seguros, pero los tonos más claros parecerán más amistosos mientras que los más oscuros parecen más sombríos.
- Morado: lujo, romance (tonos más claros), misterio (tonos más oscuros).
- Negro: Poder, sofisticación y modernismo.
- Blanco: limpieza, virtud, sencillez. Los sitios minimalistas y simplistas lo usan a menudo como fondo. El blanco es el mejor para acentuar los otros colores de la página.
- Gris: Neutralidad, formalidad, melancolía.

2.3.5.2 Eficiencia

Para Hassan Montero (2015) en el diseño de interacciones “cada segundo cuenta.” Esto significa que el sitio web debe responder lo más rápido posible a cada acción del usuario. “Pero el sistema no sólo debe evitar esperas, su diseño debe además exigir al usuario el esfuerzo imprescindible para completar su tarea en el menor tiempo posible” (p. 46).

En el campo de la eficiencia son importantes las leyes de Fitts y Hicks. La ley de Fitts trata sobre la velocidad y precisión del movimiento muscular humano para apuntar a un objetivo. Según esta ley, publicada por Paul Fitts en 1954, los botones deben tener un tamaño razonable, siendo muy difícil pinchar en los que sean pequeños (González, 2017)

La ley de Hicks establece que el tiempo necesario para tomar una decisión aumenta logarítmicamente en función del número de opciones disponibles (UXPin, 2015). Aplicado al diseño esto significa que hay que reducir al mínimo el número de

opciones por campo para que el usuario no pierda tiempo (Hassan Montero, 2015, p. 48).

2.3.5.3 Error humano

Según las afirmaciones de Hassan Montero (2015): “La primera función de todo buen diseño es evitar o prevenir el error humano” (p. 51). Para lograr esto se deben limitar las posibles formas en las que el usuario puede introducir un dato o llevar a cabo una acción. También se debe ofrecer ayuda contextual mediante breves explicaciones.

Cuando el usuario realice una acción que pueda tener consecuencias irreversibles, se le debe advertir y solicitar confirmación. Cada vez que se presente un error (humano o del sistema), se debe informar al usuario en un lenguaje claro y comprensible, e idealmente ofreciendo solución al problema.

2.3.5.4 Uso del espacio

El diseño espacial es el vínculo entre las dimensiones más estilísticas del lenguaje y las visuales, y las más prácticas de la capacidad de respuesta, del tiempo y del comportamiento del usuario (UXPin, 2015, p. 25). El diseño espacial debe ser balanceado, debe igualar la tensión entre elementos para transmitirle al usuario una sensación de armonía.

En el diseño web no se le debe de tener miedo a dejar espacios en blanco. En este sentido, siguen siendo relevantes los conocimientos sobre psicología aportados por la Gestalt. La psicología de la Gestalt (también psicología de la forma o psicología de la configuración) es una corriente de la psicología moderna, surgida en Alemania a principios del siglo XX. Esta psicología está muy relacionada con el diseño en todas sus formas, pero hay cinco principios que son vitales para el diseño web (UXPin, 2015, p. 16):

- Principio de la semejanza: Los objetos que parecen similares son percibidos como similares. Al crear dos elementos parecidos, se puede explicar el propósito de cada uno de una manera que se siente intuitiva, lo que facilita la navegación del usuario.

- Principio de la relación entre figura y fondo: el cerebro no es capaz de interpretar un objetivo como figura o fondo en un mismo momento. Los elementos se perciben como figuras (elementos distintivos de enfoque) o motivos (el fondo sobre el que se encuentran las figuras). Es por esto que cuando un anuncio publicitario o cualquier otra ventana emergente aparecen el resto de la página se oscurece o difumina, para resaltar su importancia.
- Agrupamiento: Los elementos que son diferentes igual pueden agruparse para parecer similares. Los principios de la Gestalt sugieren al menos 2 maneras de utilizar el agrupamiento para mostrar la relación. Perímetro: encerrando objetos disímiles juntos dentro de un límite perceptible los unificará en la mente del usuario. Proximidad: los objetos agrupados juntos se percibirán como similares, especialmente si están separados de otros grupos por un espacio aún mayor.
- Principio de cerramiento: los humanos proveerán su propio cierre a los objetos incompletos llenando los huecos ellos mismos. El ejemplo más claro son los sitios de tres columnas que no utilizan líneas para separarlas sino que utilizan el espacio en blanco para que el usuario entienda que se trata de elementos diferentes.
- Principio de la Continuidad: se tienden a agrupar juntos aquellos detalles que mantienen un patrón o dirección, como parte de un modelo. Esto tiene el efecto más obvio en la navegación del sitio, ya que los elementos en el mismo plano horizontal parecen tener el mismo nivel de jerarquía.

Los principios de la Gestalt nos enseñan a no temerle a los espacios en blanco. El espacio en blanco o espacio negativo (no necesariamente el color debe ser blanco) se refiere al espacio y márgenes entre elementos de la interfaz (Hassan Montero, 2015, p. 57).

Este espacio en blanco atrae la atención del usuario a la vez que resalta los elementos importantes del sitio. Se debe evitar que el diseño se vea recargado para mejorar la comprensión, atraer la atención del usuario y resaltar los elementos

importantes del sitio.

2.3.5.5 Retroalimentación

La retroalimentación o feedback es: “un producto interactivo [que] debe informar al usuario en todo momento del estado en el que se encuentra, de qué ha ocurrido o está ocurriendo como consecuencia de la acción realizada por el usuario (Hassan Montero, 2015, p. 98). El objetivo es hacer que la computadora sea lo más "humana" posible para que la interacción se sienta más natural, esto se logra de las siguientes maneras: comunicarle al usuario los errores y los aciertos en la interacción para que reciban un refuerzo positivo, utilizar elementos visuales apropiados para indicar qué significa el mensaje antes de que los usuarios lo lean, y ser consistente con los mensajes de retroalimentación para establecer el tono (UXPin, 2015).

2.3.5.6 Legibilidad e inteligibilidad

El contenido del sitio no se puede dejar a un lado, desde los títulos de las secciones para abajo, el texto va a tener un papel importante en evitar que el usuario abandone el sitio.

El texto siempre debe ser legible, si los usuarios no pueden leer el texto, no importa lo bella que sea la tipografía (UXPin, 2015). El texto también tiene que ser inteligible, el sitio le debe comunicar al usuario de qué opciones dispone en cada momento.

Hay varios lineamientos a seguir para asegurar la legibilidad del texto (Hassan Montero, 2015, p. 80):

- El tamaño de la fuente le debe permitir a todos los usuarios, sin importar edad, leer la información, además indicar al usuario cuál es la información más importante.
- El color de la fuente debe ofrecer suficiente contraste respecto al color del fondo del texto.
- Un interlineado muy reducido afecta negativamente la legibilidad.
- En textos demasiado anchos la legibilidad se ve reducida por el coste visual que supone, una vez terminada de leer una línea es más difícil localizar el

comienzo de la siguiente

- Las palabras escritas completamente con letras mayúsculas son de más difícil lectura.

Respecto a la inteligibilidad, algunas recomendaciones son:

- El texto, en lo posible, debe ser breve.
- Se debe utilizar una terminología que resulte familiar y comprensible para el público específico al que se dirige el producto.
- Los encabezados de una sección o contenido deben ser iguales o similares a los usados en los enlaces u opciones que llevan a dicho contenido.

Es fundamental en la elaboración de un sitio web para la Escuela de Comunicación Social tomar en cuenta todos estos lineamientos de diseño a la hora de esquematizar cualquier sitio web. Con ellos se puede asegurar que el sitio, o cualquier otro producto digital, sea amigable para los usuarios además de estéticamente agradable.

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1. Diseño de la investigación

Esta investigación es un proyecto factible ya que “consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales” (UPEL, 2006, p. 13).

El Proyecto Factible comprende las siguientes etapas generales: diagnóstico, planteamiento, fundamentación teórica de la propuesta, procedimiento metodológico, actividades y recursos necesarios para su ejecución. Y, finalmente, análisis y conclusiones sobre la viabilidad y realización del proyecto. En el caso de su desarrollo, la ejecución de la propuesta y la evaluación tanto del proceso como de sus resultados.

Los proyectos factibles no necesariamente deben ser ejecutados, en tales circunstancias, el último paso sería el análisis sobre la viabilidad y realización del proyecto. En este sentido, en este trabajo de grado se harán las recomendaciones para la implementación y actualización del sitio web para la Escuela de Comunicación Social, de la Universidad Central de Venezuela.

En consecuencia, la metodología del presente trabajo especial de grado se ajusta a los parámetros de los proyectos factibles, es decir, aquellos que son pensados para la solución de una problemática de una comunidad dada. A continuación se detallaran todos aspectos relacionados con los procedimientos metodológicos y las actividades llevadas a cabo para la ejecución del prototipo de página web para la Escuela de Comunicación Social. Asimismo, se exponen los recursos necesarios para su ejecución, análisis y conclusiones sobre la usabilidad y factibilidad de la propuesta.

3.2. Enfoque de la investigación y técnicas para la recolección de información

Un proyecto factible puede enriquecerse de una combinación de estrategias metodológicas y para el presente trabajo se decidió utilizar un enfoque de investigación cualitativa y una técnica documental para la recolección y estudio de las fuentes de información pertinentes a los fines del trabajo.

Se llevaron a cabo distintas actividades como: el análisis documental, entrevistas no estructuradas, observación etnográfica participante y la organización de un focus group. La realización de todas las actividades estuvo guiada por los conceptos y consejos del profesor Gustavo Hernández Díaz en su libro *La Investigación en Comunicación Social*.

3.3. Fases de la investigación

3.3.1. Diagnóstico y fundamentación teórica

La fase del diagnóstico corresponde a la delimitación y justificación del problema. La fundamentación teórica se realizó a través de la revisión de información documental que fue resumida en el marco teórico.

3.3.2. Diseño conceptual

Antes de empezar a tomar decisiones sobre el diseño gráfico se decidió la Arquitectura de la Información del sitio respondiendo a las necesidades estudiadas en la fase del análisis teórico. Era importante que el sitio reflejara las actividades que se llevan a cabo en la Escuela, las inquietudes del público sobre el curso de locución, la historia de la ECS, y la oferta de clases, entre otras cosas. Utilizando esta información se esbozó el mapa del sitio en el que se definió las secciones tentativas del sitio web.

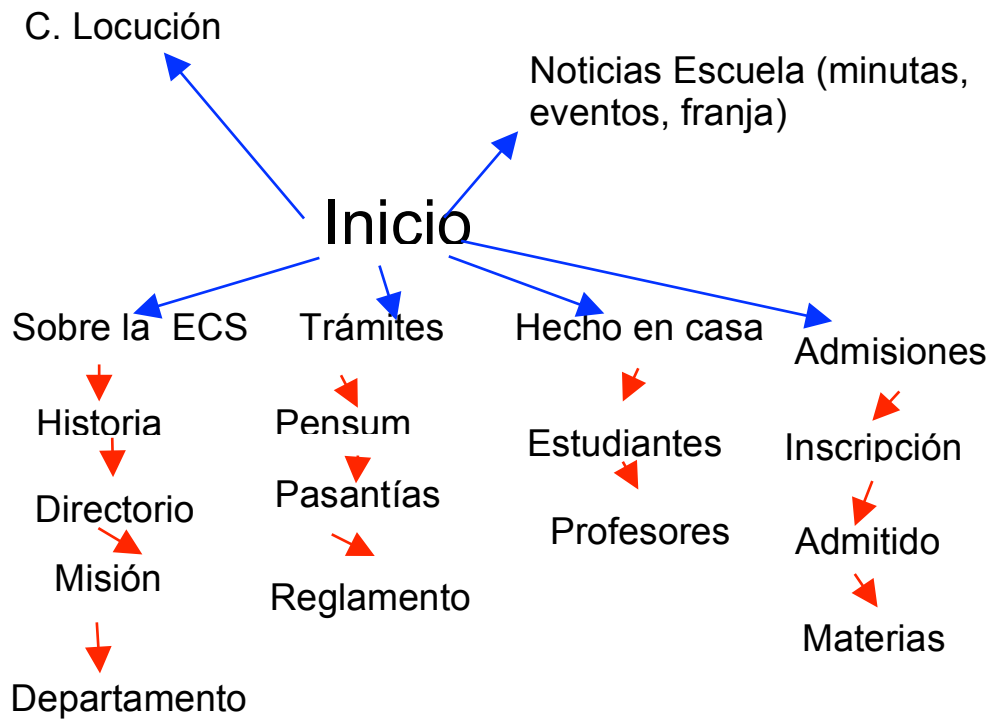


Imagen 9. Primer boceto de la arquitectura de la información del sitio.

3.3.3. Modelado del Usuario

El modelado del usuario consistió en la definición de clases o perfiles de usuarios en base a atributos comunes. Los atributos sobre los que se hará la clasificación dependen de la información que se tenga de la audiencia, pero normalmente se tratarán de atributos tales como necesidades de información, condiciones de acceso, experiencia y conocimientos.

El propósito de este paso fue crear los perfiles de la audiencia específica para poder conocer sus necesidades, su manera de consumir la información. Esto sirvió para dirigir el diseño y estructuración de la información, a los fines de satisfacer de manera óptima los requerimientos de los potenciales usuarios.

Aunque para el diseño del prototipo del sitio web se contemplan como usuarios a los profesores, personal administrativo, al igual que a futuros estudiantes de la ECS, se tomaron como usuarios principales a la comunidad estudiantil actual.

Desde los estudiantes en primer semestre hasta los graduandos van a encontrar información específicamente dirigida a ellos dentro del sitio web.

Tabla 1. Perfil del usuario principal

Ocupación	Estudiante, trabajador
Nivel de educación	Bachiller
Edad	Entre 18 y 25 años.
Necesidades de información	Información institucional: recaudos de trámites, directorio de los profesores, información sobre conferencias y otros eventos, actualización de los trabajos realizados por los estudiantes en los diversos departamentos.
Condiciones de acceso a Internet	Teléfonos inteligentes, computadoras, sala de informática. Velocidad de conexión lenta
Conocimientos de informática	Entre mediano y alto (relación con el tiempo de uso de Internet y redes sociales)

Tabla 2. Perfil del usuario secundario

Ocupación	Profesor
Nivel de educación:	Licenciatura
Edad	Más de 30 años
Necesidades de información	Información sobre conferencias y otros eventos, actualización de los trabajos realizados por los estudiantes en los diversos departamentos.
Condiciones de acceso a Internet	Computadoras, teléfonos inteligentes
Conocimientos de informática	Entre bajo y mediano.

3.3.4. Diseño visual y definición del estilo

En esta fase se especificó el aspecto visual del sitio web incluyendo la composición de cada tipo de página, aspecto y comportamiento de los elementos de interacción y presentación de elementos multimedia. Con base en los colores de la Escuela se decidió la paleta de colores.

Se decidió limitar la interacción a hipervínculos y botones cuyo texto claramente le indique al usuario cómo se va a comportar el elemento. Los elementos multimedia, con excepción del material audiovisual creado por los usuarios, escogidos fueron fotografías e íconos. Se evitó usar vídeos o animaciones para que el sitio no fuera muy pesado y los usuarios no pudieran visualizarlos.

3.3.5. Construcción

Para la construcción del sitio web se realizaron una serie de maquetas o wireframes. Al realizar los wireframes se fue determinando la jerarquía visual de cada página. La jerarquía visual se orientó a conseguir una estética de orden, que le permitiese a los usuarios navegar en una página empezando por un elemento llamativo, usualmente una imagen o un encabezado, y, posteriormente, sugerirle a dónde deberían mirar después.

Debido a la existencia de diversas páginas similares, como las de modalidades de ingreso e inscripciones, se hicieron las maquetas según la cantidad de información que contienen. Las maquetas se realizaron en Adobe Illustrator y el proceso duró poco más de una semana. Como el propósito era diagramar los elementos las maquetas fueron realizadas en blanco y negro.

Si bien la idea al principio era realizar el prototipo en Adobe Muse –el programa de Adobe para diseñar páginas web sin necesidad de escribir código–, esta se descartó porque era necesario crear el prototipo en una plataforma fácil de compartir y Muse no tiene un sistema de gestión de contenidos, esencial para crear un sitio web dinámico.

Después de realizar una comparación entre las diferentes plataformas de hosting gratuito con sistema de gestión de contenidos como Wordpress, Blogspot,

Weebly, entre otros, se eligió Wix. Esta decisión responde a que si bien el sitio exige que se escoja una plantilla para empezar a diseñar da la libertad de cambiar absolutamente todos los elementos, incluso el usuario puede decidir por sí mismo cómo cambia de color un botón cuando es presionado. Al igual que la suite de Adobe, permite que el usuario configure el estilo predeterminado de los párrafos y de diferentes tipos de título, lo que ahorra tiempo en el proceso de diseño.

El diseño del sitio en Wix tardó un mes, incluyendo la realización de un focus group para determinar la opinión de los futuros usuarios y los ajustes posteriores.

CAPÍTULO IV EL PROYECTO

4.1. Aspectos generales del prototipo ECS Virtual

4.1.1. Justificación del nombre

El origen del nombre del proyecto ECS Virtual es bastante sencillo y claramente refleja la intención de llevar a la ECS al mundo web, también llamado mundo virtual. Aparte, como elemento de identidad, es práctico porque es fácil de recordar para los usuarios.

4.1.2 Concepto

ECS Virtual es un prototipo de sitio web para la Escuela de Comunicación Social que le permitirá, a esta institución, tener en la web un canal de divulgación de información oficial a la vanguardia del diseño web. Este prototipo permitirá a la ECS informar sobre su historia, los trámites institucionales y publicar trabajos de sus estudiantes y profesores de manera eficiente.

4.1.3 Dominio

Para evaluar la interacción con los posibles usuarios se creó en la plataforma de desarrollo web de Wix el prototipo de sitio web <http://ecsvirtualucv.wixsite.com/ecsvirtual>. Se espera que el prototipo sea implementado y asuma el dominio institucional www.ecs.human.ucv.ve

4.1.4 Aspectos técnicos

La construcción del prototipo del sitio web consistió en llevar a cabo las maquetaciones que respondieran a las necesidades del usuario y a las tendencias del diseño web. Para construir la primera versión funcional del prototipo, fue necesario contemplar la necesidad de poder hospedarlo momentáneamente para la visualización y evaluación de los posibles usuarios. Por lo anterior, se escogió la plataforma de desarrollo web de Wix que permite crear con facilidad sitios web a partir de una plantilla.

Para este trabajo se utilizó la plantilla llamada “Art School” la cual se ajustó

al diseño anteriormente maquetado. Si bien existe una gran gama de sitios que ofrecen hospedaje gratuito, se consideró que Wix era el que brindaba más libertad a la hora de hacer cambios a sus plantillas web.

Para diseñar según dispositivo se utilizaron los tamaños de pantalla más estándar para cada cual. El promedio de la pantalla de una laptop o computadora de escritorio es 1560 x 576 píxeles, las tabletas no sobrepasan los 768 x 696 píxeles y los teléfonos 380 x 570 píxeles. Si bien el sitio web se va a adaptar al tamaño de las tabletas, su diseño no va a variar del de desktops y laptops. Actualmente las laptops vienen con pantallas táctiles y las proporciones de las pantallas de las computadoras personales y las tabletas son similares, por lo que el diseño del sitio se va a acoplar a ambos con facilidad.

4.1.5 Identidad gráfica

4.1.5.1. Paleta de colores

La Escuela de Comunicación ha formado parte de la Universidad Central de Venezuela desde sus inicios, por esta razón decidimos mantener una relación entre los colores de la Universidad, la Facultad de Humanidades y Educación, y los ya existentes en la escuela debido a su significado, simbología establecida a lo largo de los años.

En el sitio web encontraremos una paleta principal de 5 colores utilizados con diferentes variaciones. Los tonos de azul y gris son armoniosos por analogía ya que pertenecen a la gama de colores fríos; mientras que el color amarillo y el anaranjado imponen el contraste por temperatura al pertenecer a la gama de colores cálidos.



Imagen 10. Paleta de colores prototipo ECS Virtual

Entre las tonalidades azules encontramos azul (#200C61), color emblemático de la UCV representado en el sello de la bandera de esta institución, así como en las “boinas azules”. El azul rey se encuentra presente en los logos de la Facultad de Humanidades y Educación y en el de la Escuela de Comunicación Social.

Igualmente, están presentes tonos más claros que por analogía forman parte de la paleta de colores, dichos tonos fueron tomados del logo de la Facultad de Humanidades y Educación, a la cual está adscrita la Escuela de Comunicación Social. Se escogieron esas tonalidades de azules para lograr la apariencia de confianza y amabilidad en el prototipo.

Las tonalidades grises: color característico de la Facultad de Humanidades expresado en su bandera y en los distintos murales del espacio físico de la Facultad en el campus de la Ciudad Universitaria, de Caracas. En el sitio se incluyen dos tonos: #E0E0D1 y #605E5E. El gris al ser un color neutro es perfecto para el fondo y además le otorga un poco de modernidad al sitio.

Amarillo y anaranjado: colores cálidos (#E7C30B y #F28241 respectivamente) que contrastan el resto de la paleta incluida en el nuevo sitio de la Escuela de Comunicación Social. El amarillo revitaliza al sitio y atrae fácilmente el ojo del lector

Blanco: color neutral, parte del logo FHE. Cuando se encuentra en el texto es (#FFFFFF) para que no se confunda con el fondo, pero cuando es usado en el fondo es menos brillante (#FAFAFA) para no sobresaturar al ojo. El blanco le otorga al sitio una sensación de limpieza y sencillez.

4.1.5.2. Paleta tipográfica

Se utilizaron dos tipos de letra. Ambos sans-serif para hacer los textos más legibles. Avenir para los títulos y Open Sans para el cuerpo.

Avenir: esta tipografía fue creada por Adrián Frutiger en 1988. Letra muy elástica y legible, con un aspecto armonioso que da muy buen resultado tanto en textos como en títulos.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
Escuela de Comunicación Social

Imagen 11. Tipografía Avenir

Open Sans: es un tipo de letra sans-serif diseñado por Steve Matteson y encargado por Google. Optimizada para la legibilidad a través de la impresión, la web y las interfaces móviles, es apropiado que sea el de mayor presencia en el sitio web.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
Escuela de Comunicación Social

Imagen 12. Tipografía Open Sans

4.1.6 Contenidos

El contenido del prototipo incluye la investigación sobre la historia de la Escuela, contenido generado y texto falso para las noticias y eventos. Algunos de los trabajos de estudiantes fueron compartidos.

4.1.7. Antecedentes de canales digitales de información ECS-UCV

Para lograr recabar información sobre las experiencias de los portales web de la ECS-UCV 2002 y 2010, y la situación actual de la Escuela en materia digital, fue necesario realizar entrevistas a representantes de las comunidades de la Escuela debido a que la información documental hasta el momento era inexistente (las entrevistas se recopilan bajo la referencia García y Pignataro, 2016-2017). Fueron entrevistados: el director de la Escuela de Comunicación Social, de la UCV, Prof. Miguel Ángel Latouche y el desarrollador de ambos sitios y profesor de informática, Oscar Nieto. Gracias a la información recabada se pudo determinar cuáles fueron los factores negativos y positivos de los anteriores canales y rescatar algunos elementos para la elaboración de la presente propuesta.

4.1.7.1. Sitio web ECS 2002

En el año 2000 se inició en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela el desarrollo de las tecnologías de información en la comunicación a manos del profesor de informática Oscar Nieto.

En la entrevista realizada al profesor Nieto cuenta que este desarrollo se logró mediante dos pasos: el primero, fue integrar a la Escuela al *background* de fibra óptica de la Universidad Central dándole acceso a internet; el segundo, fue la incorporación de dos servidores que se utilizaron, respectivamente, para alojar en el 2002 el primer portal de la Escuela (http://www.ecs.human.ucv.ve/intranet_ecs/), y el software que sostuvo el manejo de este portal.

El profesor Nieto afirmó que este canal causó un gran impacto en la comunidad ECSista ya que contenía una estrategia de educación a distancia, toda la información necesaria respecto a la estructura de la Escuela y una base de datos de los profesores, estos dos últimos elementos se rescataron para la elaboración de este prototipo debido a su importancia en las comunicaciones internas de la Escuela.

A pesar de que se tenía la intención de albergar los trabajos de los estudiantes, no fue posible debido a una falta de organización que actualizara la información. Aunado a eso, la generación de contenidos por parte de las autoridades no era continua, se limitaban a publicar horarios, suspensión de actividades, etc.

Era el mismo profesor Nieto quien se encargaba de desarrollar, implementar y actualizar el portal cada vez que era necesario.

Con todas las dificultades, este canal estuvo activo durante un período, pero no lograba satisfacer las cambiantes necesidades del mundo digital. El portal, respondía a las características de la web 1.0, las páginas eran estáticas y no estimulaban ningún tipo de interacción con el usuario.

4.1.7.2. Portal ECS 2010

Tiempo después, el profesor Nieto realizó la transformación del portal original, incorporando un manejador de contenido (CMS), el *Joomla* migrando toda la información que estaba alojada en el sitio. Surgió así, un nuevo proyecto de diseño

web en el año 2010 que aún sigue disponible en (<http://www.ecs.human.ucv.ve/PortalEcs/>) este portal utilizó elementos y colores similares al sitio web de la Universidad Central de Venezuela, dándole un sentido de pertenencia mediante la identidad visual. Este nuevo canal digital intentó ser más dinámico mediante la publicación de trabajos académicos como revistas digitales y el periódico “Pauta libre digital”, pero solamente se logró la incorporación de la radio de la escuela. Al igual que lo que sucedió con el portal del 2002, el profesor Nieto argumentó que no fue posible mantener el portal debido a la falta de generación de contenido por parte de las autoridades, y la carencia de alguien encargado de actualizar el sitio. Actualmente el sitio se encuentra en desuso con varios de sus enlaces averiados.

4.1.7.3. Grupo de Facebook del Centro de Estudiantes de la ECS

Paralelamente, la Escuela se mantuvo en la vanguardia en el uso de las redes sociales con la creación en el 2009 del grupo de Facebook, del Centro de Estudiantes, de la Escuela de Comunicación Social (<https://www.facebook.com/groups/ceecsucv/>) A partir del año 2012, cuando entra en desuso el portal web, pasa a convertirse en uno de los principales canales de comunicación de la Escuela. Este grupo ha sido dirigido por las distintas gestiones de centro de estudiantes que han sido elegidas en la ECS.

4.1.7.4. Facebook Coordinación Académica ECS

Asimismo, la Coordinación Académica de la Escuela cuenta con un perfil de Facebook (<https://www.facebook.com/academicacs>) desde donde publican horarios y comunicados. En la entrevista realizada al director de la Escuela, el profesor Miguel Ángel Latouche, explicó que este perfil fue una iniciativa del profesor Carlos Gutiérrez quien la manejó durante el tiempo que ejerció como coordinador académico, posteriormente, el profesor Orlando Luna y el profesor Fernando Rojas hicieron lo propio al ejercer el cargo. Igualmente el profesor Latouche apuntó que no ha habido una consistencia en el manejo y que esta no puede ser considerada un canal oficial.

4.2. Arquitectura de la información

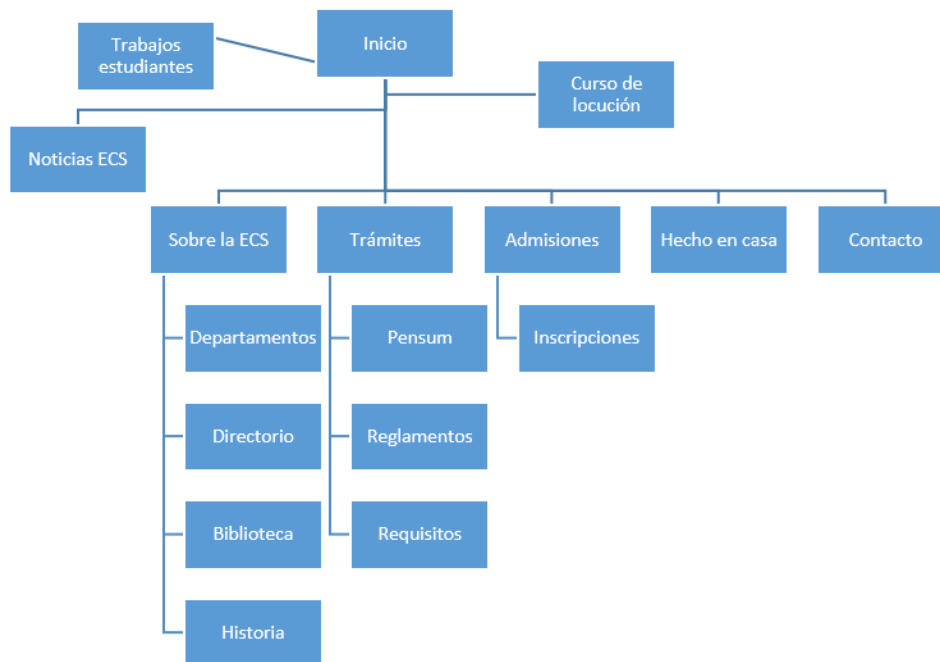


Imagen 13. Mapa de ECS Virtual

En este diagrama están reflejadas todas las secciones y subsecciones del sitio web. Los cuadros que se desprenden directamente de la página de inicio son los que se ven reflejados en ella. Los niveles inferiores son las subsecciones a las que se accede gracias al menú.

4.2.1. Wireframes

Se crearon wireframes tanto para la versión desktop como la versión móvil del sitio a fin de explorar la estructura del contenido. Si bien el diseño final no refleja a la totalidad estas maquetas, en el camino se fueron desechando ideas y surgieron mejores, fue un primer paso importante en el diseño. Lo que se mantiene es el espíritu minimalista que está presente en todas las páginas.

Maquetas del sitio desktop:

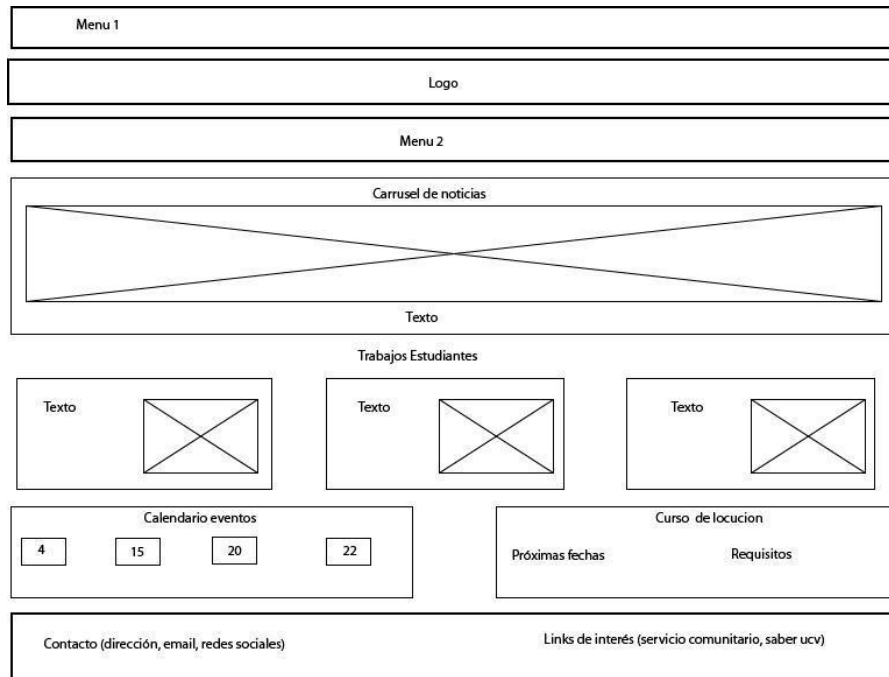


Imagen 14. Wireframe de la página principal para desktops y tablets

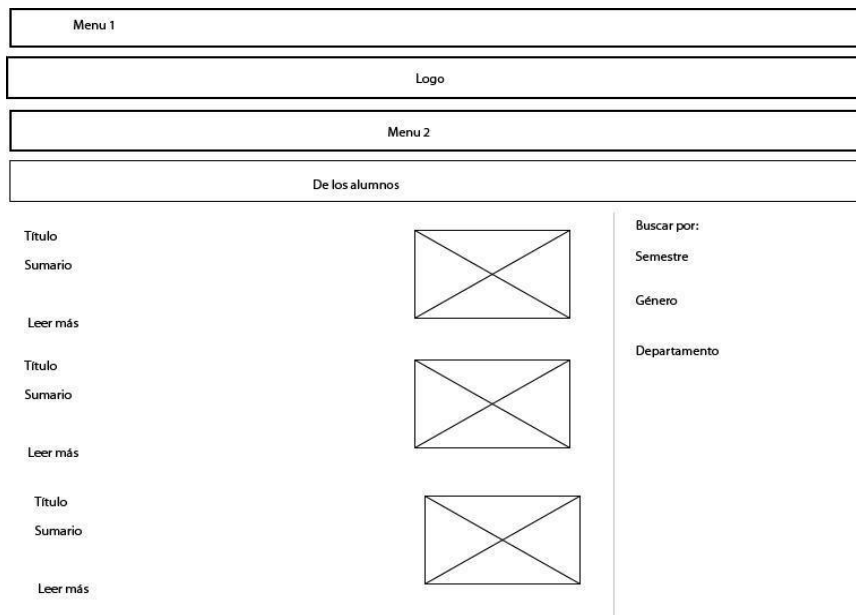


Imagen 15. Página de la sección de trabajos realizados por los estudiantes

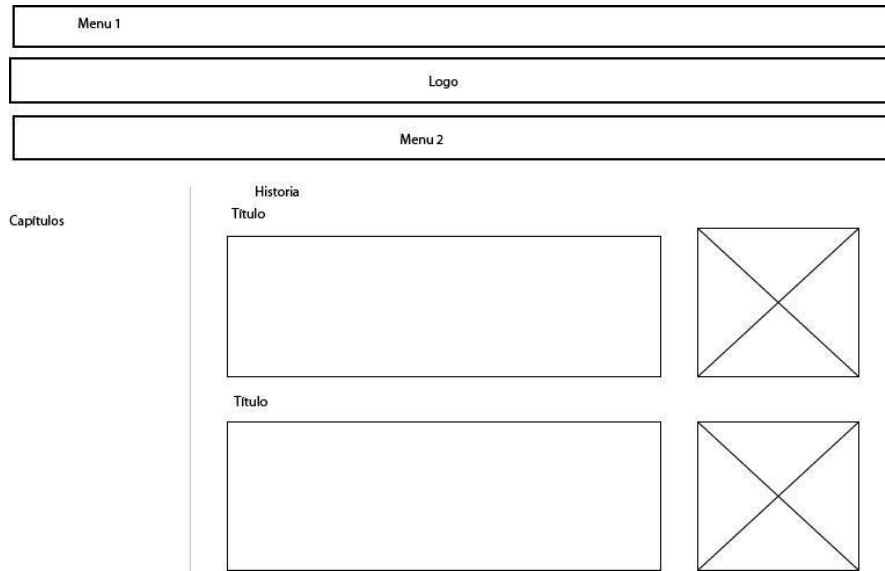


Imagen 16. Ejemplo de página estática.

Las subsecciones sobre la Escuela (organigrama, historia) tienen la misma diagramación.

Maquetas de la versión móvil:

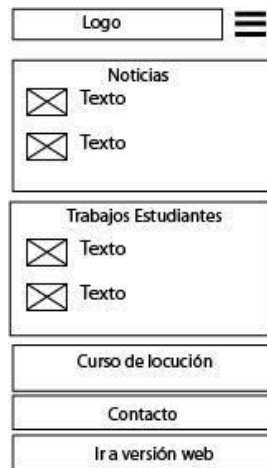


Imagen 17. Página principal para teléfono inteligente

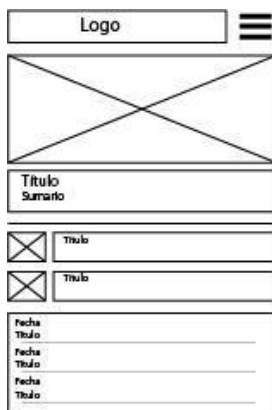


Imagen 18. Página de noticias en la versión teléfono inteligente

4.3 Diseño del prototipo

4.3.1 El cabecero y el sistema de navegación

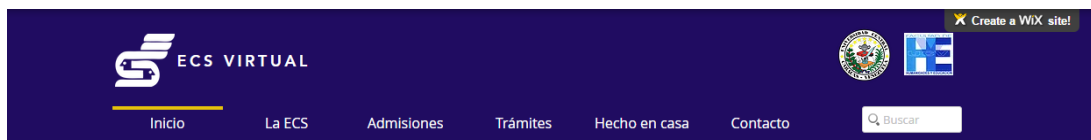


Imagen 19. Cabecero del sitio web

El cabecero de ECS Virtual mide 157px de altura por 980px de ancho. Si bien esta última medida se adapta al tamaño de la pantalla, el cabecero fue diseñado con la idea de invertir los colores del logo de la ECS. Es por esto que el fondo es azul; mientras que el logo de ECS Virtual está constituido por el logo de la ECS (68px por 60px), junto con el nombre del sitio en el tipo de letra Avenir tamaño 18px, en mayúscula sostenida y en blanco.

El logo de ECS Virtual se encuentra a la izquierda de la página; en la esquina superior derecha están los logos de la UCV (64px por 64px) y de la FHyE (56px por 48px). La presencia de estos logos sirve para identificar la asociación de la ECS con su facultad y la universidad, también como hipervínculos para los sitios web de estas instituciones.

Debajo de los logos se encuentra el sistema de navegación, que está conformado por un menú horizontal que ofrece una navegación jerárquica y una barra de búsqueda. El texto del menú está en blanco. Arriba del nombre de la sección donde se encuentra el usuario, aparece una franja amarilla que lo ayuda a ubicarse. El menú desplegable tiene fondo amarillo, el texto está centrado y pasa de blanco a anaranjado si el usuario posa el cursor encima del nombre de la página.

El buscador es bastante simple, la lupa y la palabra buscar le indica al usuario su función. Tiene un fondo blanco y la letra es gris. Al buscar se abre una pantalla más pequeña sobre el sitio, que queda oscuro, con los resultados.

4.3.3. Pie de página

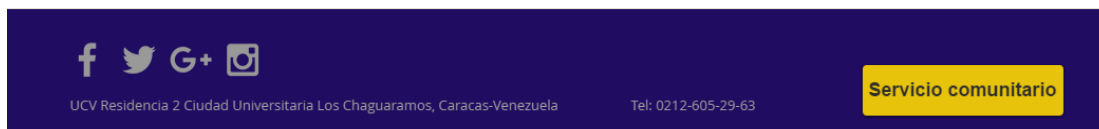


Imagen 20. Pie de página

El pie de página de ECS Virtual tiene el mismo color de fondo que el cabecero. Se encuentran, además, los íconos de las distintas redes sociales de la Escuela. En letra Open Sans tamaño 13px y en color #A0A0BF sale la dirección y el teléfono de la escuela. Al lado hay botón amarillo de 190px por 47px que lleva al usuario al sitio web del Servicio Comunitario.

4.3.4 Las páginas

Página principal o página de inicio

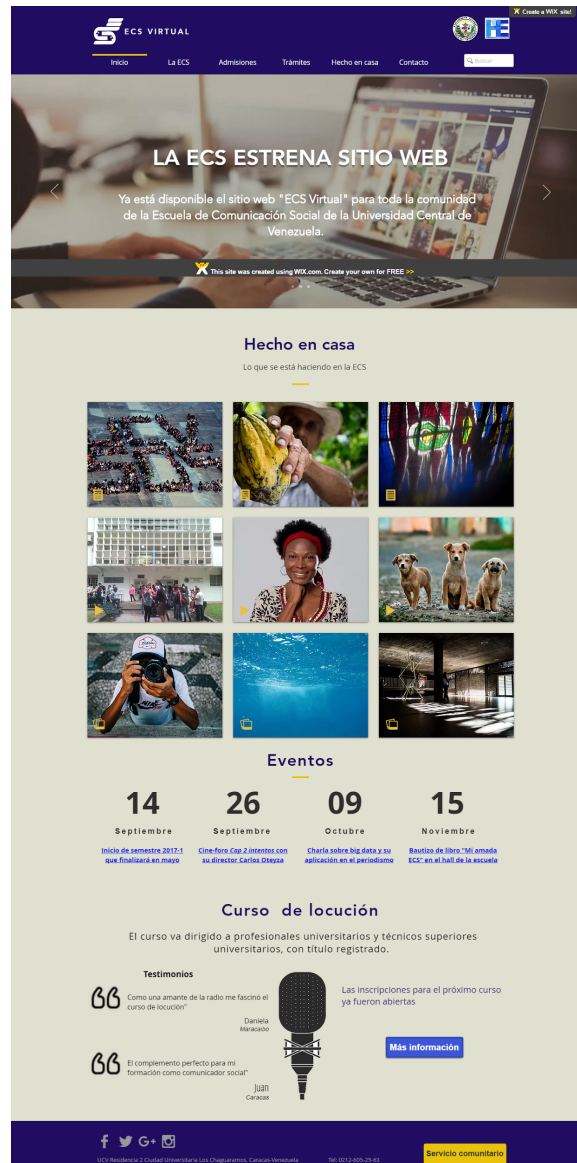


Imagen 21. Página principal *ECS Virtual*

La página principal es la tarjeta de presentación del sitio, tiene que mostrar de qué trata e invitar al usuario a navegar por las páginas interiores. El primer elemento que observan los visitantes es un carrusel de noticias sobre la Escuela con imágenes llamativas. El carrusel tiene una altura de 537 píxeles y se acopla al ancho de la

página. Las diapositivas cambian automáticamente cada tres segundos pero hay unas flechas a los lados para que el usuario sea quien controle las diapositivas. Cada diapositiva tiene una imagen, que se acopla automáticamente pero debe ser horizontal, un título a 50px y un sumario a 27px. En caso de que la información no quede completa se utiliza un botón de leer más que lleva al usuario a la noticia entera.

Después viene una sección dedicada a los trabajos de los estudiantes que lleva por título Hecho en Casa y se presenta una grilla de 3 columnas por 3 filas que ocupa un espacio de 980 x 795 píxeles. Allí se encuentran imágenes de los 9 trabajos más recientes en el sitio, cada uno con un ícono de 40 px de alto que identifica la clase de trabajo (texto, vídeo, fotografía o grabación de audio.) Cuando el usuario se posa sobre cada imagen esta se oscurece y aparece una pequeña descripción junto con un botón que lleva al usuario a la página del trabajo. Era importante que esta sección destacara porque la publicación de los trabajos de los estudiantes es un elemento distintivo del sitio.

En una franja más pequeña se encuentran las fechas de los próximos eventos a realizarse en la ECS. Son cuatro columnas cada una con un evento distinto. Se resalta la fecha, los números están a tamaño 70px. Abajo está el mes y una pequeña descripción que sirve de hipervínculo a la noticia relacionada con el evento. Para indicarles a los usuarios, que el texto es un hipervínculo y que lo pueden clicar, está subrayado y en azul, que es la manera tradicional de señalar un hipervínculo.

De última, está la sección del curso de locución. El curso de locución es importante no sólo para los estudiantes de la Escuela, sino que atrae a todos aquellos que aspiran con trabajar en la radio. Es por eso que la información sobre los cursos de locución tiene mucha demanda. En la sección los elementos que más resaltan son el título, el dibujo plano de un micrófono y el botón de más información. Este botón lleva al usuario al blog del curso de locución que es actualizado frecuentemente.

La ECS

Es el segundo elemento del menú, al lado de la página de inicio, La ECS contiene toda la información institucional sobre la Escuela de Comunicación Social.

Historia

Historia

El 24 de octubre de 1966, se crea bajo el decreto N. 421 de la Junta Revolucionaria de Gobierno de los Estados Unidos de Venezuela la Escuela Nacional de Periodismo. La creación de esta Escuela convertirla al periodismo en una profesión.

Durante años los periodistas de oficio egresaban como periodistas de profesión gracias a esta institución, sin embargo con el tiempo fueron cambiando los parámetros de admisión para abrirle las puertas a cualquier bachiller que deseara incursionar en el mundo del periodismo.

Otro gran cambio ocurrió el 15 de septiembre de 1954, cuando el Consejo Académico de la Universidad Central de Venezuela previa aprobación del Ejecutivo Nacional acordó que los estudios de periodismo quedarían adscritos a la Facultad de Humanidades y Educación orientando su plan de estudios hacia una formación integral de periodistas profesionales al servicio de la Prensa Nacional.

Cuando ocurre el primer lanzamiento del satélite artificial, Sputnik 1, la Escuela tomó conciencia sobre los avances tecnológicos que estaban ocurriendo y lo atrasado que estaba el personal de la Escuela respecto a ellos.

En 1970 es cuando finalmente se propone un plan de estudios con menciones en las ramas de periodismo impreso, medios audiovisuales y Publicidad y Relaciones Públicas. A consecuencia del cambio en el plan de estudios se contempló también cambiar el nombre de "Escuela de Periodismo" por "Escuela de Comunicación Social".

A partir de entonces se afianza la investigación a la docencia, y la institución se convierte en la primera en creación de conocimiento sobre el estado de las comunicaciones en el país.

En 1986, cuando era Director Eleazar Díaz Rangel, se cumplieron los cuarenta años de su fundación. En tal sentido, se evaluó la marcha, orientación y nuevo perfil de la institución. Este valioso aporte fue recogido en varias publicaciones bajo la coordinación de la dirección en los siguientes títulos: *Materiales para la historia de la Escuela de Comunicación Social de la U.C.V. 1946-1986*, 40 años de la Comunicación Social en Venezuela; y 40 años Escuela de Comunicación Social.

A partir de 1987 se puso en práctica el nuevo plan de estudios que aún sigue vigente.

En la década de 1990 la E.C.S. alcanza una matrícula de aproximadamente mil seiscientos estudiantes, cuenta con una planta profesional de 25 profesores, cuatro secretarías y cinco bedeles, los cuales estudian y laboran en dos turnos: mañana y noche.

Aun cuando las menciones en la Escuela de Comunicación Social ya no existen, un egresado de esta institución académica puede abrirse camino por su formación en cualquiera de los campos de la Comunicación Social.

Personajes Ilustres de la Escuela

Miguel Acosta Saigres (1908 - 1989)
Fue el primer director de la Escuela de Periodismo. Apate de ensayista, político, geógrafo y docente.

Imagen 22. Página de historia

El visitante es recibido por una fotografía del reloj de la Plaza del Rectorado con el título Historia sobrepuesto a tamaño 45px. La fotografía por su parte tiene una altura de 424px y se acopla al ancho de la página. El breve recuento de la historia de la ECS está diagramado a dos columnas. En la de la izquierda está el texto con letra a 16px para no forzar la lectura y a la derecha imágenes alegóricas, todas con un ancho de 489px.

En la parte inferior de la página, y para completar el recuento histórico, se encuentra una pequeña galería con los retratos de algunos de los personajes más ilustres que han influenciado a la ECS.

Misión y visión



Imagen 23. Página de misión y visión

Al igual que Historia, en la parte superior de la página hay una fotografía con el título de la página. Abajo, la misión y la visión están divididas en dos columnas y en el medio una línea amarilla sirve para separar la información. Los subtítulos están en azul oscuro y todo el texto está a 16 px, el tamaño estándar para los párrafos. En la página también se encuentra el organigrama. Está centrado y con un fondo más oscuro para indicar que se trata de una información distinta.

Biblioteca

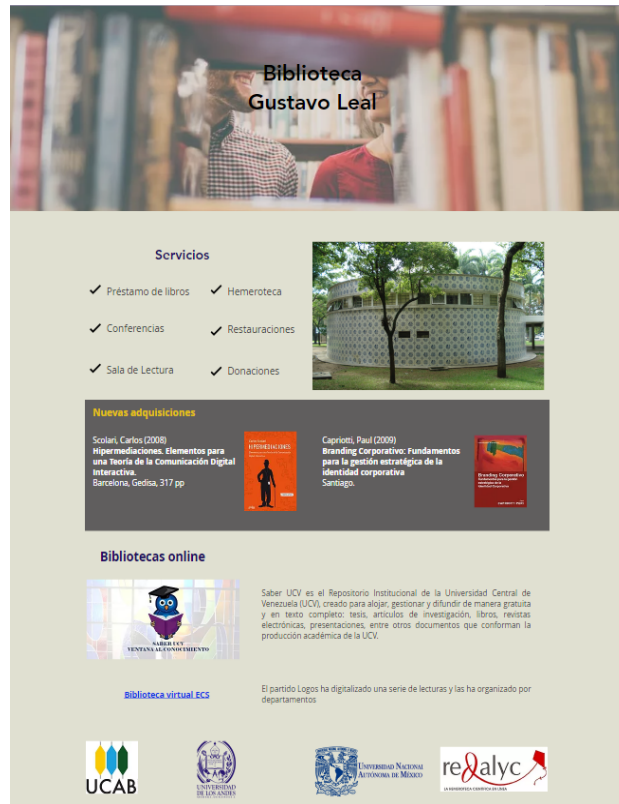


Imagen 24. Página sobre la Biblioteca Gustavo Leal

Siendo la biblioteca Gustavo Leal un componente importante de la ECS también se ve representada en el prototipo. La bienvenida a la página es igual que el resto. En un espacio a dos columnas se da una breve explicación de los servicios que presta la biblioteca, y en la otra columna hay una foto de la emblemática fachada exterior de la biblioteca. La fotografía tiene el mismo ancho predeterminado que las otras: 489 px. Su altura es 307 px.

En un cintillo gris oscuro se informa a la comunidad de las últimas adquisiciones de la biblioteca. La información igualmente está a dos columnas. El texto está en blanco para poder ser visible.

El subtítulo “Bibliotecas online” da paso a una lista de recursos digitales, bibliotecas virtuales, donde los estudiantes van a encontrar una serie de artículos, tesis y libros, información importante durante la carrera. El primer ítem de la lista es

Saber UCV, el repositorio institucional de la universidad, luego se encuentra el proyecto de digitalizar libros del grupo estudiantil “Logos”.

En una fila se encuentran los logos de: la Universidad Católica Andrés Bello, la Universidad de Los Andes, la Universidad Nacional Autónoma de México y Redalyc (una hemeroteca científica digital latinoamericana). Cada imagen sirve como botón y dirige al visitante a los repositorios institucionales.

Directorio



Imagen 25. Captura del Directorio

La idea de crear esta página se rescató del primer portal de la Escuela creado en el 2002, ya que los profesores forman parte fundamental de esta institución. Igualmente, en el focus group los estudiantes resaltaron lo que ya se sabía: era necesario que el sitio web contara con un directorio de profesores con sus correos.

El directorio del prototipo está dividido por departamentos. En casi todos los departamentos los nombres usados son de profesores de la Escuela, pero no en todos.

Todos los correos son falsos y fueron colocados para mostrar el diseño. La página está diagramada para dos columnas.

Debajo de la fotografía de bienvenida se encuentran los subtítulos de los departamentos. Cada uno tiene seis fotografías, a su vez divididas en dos columnas, y una caja donde está el nombre del profesor en cuestión y el correo electrónico. Para el prototipo las fotografías fueron sustituidas por íconos con cara de hombre y mujer respectivamente. Para diferenciar entre los dos departamentos que son visibles a la vez, las cajas con los nombres tienen un color distinto. Los colores usados son los más frecuentes en la paleta: azul, amarillo y gris.

Departamentos



Imagen 26. Página Departamentos

En esta página están contenidos los ocho departamentos que conforman la Escuela de Comunicación Social y una breve descripción sobre cada uno de ellos. Para ubicar al usuario en la página se colocó una fotografía de 424px de altura,

ajustable al ancho de la pantalla y que sirve de fondo para el título de “Departamentos”, en la tipografía sin serifa utilizada para estos títulos: Avenir.

La información está estructurada en dos columnas en donde los títulos en bold y azul rey (#200C61) sobresalen del texto regular. Para ordenar la información y separar los departamentos se utilizaron líneas amarillas #E7C30B que crean contraste con el fondo gris #E0E0D1.

Admisiones

“Admisiones” es el tercer elemento del menú. Al seleccionarlo se desplegarán dos botones: “ingresos” e “inscripciones”, ambos dedicados a explicar a los usuarios los pasos, recaudos y procedimientos que se deben seguir para ingresar a la Universidad Central de Venezuela, y para inscribirse semestralmente en la Escuela de Comunicación Social.

Ingresos



Imagen 27. Página de ingresos

“Ingresos” es una página destinada a exponer a los aspirantes las distintas modalidades que existen optar a un cupo en la carrera. Una vez seleccionada esta opción, el usuario encontrará una fotografía de 424px de altura que se ajusta al ancho

de la pantalla, sobre esta foto se encuentra el título de “Modalidades de ingreso”. Inmediatamente después se presentan seis rectángulos blancos #FAFAFA, amarillos #E7C30B y azules #3C56D6 que sobresalen sobre el fondo gris #E0E0D1 característico del sitio. Cada rectángulo representa una modalidad de ingreso, el usuarios es invitado a presionar la frase “conoce más” que al ser seleccionada se torna naranja #F28241 y abre una nueva ventana al sitio externo de cada ente u organismo encargado.

Inscripciones

Inscripciones

Nuevos Ingresos
¡Bienvenidos! Estamos felices por conocer a los nuevos miembros de la familia de la ECS.

Aquí los pasos para tu inscripción:

- 1**
PREINSCRIPCIÓN
por Secretaría
[Lee más >](#)
- 2**
DEPÓSITOS
en el Banco Venezuela
[Lee más >](#)
- 3**
INSCRIPCIÓN
en la Escuela
[Lee más >](#)

Estudiantes Regulares y Reincorporados

Depósitos

- En la cuenta corriente No. 0102 0132 2500 0102 8476 a nombre de "Ingresos Propios UCV": Bs 88,50 si posees carnet vigente y Bs 177,0 si no posees carnet vigente.
- En la cuenta corriente No. 0102 0491 7100 0938 5674 a nombre de "Ingresos Propios Facultad de Humanidades y Educación": Bs 98,50 si eres estudiante regular y Bs 177,0 si te estás reincorporando.

Franja Horaria
Revisa aquí la franja horaria del semestre 2017-2
[PDF](#)

Horarios

- Revisa los horarios de los diversos semestres y del paralelo, así como el del plan variable. Arma el de tu preferencia.
- Recomendamos armar 3 horarios distintos en caso de que se llene antes de tu turno alguna de las secciones que planificas inscribir.
- Revisa cuáles son las **prestaciones de las materias** obligatorias para tomarlo en cuenta en tu construcción del horario.

Imagen 28. Página de Inscripciones

En la segunda opción del menú desplegable de “Admisiones” se encontrará la opción de “Inscripciones”. Esta página responde a la necesidad de los alumnos por conocer el proceso de inscripción por primera vez, después de haber sido admitido, al

igual que las inscripciones que se realizan semestralmente en la ECS. Al entrar en la página, se encontrará una fotografía (424px de altura ajustable al ancho de la pantalla) con el título “Inscripciones” para que el usuario pueda ubicarse.

La información de esta página está estructurada en dos partes. La primera, en donde se explica la inscripción de los estudiantes que se inscriben por primera vez en la carrera. Tres recuadros, dos de color gris #605E5E y en el centro uno de color ocre #9A8207, sirven para ejemplificar los pasos a seguir. Dentro de cada recuadro se dispusieron números y el nombre de los pasos en una tipografía palo seco, color blanco #FFFFFF, para crear contraste con el fondo.

La segunda parte, dedicada a explicar las inscripciones semestrales de alumnos regulares y reincorporados se estructura en dos columnas, agrupando y organizando la información mediante viñetas. En la página también se incluye la posibilidad de descargar el documento de la “franja horaria” en donde los estudiantes encontrarán el horario en el que deben asistir a inscribirse, esta información varía cada semestre y es competencia de la Escuela divulgarla. Ambas partes de la información tienen un fondo gris #E0E0D1 que las unifica y da sentido de continuidad con el diseño del sitio.

Trámites

El cuarto elemento del menú, al lado de admisiones, es el cabecero del menú desplegable que contiene toda la información sobre los documentos, reglamentos y gestiones a tramitar durante los estudios en la ECS.

Pensum



Pensum vigente

I.- CICLO COMÚN:

Para obtener el título de Licenciado en Comunicación Social el estudiante deberá cursar 121 créditos correspondientes al Ciclo Común que tiene una duración de 7 semestres y 12 créditos de Optativas Ciclo Común. Para un total de 133 créditos en el Ciclo Común.

I Semestre

Códigos	Materias	Créditos	Prelación
0011	Metodología de la Investigación I	3	---
8812	Problemas Sociales Contemporáneos	4	---
0013	Literatura Venezolana	4	---
0014	Castellano I	3	---
0015	Pensamiento filosófico contemporáneo	4	---
		20	

II Semestre

Códigos	Materias	Créditos	Prelación
0021	Metodología de la Investigación II	3	0011
0024	Castellano II	3	0014
0022	Historia contemporánea de América	4	---
0023	Geografía Económica de Venezuela	4	---
0025	Teoría de la Comunicación	4	---
		18	

III Semestre

Códigos	Materias	Créditos	Prelación
0034	Taller de redacción I	4	0024
0035	Historia Contemporánea de Venezuela	4	---

Imagen 29. Página con el pensum vigente

Es el primer botón del menú desplegable de “trámites”. Al entrar en la página se encontrará una fotografía (424px de altura, ajustable al ancho de la pantalla) con el título “Pensum Vigente” para que el usuario pueda ubicarse. Allí se encuentra la lista de códigos y materias de cada semestre así como las prelacones de cada materia. El fondo de la lista es blanco #FFFFFF para lograr el mayor contraste con la tipografía negra #000000; mientras que los costados son gris #E0E0D1 para mantener continuidad con el resto de las páginas. Esta información es básica para cualquier estudiante de la Escuela así como para los que desean comparar los pensum de las distintas casas de estudios.

Reglamentos y descargables



Imagen 30. Reglamentos y descargables

Es la segunda opción del menú desplegable de “trámites”. En esta página, el usuario podrá encontrar todo lo referente a reglamentos, planillas e instructivos que se encuentran en formatos descargables.

El primer elemento de la página es una fotografía (424px de altura que se ajusta al ancho de la pantalla) con el título “Reglamentos y descargables” en fuente Avenir.

En dos columnas están dispuestos los íconos del formato en el que se encuentra el documento acompañado del nombre del archivo. El fondo de la página se mantiene gris #E0E0D1 mientras que la fuente del nombre de los documentos está en bold y subrayado para indicar a los usuarios que son hipervínculos.

Recaudos

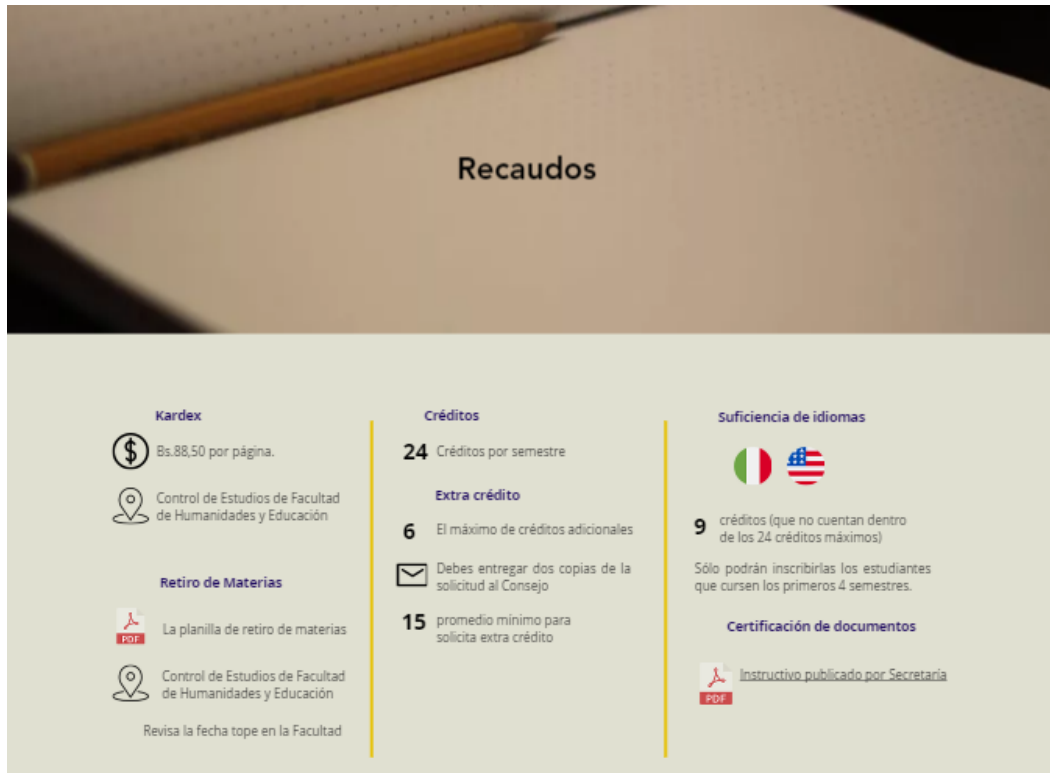


Imagen 31. Página de recaudos

Al seleccionar el tercer y último botón del menú desplegable de “trámites” el usuario es recibido por una fotografía (424px de altura y ajustable al ancho de la pantalla) con el título “Recaudos” sobrepuesto.

En tres columnas se presenta toda la información relacionado con las gestiones más habituales que suelen realizar los estudiantes. Las columnas están separadas por líneas amarillas #E7C30B que resaltan del fondo gris #E0E0D1 y esquematizan la información. La tipografía del contenido es negro #000000 y sin serifa para optimizar su legibilidad. Cada recaudo está acompañado de iconos o números que sintetizan palabras haciendo más amigable el contenido.

Hecho en casa

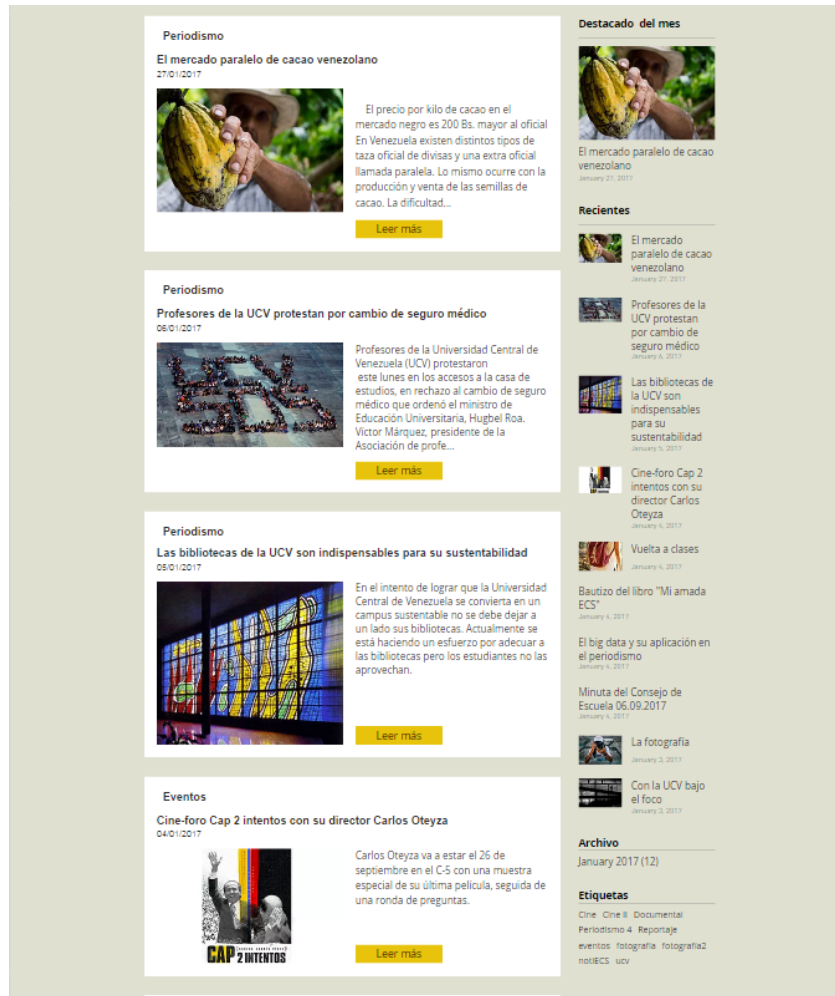


Imagen 32. Página Hecho en Casa

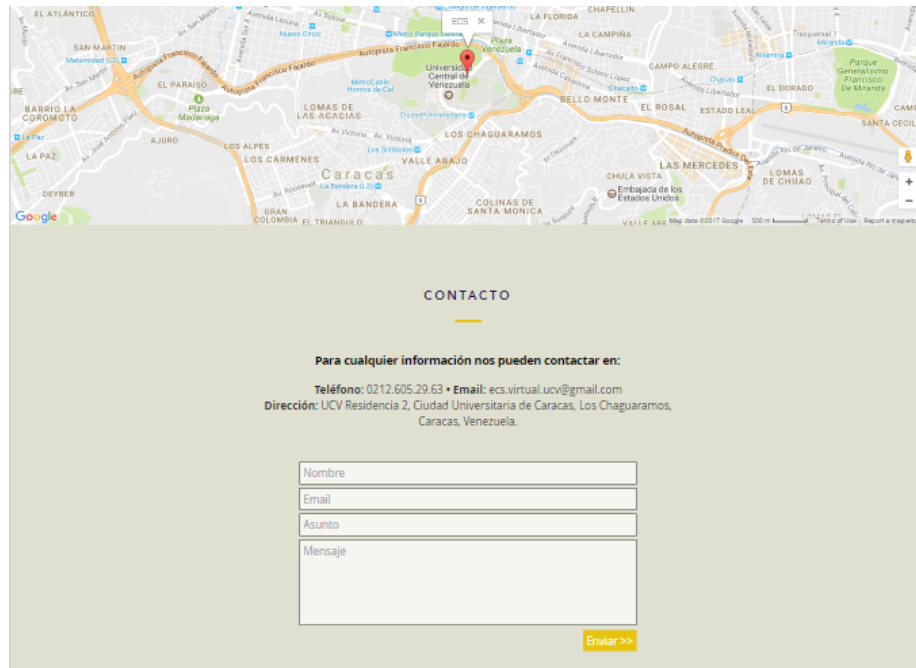
Con ese nombre nos referimos a los trabajos producidos en la Escuela de Comunicación Social, de la Universidad Central de Venezuela. En esta pestaña se reúnen los proyectos de las distintas cátedras de la Escuela: trabajos periodísticos, galerías fotográficas, videos así como las noticias relativas a la Escuela y los eventos que tendrán lugar en ella.

El fondo de la página es gris #E0E0D1 a los costados y blanco #FAFAFA para mejorar la legibilidad de los textos, esto por lo extenso que pueden llegar a ser los contenidos.

Las categorías y títulos de las noticias sobresaltan con una tipografía bold; mientras que la fecha y resumen del trabajo se presentan en una tipografía regular. Bajo cada resumen se encuentra el botón de “leer más” invitando a los usuarios a disfrutar el trabajo completo. Para diferenciar y resaltar el botón se combinó un fondo amarillo #E7C30B con una tipografía negra #000000, que cuando se selecciona cambia su fondo a naranja #F28241 y su tipografía a blanco #FFFFFF, para indicarle al usuario que puede hacer click.

A la derecha una columna clasifica los trabajos “Destacados del mes”, las publicaciones “recientes” y las “etiquetas” de los distintos trabajos para los que estén buscando una temática específica.

Contacto



The image shows a contact page layout. At the top, there is a Google Map of Caracas, Venezuela, with a red pin marking the location of the University of Central Venezuela (UCV). Below the map, the word "CONTACTO" is centered in a bold, blue font. Underneath, there is a heading "Para cualquier información nos pueden contactar en:" followed by contact details: "Teléfono: 0212.605.29.63 • Email: ecs.virtual.ucv@gmail.com" and "Dirección: UCV Residencia 2, Ciudad Universitaria de Caracas, Los Chaguaramos, Caracas, Venezuela." Below this information is a contact form with four input fields: "Nombre", "Email", "Asunto", and "Mensaje". A yellow "Enviar >>" button is located at the bottom right of the form.

Imagen 33. Página de contacto

La última pestaña del menú corresponde a la página de “contacto”. En ella se da a conocer la ubicación geográfica de la Escuela de Comunicación Social, de la Universidad Central de Venezuela, mediante la presentación de un plano digital de *Google Maps*. Además se proporcionan el teléfono, correo electrónico y dirección escrita de la Escuela.

Posteriormente, en un fondo gris #E0E0D1 se presenta el formulario de contacto en donde el usuario tendrá la posibilidad de escribir, vía correo electrónico, las inquietudes relacionadas con la Escuela. Esta sección está especialmente ideada para aquellas personas que desean formar parte o conocer sobre la institución.

4.4. La versión móvil

La versión móvil de ECS Virtual tiene la misma cantidad de páginas que la versión desktop, los mismos colores y la misma tipografía. Sin embargo, hay algunas diferencias importantes. En todas las páginas desaparecen las imágenes detrás de los títulos. Esta decisión corresponde a la necesidad de hacer la navegación más rápida y que el sitio móvil sea más liviano y que los usuarios puedan acceder fácilmente a la información. Este cambio se ajusta al comportamiento de los usuarios en los teléfonos que exige celeridad. En general las páginas a dos columnas pasan a una por lo estrecho de la pantalla.

Sistema de navegación:

El sitio móvil utiliza el ícono “hamburguesa,” menú de tres rayas horizontales que es usual en aplicaciones y sitios móviles. El ícono se encuentra en la esquina superior izquierda. Al hacer clic se despliega el menú en toda la pantalla. El título de la sección donde se encuentre el usuario está en amarillo, los otros están en blanco. No aparece el buscador.

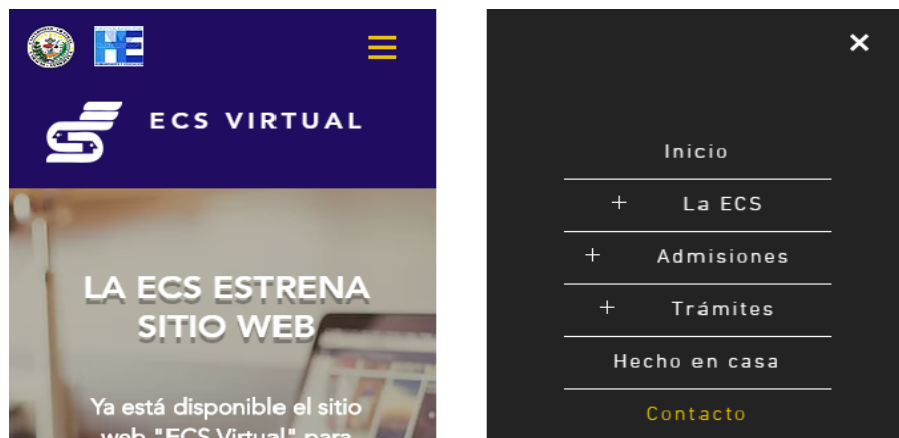


Imagen 34. El ícono del menú y el menú desplegado

Página de inicio:

El mayor cambio en la página de inicio es que en el curso de locución se eliminan los testimonios, y el micrófono se reduce de tamaño hasta quedar en la misma línea que el botón de más información. Otra diferencia es que en la sección “Hecho en casa”, la grilla sólo toma en consideración los últimos seis trabajos, en vez de nueve. Asimismo los presenta en dos columnas, los “Eventos” aparecen en una sola columna.

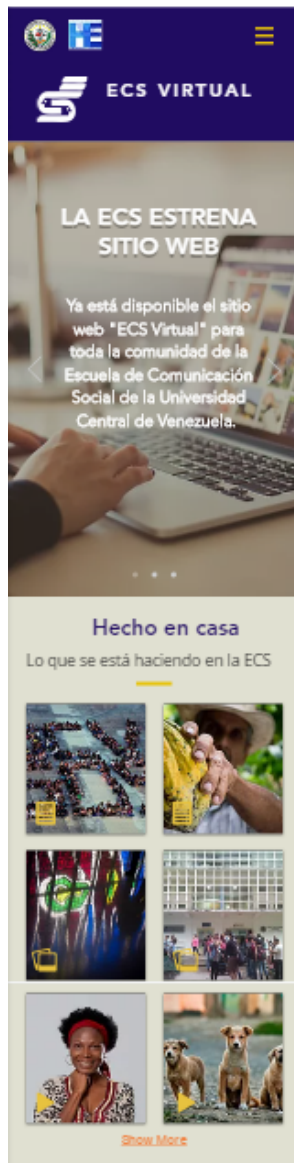


Imagen 35. Página de inicio versión móvil

Historia

La información pasa a una columna. Al presionar la galería de personajes las imágenes ocupan toda la pantalla.

Directorio

En la versión móvil no aparecen las fotografías de los profesores. Únicamente las cajas con los nombres y los correos electrónicos.



Imagen 36. Directorio móvil

Ingresos

La información en la versión web está dividida en seis cuadros dispuestos en tres columnas y los cuadros son significativamente más pequeños formando una sola columna.

Hecho en casa



Imagen 37. Página Hecho en Casa y una noticia vista en la versión móvil

La página móvil de las noticias y trabajos consiste en las publicaciones ordenadas cronológicamente con una foto y un botón amarillo de leer más. Al hacer clic en la noticia aparece el post completo, igualmente en una columna. En la parte inferior están los íconos para que los visitantes compartan el trabajo y hay un plug-in para que comenten a través de su Facebook.

Pie de página



Imagen 38. Pie de página versión móvil

En la versión móvil no aparece la dirección o el teléfono, información que ya se encuentra en la página de Contacto.

4.5. Evaluación del sitio web

Para evaluar la usabilidad y diseño del sitio realizamos un grupo de enfoque con algunos miembros de la comunidad de la Escuela. Esto con la intención de observar y registrar la interacción de los estudiantes con el prototipo de diseño web en un ambiente relajado e informal. Se eligió este procedimiento para observar de primera mano cómo los participantes del grupo de enfoque manejaron el prototipo, explorar sus impresiones y, finalmente, a través de una conversación grupal obtener los datos necesarios para evaluar la usabilidad del sitio web y su eficacia a nivel de diseño.

El grupo de enfoque se organizó en una única sesión en las instalaciones de la Escuela de Comunicación Social, el día 20 de enero del 2017. La misma se llevó a cabo con la colaboración de participantes escogidos según las pautas de la investigación con enfoque cualitativo, pues la intención de este análisis de datos no es la generalización de los resultados, a través de un estudio probabilístico, sino la profundización en la interpretación de los mismos.

Por lo tanto, para la selección de la muestra no se siguió ninguna de las pautas del muestreo estadístico; se utilizaron los estándares tradicionales para el análisis de muestras cualitativas, es decir, 10 participantes.

Es importante resaltar que los resultados obtenidos no son aplicables, en términos porcentuales a una población. Sin embargo, son fundamentales para medir la usabilidad del producto web y, de esta manera, cumplir a cabalidad con uno de los objetivos específicos propuestos en este trabajo especial de grado.

4.5.1. Muestra

La muestra estuvo conformada por 10 personas, las cuales se seleccionaron de forma aleatoria del cuerpo de estudiantes de la ECS. Esta prueba de usabilidad se dirigió al público específico del prototipo web (Ver Tabla 1).

Tabla 3. Muestra cualitativa para el grupo de enfoque

Edad	Personas Seleccionadas	Sub -Total
18	2	2
20	3	3
23	5	5
TOTAL	10	10

4.5.2 Descripción del proceso

Una vez congregados los participantes, se les explicó las bases de un grupo focal para que se sintiera familiarizados al momento de realizar las preguntas. Igualmente se aclaró que la actividad formaba parte del presente trabajo de investigación y que con ella se buscaba evaluar la usabilidad del prototipo del sitio web, para la comunidad de la Escuela de Comunicación Social.

Una vez aclaradas las interrogantes sobre la actividad permitimos que los estudiantes interactuaran con el sitio web alrededor de 20 minutos sin interferir en su experiencia. Posteriormente los invitamos a interactuar con la versión móvil del mismo.

Durante el tiempo en que los estudiantes interactuaban con el sitio pudimos notar que casi todos seguían el mismo orden para conocer el sitio: primero visualizaban las noticias principales; mientras estas rotaban y luego continuaban desplazándose hasta el pie de página. Hubo un par de estudiantes que se detuvieron en la galería de trabajos multimedia comentando las fotos y visitando alguno de los trabajos. La mayoría de los estudiantes se mostraron cautivados ante esta sección

leyendo cada uno de los títulos de los trabajos. Posteriormente, los estudiantes se dirigieron al menú del cabecero para leer con detenimiento el contenido de las pestañas desplegadas. Algunos siguieron el orden específico del menú mientras que otros decidieron consultar directamente la información de su interés. Casi todos los estudiantes visitaron cada página de principio a fin. En ningún momento los estudiantes solicitaron ayuda o se mostraron confusos durante la navegación del sitio web.

Una vez finalizado el período de interacción con el prototipo se procedió a iniciar una conversación con los participantes. Cuando se les preguntó a los estudiantes sobre su gusto e interés por materias relacionadas con el diseño la mayoría mostró entusiasmo. La mayoría de ellos ya habían cursado materias en este campo y se sentían interesados en identificar los elementos. Inclusive comenzaron a enumerar alguno de ellos presentes en este trabajo, como la tipografía palo seco apropiada para diseños digitales y el uso de colores fríos y cálidos para crear contraste.

Posteriormente se les preguntó si conocían o habían utilizado el portal del 2010, la mayoría manifestó conocer de su existencia, pero nunca antes haberlo usado, alegaron que en él no había ningún tipo de información útil para el estudiante.

Esto abrió paso a una serie de preguntas sobre lo que les gustaría ver en el sitio web de la ECS. La primera sugerencia fue la de incluir contenido referente a las inscripciones, pues esta actividad resulta particularmente engorrosa. En segundo lugar, plantearon como beneficioso establecer contenido con los distintos reglamentos e instructivos en formato digital para disfrutar de ellos sin costo alguno. Seguidamente mencionaron la necesidad de un directorio de profesores.

Para ir adentrándonos en el tema de diseño web se les preguntó a los participantes sobre sus niveles de conocimientos de informática, a los cuales la totalidad del grupo alegó tener un alto nivel. Los estudiantes afirmaron acceder a la web principalmente desde sus dispositivos móviles y en segundo lugar desde sus computadoras así como utilizar el internet con fines de recreación y estudio.

Posteriormente se les preguntó directamente sobre el prototipo de sitio web ECS Virtual. Los participantes afirmaron reconocer la identidad gráfica del sitio gracias a la paleta de colores que se mantiene en cada página, la cual recordaban de memoria. Inclusive uno de ellos asoció el azul del cabecero con el color del logo de la ECS- UCV.

En cuanto al sistema de navegación lo estudiantes se mostraron satisfechos. Afirmaron que la distribución organizada y sencilla de los contenidos facilitaba encontrar la información deseada. Según ellos, el plan de estudio y la información sobre los profesores serían los más requeridos.

Sobre el texto y el lenguaje utilizado los estudiantes respondieron que era sencillo y apropiado para un sitio web, ni técnico ni coloquial. A pesar de que para ellos el contenido era de fácil lectura, hicieron una salvedad en cuanto a la tipografía los títulos de cada página, expresaron que al ser parecida a la del texto no establecía un contraste. Recomendaron utilizar una tipografía con serifa.

Cuando se les preguntó su opinión sobre el tamaño de las fotos, todos respondieron positivamente. Aclararon que, a pesar que las fotos en los títulos de cada página era un poco grande, eso llamaba más su atención. Parecida fue su opinión en cuanto a las noticias más importantes desplegadas en la página de inicio, pues según ellos el tamaño es proporcional a la importancia de las noticias.

En cuanto al sitio en general se mostraron conformes. Se les interrogó ¿Qué le agregarían al sitio? únicamente se sugirió la inclusión de una explicación detallada sobre el contenido de cada materia, para disminuir la incertidumbre a la hora de elegir electivas.

Finalmente se les preguntó ¿Qué le quitarían? uno de los miembros opinó que podíamos prescindir de las galerías fotográficas, a los cuales los otros miembros del grupo se negaron alegando que era importante difundir el trabajo que se realiza en la cátedra de fotografía, e inclusive en reportajes fotográficos de periodismo.

Una vez concluida la actividad, se les agradeció a todos por su participación y por la calidad de las respuestas. Igualmente se les participó que los resultados de esta

actividad serían incluidos en este trabajo de grado, al cual todos dieron su consentimiento.

4.5.3. Análisis de resultados

Gracias al focus group realizado se puso confirmar que el sitio cumple con los criterios de usabilidad requeridos. Los participantes navegaron entre las páginas con facilidad, comprendiendo el sistema de organización de la información a través de los nombres de las secciones. Mediante la observación de la interacción directa con el prototipo los estudiantes no mostraron dificultad para comprender la interfaz del sitio web, su organización y funcionamiento. Esto demuestra que la propuesta de diseño resultó ser dinámica, atractiva y de fácil manejo para los estudiantes.

No se encontraron problemas de legibilidad en el sitio. La mayoría de los estudiantes logró revisar cada página desde el cabecero hasta el pie de página, lo que refleja que su atención era atraída y mantenida por el contenido y la correcta estructuración. Lograron inclusive identificar la paleta de colores utilizada y asociarla a la identidad visual de la Escuela. En general se notó que el uso del sitio era bastante intuitivo, además de reflejar de manera eficaz la identidad de la Escuela de Comunicación Social y de la Facultad de Humanidades y Educación.

Los participantes se mostraron satisfechos y no presentaron quejas sobre el uso del sitio o para encontrar la información requerida. Igual de satisfechos se manifestaron con la versión móvil siendo esta preferida por algunos miembros del grupo focal.

Vale la pena mencionar el interés que suscitó el apartado dedicado a los trabajos multimedia, lo que demuestra la importancia de incorporar este tipo de información, que además enriquecerá la formación académica de los estudiantes de la Escuela.

A pesar de que la mayoría de los comentarios fueron positivos, los participantes expresaron sugerencias en cuanto al tamaño de las imágenes y la

tipografía de los títulos, pero que responden a criterios de gusto más que de usabilidad o diseño web.

4.6. Factibilidad del producto

Para verificar la factibilidad de ECS Virtual hay que analizarla desde el punto de vista económico, administrativo y técnico.

Desde el punto de vista económico se observa que ECS Virtual es un producto factible. Si se mantiene el sitio en la plataforma Wix el hosting es gratuito, pero con banners publicitarios de Wix y sin un dominio propio.

La otra opción es utilizar a un programador para que transfiera el sitio a un CMS como Wordpress para alojarlo en el servidor de la Escuela y reemplazar el sitio www.ecs.human.ucv.ve. Si se acude a la Escuela de Computación, de la Facultad de Ciencias de la UCV, es posible encontrar a alguien con las habilidades necesarias para instalar el sitio en Wordpress por menos de 15 mil bolívares. Si el Consejo de Escuela determina que la ECS no tiene los recursos para pagar a un programador, el Centro de Estudiantes podría recaudar los fondos.

Aún si el sitio se mantiene en Wix se puede rentabilizar si se vende publicidad. Esto se puede hacer contactando directamente a empresas para ofrecerles espacio publicitario en el sitio.

Técnicamente, el sitio no es complejo y se cuentan, a corto y mediano plazo, con los recursos necesarios para la producción constante de contenido y su difusión en la web. Así como su adaptación para las versiones móviles. No sería necesario contratar a un programador a tiempo, en caso de haber un problema con el sitio se puede contratar a alguien para ese trabajo específico.

Se hizo pertinente analizar la factibilidad en la administración del sitio, debido a que este factor ha sido el motivo por el cual los anteriores portales de la Escuela dejaron de ser actualizados. Para la administración del sitio planteamos que se implemente como proyecto de servicio comunitario, pasantías o beca trabajo para que

sean los propios estudiantes, de la Escuela de Comunicación Social, quienes se encarguen de conservar este canal. Siempre bajo la tutoría de profesores o personal administrativo de la Escuela, ya que en este sitio también se administra información oficial de la Escuela.

Al ser los estudiantes quienes administren el sitio web podrán adquirir conocimientos sobre diseño web, manejo de software, así como la implementación de elementos que posicionen los trabajos y al sitio en general, lo que actualmente se conoce como SEO (Search Engine Optimization). Igualmente, los estudiantes aprenderán a combinar textos, imágenes y video para el máximo aprovechamiento de la multimedialidad. De esta manera se garantiza una continuidad para el proyecto, a la vez que los estudiantes adquieren conocimientos sobre el manejo de sitios web.

El contenido que alberga el sitio es generado principalmente por dos fuentes: las autoridades de la Escuela y los estudiantes. Semestralmente, motivado por las inscripciones en la Coordinación Académica se producen horarios y cita horarias. Por su parte, semanalmente el Consejo de Escuela publica minutas respecto a asuntos estudiantiles y de la Escuela en general. Toda esta información puede ser divulgada en el sitio web.

Por otro lado, en las distintas cátedras de la Escuela se genera contenido en distintos formatos, los profesores serán los encargados de escoger mensualmente el más destacado para su publicación. Queda aclarado que la generación de contenido será continua ya que actualmente este se produce sistemáticamente en la Escuela. Así pues queda demostrada la factibilidad del proyecto desde todo punto de vista.

4.7 Análisis de las redes sociales de la ECS

Desde que las redes sociales se popularizaron y ante la necesidad de establecer canales virtuales de comunicación comenzaron a surgir distintas redes sociales que decían ser de la Escuela de Comunicación Social- UCV.

4.7.1 Los usos de los sitios web y de las redes sociales

La aparición de los servicios de redes sociales y la web 2.0 cambió la manera en que las personas se comunicaban. También cambió como las empresas, instituciones y organizaciones se comunican con su público (clientes, usuarios o miembros). Al ver los millones de usuarios que utilizaban los servicios de redes sociales se vieron alentados a unirse y a usarlas con fines publicitarios.

En este contexto se empezaron a confundir los beneficios para la comunicación institucional de las redes sociales frente a los de un sitio web. Las redes sociales son “plataformas de comunidades virtuales que proporcionan información e interconectan a personas con afinidades comunes” (Martínez Gutiérrez, 2010, p.4). Las redes sociales son usadas institucionalmente para tener un contacto más directo e informal con sus públicos actuales y potenciales. Constituyen, en muchos casos, una importante fuente de sugerencias que permitirán conocer mejor las necesidades de dicho público.

Un sitio o página web es una ventana visible al mundo entero en general y visible por todo su entorno más cercano. Un sitio web puede tener un aspecto completamente adaptado a la imagen corporativa de la institución (colores, logo, diseño) e incluir todo tipo de información: datos de contacto, formulario de contacto, mapa de localización, información de servicios o productos, etc. Esto le proporciona una imagen profesional.

En la comunicación institucional no es permisible abandonar el sitio web en favor de las sociales o viceversa. Las redes sociales deben ser usadas para promover el sitio web y comunicarse con su público, permitir la interacción de manera inmediata. El sitio web puede ser usado como repositorio, para mostrar toda la información de la institución, dar una imagen formal y de confianza, así como mostrar sus diferentes redes sociales para crear una comunidad.

4.7.2 Desglose del uso de las principales redes sociales

4.7.2.1 Twitter

En Twitter existen varias cuentas que dicen ser de la ECS:

- @ecsucv según la descripción es el perfil oficial, fue creada en 2009 y no ha sido actualizado desde el 2013. Tuiteaban información sobre las inscripciones, trámites, además retuiteaban noticias referentes a la comunicación como una nota sobre el futuro del periodismo o la evolución de la tipografía.
- Otra cuenta es @CeecsUCV, que también fue creada en 2009 pero que en el 2017 sigue activa. Periódicamente retuitea contenido de carácter político, al igual que contenido acerca la Escuela y la Universidad. Igualmente subía información sobre las inscripciones.
- @ComSocialUCV: creada en el 2013, su último tuit es del 22 de diciembre de 2016. Tiene la información más actualizada sobre la Escuela. Tuitea sobre las inscripciones, el curso de locución y trámites referentes a la Universidad.

Ninguna cuenta especifica quién la controla por lo que el público puede pensar que todo lo que ahí se publique es información oficial. Esto puede llevar a situaciones de confusión, si lo que estas cuentas tuitean resulta ser falso.

4.7.2.2 Instagram

La ECS tiene poca presencia en Instagram. La única cuenta es ECSUCV y, según su perfil, está relacionada con la cuenta de Twitter @ComSocialUCV. Publica contenido afín a la Escuela, pero su última publicación es de Octubre de 2016.

4.7.2.3 Facebook

Es en Facebook donde hay más actividad relacionada con la ECS. Mayormente en los grupos del Centro de Estudiantes y de Coordinación Académica. Ambas publican contenido similar: información sobre las inscripciones, diferentes trámites y ausencias de profesores. En contraste con las otras redes sociales; aquí las personas, aún aquellas que son ajenas a la comunidad de la ECS, pueden publicar libremente. Es común que los estudiantes publiquen dudas, encuestas para tareas, entre otros. Del mismo modo, se encuentran ofertas de trabajo y pasantías. Afines y ajenos utilizan estos grupos para publicitar (de manera gratuita) y vender.

Al considerar a las redes sociales como complemento del sitio web se establecerían canales digitales de información que sustenten la imagen institucional de la Escuela, ganando entonces prestigio ante las demás escuelas e imponiendo un sistema de comunicación institucional eficiente y a al servicio de las necesidades de la comunidad de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.

CONSIDERACIONES FINALES

5.1. Conclusiones

Este proyecto nació del deseo de realizar un aporte práctico a la ECS que aparte nos permitiera explorar de manera práctica el proceso de creación de un sitio web. Es por eso que se analizó el uso que se le estaba dando a Internet, particularmente a las redes sociales y al sitio web viejo, y se concluyó que había una necesidad de crear un sitio web que sirva como canal de comunicación oficial de la Escuela en el mundo digital. Internet es una gran herramienta a la que la Escuela de Comunicación Social no le está sacando todo el provecho posible.

Gracias a la documentación bibliográfica y la revisión de la historia de la ECS, se consiguió información que tenía que ser conocida por la comunidad de la Escuela. Aunado a esto, se estudiaron todos los aspectos relevantes del diseño web que sirvieron de fundamento conceptual para las decisiones de diseño aplicadas al prototipo web.

De las entrevistas a expertos se extrajo información para conocer los motivos que llevaron a los sitios web anteriores de la Escuela a caer en desuso. Esto permitió la creación de estrategias y una propuesta de diseño dinámica que busca alargar la vida útil del sitio web.

Gracias a la metodología establecida se cumplieron los objetivos de esta investigación relacionados con el diseño, la usabilidad y la factibilidad del producto. En este punto, es importante mencionar que la prueba del grupo focal, sirvió a modo de prueba piloto, con resultados altamente satisfactorios que comprobaron la usabilidad del sitio web. Además, los comentarios positivos son un refuerzo a la necesidad de la implantación del sitio web como canal oficial de la Escuela de Comunicación Social, de la Universidad de Venezuela.

En relación a la viabilidad del proyecto, quedó demostrada su factibilidad lo que cumple cabalmente con la orientación y metodología utilizada en la presente investigación. Finalmente, la factibilidad no solo revela las posibilidades y disponibilidad de los recursos para la efectiva ejecución de la propuesta, también

sirve de impulso a la creación de otras iniciativas que beneficien a la comunidad de la ECS.

Por último, podemos concluir que se logró un diseño eficaz y de vanguardia que traerá notables aportes a la comunidad de la Escuela de Comunicación Social y, por extensión, al resto de la Universidad Central de Venezuela.

5.2. Recomendaciones

La principal recomendación es la puesta en línea de este proyecto para poder solventar el problema de comunicación que atraviesa la Escuela.

Para apoyar la factibilidad de este proyecto se recomienda incentivar otros proyectos y trabajos de la Escuela que contribuyan a impulsar la generación del contenido para el sitio, así como propuestas de R.R.P.P. para el efectivo posicionamiento de la Escuela de Comunicación Social, de la Universidad Central de Venezuela, en cuanto a vanguardia e innovación en materia comunicacional.

Igualmente se recomienda habilitar un grupo universitario que se dedique a la actualización de los contenidos del sitio, ya que este ha sido el principal obstáculo en los anteriores portales de la Escuela. Parte de este entrenamiento debería incluir una guía sobre accesibilidad web, para asegurarse que los trabajos puedan ser disfrutados por todo el público. Esto implica, entre otras cosas, verificar que los vídeos tengan subtítulos cerrados y que los archivos de audio estén acompañados de transcripciones.

Debido a que la actualización de los contenidos es un proceso relativamente fácil, recomendamos que se implemente como proyecto de servicio comunitario, pasantías o beca trabajo para que sean los propios estudiantes de la Escuela de Comunicación Social quienes se encarguen de conservar este canal, siempre bajo la tutoría de profesores o personal administrativo de la Escuela.

GLOSARIO

Affordance: aquellas propiedades perceptibles del objeto que determinan cómo puede ser usado. Es decir, aquellas propiedades que le confieren un aspecto autoexplicativo, haciendo obvio y explícito cómo debe ser usado y con qué objetivos.

Asociación Venezolana de Periodistas (AVP): forma de organización gremial de los periodistas venezolanos que funcionó desde 1941 hasta 1973. Mediante una larga campaña nacional, lograron la aprobación y promulgación de la Ley de Ejercicio del Periodismo por parte del senado de la República de Venezuela, el 4 de agosto de 1972. Posteriormente se transformaría en el actual Colegio Nacional de Periodistas en 1976. (CNP)

Hipervínculo: vínculo asociado a un elemento de un documento con hipertexto que apunta a un elemento de otro texto u otro elemento multimedia.

Interfaz de software remoto: establece un puente entre la máquina y las personas, permite a la máquina entender la instrucción y al hombre entender el código binario traducido a información legible.

Isotipo: es el elemento constitutivo de un diseño de identidad, que connota la mayor jerarquía dentro de un proyecto y que, a su vez, delinea el mapa connotativo para el diseño del logotipo, así como la siguiente aplicación de diseño en las restantes etapas de un proyecto de identidad corporativa, como la aplicación en papelería

Minimalismo: una tendencia en el diseño y la arquitectura, donde la estructura se reduce a sus elementos necesarios.

Multimedia: se utiliza para referirse a cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión físicos o digitales para presentar o comunicar información.

Píxel: es la menor unidad homogénea en color que forma parte de una imagen digital. Las imágenes se forman como una sucesión de píxeles. La sucesión marca la coherencia de la información presentada, siendo su conjunto una matriz coherente de información para el uso digital.

Plug-in o plugin: es una aplicación (o programa informático) que se relaciona con otra para agregarle una función nueva y generalmente muy específica.

Protocolos de Internet: conjunto de reglas formales que permiten a dos dispositivos intercambiar datos de forma no ambigua.

Signifiers: señales que indican como usar el diseño, por ejemplo, superponer el botón de reproducción de video sobre una foto indica que no se trata de una imagen estática.

Sistema de gestión de contenidos (en inglés: *Content Management System*, más conocido por sus siglas **CMS**) consiste en una interfaz que controla una o varias bases de datos donde se aloja el contenido del sitio web. El sistema permite manejar de manera independiente el contenido y el diseño. Así es posible permitir la fácil y controlada publicación en el sitio a varios editores. Un ejemplo clásico es el de editores que cargan el contenido al sistema y otro de nivel superior (moderador o administrador) que permite que estos contenidos sean visibles a todo el público (los aprueba).

Sociedad del conocimiento: nuevo paradigma de sociedad, un modelo donde la información entendida como conocimiento acumulado de forma comunicable aparece como el cimiento del desarrollo económico, político y social. El avance tecnológico faculta al ser humano para hacer provecho de datos, información y conocimiento en formas, modos o maneras sin precedentes, propiciando un intercambio científico, cultural y técnico a escala mundial pasando sobre las barreras geográficas, las

divisiones políticas y las de tiempo.

Subtítulos cerrados: se producen en la misma lengua del audio tratando de reproducir lo más lealmente posible el sonido con texto. Los subtítulos se manifiestan en la imagen durante toda la exhibición del video o película

Tecnologías de la información y la comunicación (TICS): son el conjunto de medios de comunicación y las aplicaciones de información que permiten la captura, producción, almacenamiento, tratamiento y presentación de informaciones en forma de voz, imágenes y datos contenidos en señales de naturaleza acústica, óptica o electromagnética.

REFERENCIAS

- Allen, R. (2014). Flat Design 2.0. *Dappergentlemen*. Recuperado de: <http://articles.dappergentlemen.com/2014/12/03/flat-design-2/>
- Briceño, R. (2015). *Orientalia.com: Sitio web informativo sobre orientación vocacional y oportunidades de estudio dirigido a jóvenes del ciclo de educación diversificado en la ciudad de Caracas*. (Tesis de Pregrado). Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- Brocks, K. (2002). *Elaboración de una propuesta de sitio web para la cátedra de información internacional de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB*. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas
- Code Dimension. (2016). *¿ Qué es y para que sirve un sitio web ?* Recuperado de: <http://www.codedimension.com.ar/noticias-sobre-tecnologia/noticias/-que-es-y-para-que-sirve-un-sitio-web-/1>
- Cuenca, G. (1998). *La enseñanza de la comunicación y el periodismo en Venezuela*. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Díaz, S., y Rodríguez, D. (2016). *www.acamedia.com.ve Un website académico para el periodismo en redes sociales en Venezuela*. (Tesis de Pregrado). Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- EcuRed. (s.f.). *Sitio Web*. Recuperado de: https://www.ecured.cu/Sitio_Web
- Escobar Ciceri, H. (2009). *Clasificación de sitios web*. Recuperado de: http://www.icesi.edu.co/blogs_estudiantes/sibunmarketing/2009/09/02/clasificacion-de-sitios-web/
- Escuela de Comunicación Social, (ECS-UCV). (1987). *Materiales para la historia de la Escuela de Comunicación Social- U.C.V: 1946-1986*. Caracas: Escuela de Comunicación Social- UCV.
- García, V. y Pignataro, D. (2016-2017). Entrevistas a Miguel Ángel Latouche, Oscar

Nieto y Reinaldo Carillo. Manuscrito inédito.

Garrett, J. (2000). *The Elements of User Experience* . Recuperado de:
<http://www.jjg.net/elements/pdf/elements.pdf>

Gobierno de Chile. (s.f.). *Guía para Desarrollo de Sitios Web*. Recuperado de:
http://www.guiadigital.gob.cl/guiaweb_old/guia/archivos/Capitulo_II.pdf

González, C. (2017). La ley de Fitts en el diseño de interfaces. Recuperado de:
<http://www.usabilidadweb.com.ar/fitts.php>

Hassan Montero, Y. (2015). *Experiencia de Usuario: Principios y Métodos*.
Recuperado de: www.yusef.es: http://yusef.es/Experiencia_de_Usuario.pdf

Hassan Montero, Y. y Martín Fernández, F. (2003). *Qué es la Accesibilidad Web*.
Recuperado de: <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/accesibilidad.htm>

Internet Live Stats (s.f). *Internet Users in the world*. Recuperado de:
<http://www.internetlivestats.com>

Lira, M., y Moreno E. (1981). *Resumen histórico de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela*. (Tesis de pregrado).
Universidad Central de Venezuela, Caracas.

Martínez Gutiérrez, F. (2010). *Las redes sociales: una aproximación conceptual y una reflexión teórica sobre los posibles usos y gratificaciones de este fenómeno digital de masas*. Recuperado de:
<http://www.teccomstudies.com/numeros/revista-1/136-las-redes-sociales-una-aproximacion-conceptual-y-una-reflexion-teorica-sobre-los-posibles-usos-y-gratificaciones-de-este-fenomeno-digital-de-masas?start=1>

Paone, M. (2015). La primavera de los medios digitales en Venezuela. *El País*.
Recuperado de:
http://internacional.elpais.com/internacional/2015/03/01/actualidad/1425228969_135730.html

Pardo, H. (2006) *Pautas hacia un modelo de aplicación web institucional*

universitaria. (Tesis Doctoral) Universidad de Barcelona, España.

Pérez, E. (2014). *¿Qué es Material Design?* Recuperado de:
<http://www.elandroidelibre.com/2014/11/que-es-material-design.html>

Pérez, J. y Merino, M. (2010). *Definición de sitio web*. Recuperado de:
<http://definicion.de/sitio-web/>

Rovira, C. y Marcos, M. (2013). *Diseño de sitios web: disciplinas, materias y esquemas integradores*. Recuperado:
https://www.upf.edu/hipertextnet/numero-11/Diseno_sitios_web.html

Scolari, C. (2014). *Alfabetismo transmedia: un programa de investigación*. Recuperado de: <https://hipermediaciones.com/2014/09/26/transalfabetismos/>

Snook, J. (Ed). (2016). *Web Design for Beginners*. 7° ed.). Bournemouth, United Kingdom: Imagine Publishing.

Torrealba, M. (2015). Las publicaciones de la ECS-UCV: Revisarnos para reinventarnos. *Quórum Académico*, 12(1). Recuperado de:
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ogytHllsSAwJ:produccioncientificaluz.org/index.php/quorum/article/download/19905/19844+&cd=9&hl=es-419&ct=clnk&gl=ve&client=safari>

UPEL. (2006). *Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales*. Caracas: FEDUPEL

UXPin. (2015). *Interaction Design Best Practices pt 1*. Recuperado de:
<https://www.uxpin.com/studio/ebooks/interaction-design-best-practices-intangibles/>

Vega, Z. (2014). *TIPOS DE NAVEGACIÓN PARA UN SITIO WEB*. Recuperado de: <http://www.neopixel.com.mx/articulos-neopixel/articulos-internet/1867-tipos-de-navegaci%C3%B3n-para-un-sitio-web.html>

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. (1999). *El proyecto de Investigación*. Caracas: Episteme.
- Colegio Nacional de Periodistas (2016). *Los orígenes del Colegio Nacional de Periodistas*. Recuperado de: <http://www.cnpven.org/secciones/orígenes>
- Hernández Díaz, G. (2016). *La Investigación en Comunicación Social*. Caracas: UCAB Ediciones.
- Hernández Sampieri, R, Fernández, C. y Baptista, P. (2015) *Metodología de la Investigación*. 5° ed. México D.F.: McGRAW-HILL.
- iPad: la última apuesta de Apple (2010). *BBC Mundo*. Recuperado de: http://www.bbc.com/mundo/ciencia_tecnologia/2010/01/100127_1804_apple_lanzamiento_tablet_ipad_jrg
- Marcano, C. y Pacheco, K. (2006). *ECS en línea: el portal de las Escuelas de Comunicación Social*. (Tesis de pregrado). Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- Marcotte, E. (2010). *Responsive Web Design*. Recuperado de: <http://alistapart.com/article/responsive-web-design>
- Ramírez, T. (1999). *Cómo hacer un proyecto de investigación*. Caracas: Panapo.
- Universidad Austral. (s.f.). *Comunicación Interna*. Recuperado de: <http://www.austral.edu.ar/posgrados-comunicacion/programas-ejecutivos/comunicacion-interna/#.V3m40yvF-So>
- USTWO. (2014). *Pixel Perfect Precision*. Londres, Reino Unido: USTWO.
- Vinuesa (2005). *Investigar en comunicación: Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.

ANEXOS

Entrevista con especialistas

Profesor Miguel Ángel Latouche. Director de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.

Modo de entrevista: presencial.

Fecha: miércoles, 02 de noviembre de 2016.

El sitio web está alojado en la dirección de información y comunicaciones de la UCV. El problema con los portales nuestros es que han sido siempre portales estáticos, no hemos tenido la capacidad para hacer un sitio dinámico. Hay todo un tema que tiene que ver con la recolección de información y quién actualiza la información que allí se coloca. Tuvimos una iniciativa hace 5 años que se hizo un blog, pero la crisis universitaria acabó con eso.

1) ¿Podría este proyecto, en el caso de ser implementado, usar el servidor de la Escuela?

Claro.

2) ¿Sería posible que la administración del portal fuera parte de una pasantía?

Lo que pasa es que ahí hay información delicada que no sé si debe estar en manos de estudiantes. Qué estudiante debería estar ahí es algo que no me queda claro. Eso es personal que la Universidad no tiene en estos momentos por la crisis.

3) Actualmente ¿en donde se publica la información oficial de la Escuela?

Se le manda a los profesores por correos internos, no hay un sitio oficial.

4) Y ¿en lo que atañe a los estudiantes?

Sale del Centro de Estudiantes.

5) En Facebook hay una página de la Coordinación Académica ¿quién maneja esa página?

Eso lo manejó Carlos Gutiérrez en algún momento, luego el profesor Rojas y el profesor Luna, pero no ha habido una consistencia en el manejo. El padre de esa página fue Carlos Gutiérrez.

6) ¿Eso es un canal oficial?

Yo no sé si en esa página sale información actualizada. No es un canal oficial.

7) ¿Cree que hay una necesidad de renovar el portal existente?

Obviamente.

8) Como máxima autoridad de la escuela cuáles necesidades cree usted que debería cubrir el sitio?

Muchas cosas, una que tiene que ver con el diario, las actividades, la vida de la escuela. Otra que tiene que ver con la información oficial que debería salir a través de la página. Y otra que tiene que ver quizás con las tradiciones de la Escuela, quiénes han estado. Debería haber un espacio sobre la vida estudiantil, sobre la oferta de pasantías, lo que se hace en el servicio comunitario, lo que se hace en locución. Eso es parte de lo que debería estar en esa página. La oferta de clases, esas cosas.

9) ¿Cómo se vería beneficiada la escuela con el sitio web?

Esta es una Escuela de Comunicación, debería poder comunicar mejor. Una súper página podría abarcar prácticas de periodismo, de audiovisual. Qué hace la escuela debería estar señalado ahí. Debería ser una plataforma para informar que se está escribiendo y pensando en la información. Más que pensar en una página yo pensaría en un portal donde pudieras archivar cosas.

10) ¿Está familiarizado con las páginas de otras escuelas/universidades?

Sí.

11) ¿Cómo cuáles?

Ahorita estoy trabajando con una gente en un sitio genial que se llama *The CO* *n* *vers* *ation* *Group*, es una plataforma de información con opinión de gente de todo el mundo y allí consigues que se está pensando sobre temas específicos. La Universidad de Chile tiene un sitio muy bueno, la Universidad de Syracuse tiene una página muy importante, la de Georgetown.

Tú tendrías que tener una página con un espacio donde muestres la Escuela y un espacio donde muestres lo que se piensa en la escuela.

12) ¿Usted incluiría temas de opinión o, por así decirlo, de política?

No sobre política. Sobre qué opina la escuela sobre: comunicación social o libertad de expresión, periodismo 2.0.

Oscar Nieto. Profesor de Informática de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela y desarrollador de los portales de la Escuela 2000-2010

Modo de entrevista: presencial.

Fecha: lunes, 07 de noviembre de 2016.

1) ¿Cómo y por qué nace el sitio? ¿Existía anteriormente otro portal?

En el año 2000 iniciamos el desarrollo de todo lo que era las tecnologías de información en la comunicación en la Escuela. ¿Cómo se inició esto? Bueno, lo

primero que hicimos fue integrar a la Escuela al background de fibra óptica de la Universidad Central. Esa integración nos permitió tener acceso al internet, ese fue el primer paso. El segundo fue incorporar dos servidores en donde se alojaron un primer portal de la Escuela y un software para apoyar todo lo que era el manejo de ese portal más todo lo que era, en este caso, la estrategia de educación a distancia que estuvo activo un tiempo hasta que en el año 2002 migramos de ese software propietario a un software libre.

El sitio viejo se inició en mayo del 2002. Pero era un sitio que no era dinámico, era de la web 1. Solamente alojabas contenido y la gente lo veía.

2) ¿Cuántas modificaciones sufrió?

Estos portales fueron evolucionando. El primer portal fue producto de una tesis de grado (Brito) del año 2002.

En el 2010 yo diseñe la que está actualmente.

3) ¿Qué impacto causó el Portal en ese entonces?

El primer portal causó gran impacto en la comunidad de la Escuela porque en él se alojaba contenido relacionado con la estructura de la Escuela, la nómina del personal administrativo, obrero; sus correos, sus teléfonos. Era una base de datos.

Había la intención de mostrar los trabajos de los estudiantes pero nunca se logró porque un sitio web requiere, a parte de desarrollarlo, alojarlo, crearlo; una organización que lo mantenga y en la Escuela nunca ha habido esa organización, esa web master que actualice los contenidos del sitio web y tampoco la generación de contenido por parte de las autoridades es continua, no hay una cultura para generar contenido permanentemente. Los únicos contenidos que se generan son cada semestre los horarios, la suspensión de actividades, etc.

Las minutas del Consejo de Escuela que se publicaban se dejaron de publicar.

4) ¿Por qué dejaron de actualizarlo?

En el 2009 realicé la transformación del portal original, le incorporé un manejador de contenido, un CMS, el *Joomla*. Se migró toda la información que estaba alojada en el sitio. Se incorporaron sitios para alojar la radio de la Escuela. Hubo desarrollo para el periódico "Pauta libre digital", también para una revista digital. En fin, se hicieron intentos para incorporar todo el formato en digital. Se llegó a incorporar la radio, a pesar de que se hizo una tesis sobre el periódico nunca se llegó a incorporar debido a que los departamentos no asumían ni mantenían esos desarrollos. No valía la pena alojar contenidos que no los iban a mantener.

5) ¿Cree que hay una necesidad de renovar el sitio web?

Claro, totalmente. Y actualizar, incluso, la plataforma mucho más actualizada, dinámica y versátil. Actualmente está en *Joomla* y estoy evaluando otros softwares como *WordPress*.

6) ¿Considera que hay un modelo de sitio web efectivo que pueda ser aplicado a la Escuela?

Lo ideal es hacer un sitio que se adapte a tus necesidades. Hay modelos en todas las universidades del mundo, pero cada una tiene su propia identidad, su estructura, funcionamiento, organización y aunque son similares, cada organización tiene su propia identidad. Lo ideal es desarrollar un sitio que satisfaga la necesidad de la Escuela.

7) ¿Como profesor, qué utilidad le daría al sitio?

Actualmente el servidor no está activo, está desincorporado aproximadamente desde el 2012. Si está bajo el dominio de la universidad pero no bajo el servidor propio.

8) Tomando en cuenta su experiencia con el portal anterior: ¿qué recomendaciones podría hacer a este estudio?

Lo primero que hay que hacer es definir una organización que se encargue de mantener el sitio web. ¿Qué recomiendo yo? Que el sitio web sea tan dinámico y ágil que le permita a los departamentos actualizar sus páginas e incluso que cada uno de ellos pueda tener su sitio web.

Por qué el departamento debe tener presencia en la web.

Ahora hay que cambiar los servidores que son muy viejos y ya no funcionan. No se pueden reactivar. Hay que buscar dos servidores nuevos. Segundo, hay que rediseñar el sitio. Implementar el sitio acompañado de un funcionamiento en donde la Escuela pueda interactuar y utilizar ese sitio web como medio de comunicación con la comunidad interna y foránea.

9) ¿Qué tan complejo es actualizar la información?

La información que esté allí debe tener los principios de la información, debe tener valor, ser confiable, oportuna. La persona que actualizará la información debe ser una persona que se entrene y esté debidamente autorizada por la Escuela, el Consejo de Escuela y los departamentos.

No es necesario que tenga conocimientos de informática, pudiera ser un estudiante bajo la figura de pasantía.

Reinaldo Carrillo. Presidente del Centro de Estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.

Modo de entrevista: telefónica.

Fecha: domingo, 08 de enero de 2017.

1) ¿Conoces el portal <http://www.ecs.human.ucv.ve/PortalEcs/>?

Sí, en efecto lo conozco más nunca lo he usado.

2) ¿Cree que hay una necesidad de renovar el sitio web de la Escuela? ¿Por qué?

Si creo que hay una necesidad de renovar el sitio web de la Escuela. La institución en general y las autoridades no han logrado construir un espacio digital para la publicación de información oficial y eso es una gran necesidad.

Si a eso se le suma la posibilidad de un espacio donde se pueda compartir información entorno de la vida de la Universidad y de la Escuela, los estudiantes y la comunidad con más razón lo veo necesario.

3) ¿Consideras que las redes sociales son un canal eficaz para la divulgación de información oficial?

Sí considero que las redes sociales son un canal eficaz para divulgar información oficial pero creo que para este tipo de cosas son un excelente complemento, auxiliar para el manejo de esos contenidos. No obstante, considero que toda institución necesita un espacio de mayor perdurabilidad que sirvan de vitrina fija para determinadas informaciones cosa que las redes sociales no ofrecen. Considero que son eficaces siempre y cuando sean complemento de otro espacio con mayor perdurabilidad.

4) Como estudiante ¿qué inquietudes pretendes solucionar en un sitio web de la escuela?

Principalmente las académicas y administrativas de todo tipo. Es decir desde los programas de las materias, profesores, cómo canalizar las situaciones académicas. Todo el andamiaje administrativo que sabemos que es bastante grande y sabemos que hace falta orientación.

5) ¿Encontraría beneficioso la publicación de los trabajos más destacados (de estudiantes y profesores) en el sitio?

En la Escuela constantemente se producen materiales en el área periodística: entrevistas, reportajes, crónicas, en el área audiovisual y digital. Contenido que es valioso, de calidad, publicable, atractivo no solo para la universidad sino fuera de ella.

Pero si creo que no es lo mismo un sitio web destinado a una comunidad institucional particular que un sitio web destinado a la divulgación de materiales de ese tipo. Hay experiencia que prueban que esos trabajos están condenados a tener un lugar secundario, no puede existir la publicación de una crónica luego del horario de la Escuela, eso choca muchísimo. Ambos contenidos tienen objetivos distintos y se separen en espacios distintos.

Pero sería útil un reservorio de trabajos académicos que sirvan de modelo para la práctica de los estudiantes.

6) ¿Los estudiantes nuevo ingreso se ven interesados en guiarse por un sitio

web? (Preguntan si existe un sitio en donde encontrar la información)

Si preguntan eso, pero su interés suele estar centrado en redes sociales.

7) ¿Crees que un sitio facilitaría el proceso de información para los aspirantes y estudiantes regulares?

Claro que sí.

8) Podría un estudiante o el centro de estudiantes manejar la responsabilidad de administrar el sitio?

Un sitio web oficial de la Escuela debe apoyarse principalmente en las autoridades de la Escuela quienes son los representantes de la institución, es el director, los coordinadores, Consejo de Escuela, etc. Los estudiantes y el centro de estudiantes deben perfectamente poder colaborar en la administración del sitio y tener una corresponsabilidad ya que es para ellos.

Independientemente de quien lo administre debe gozar de incentivos para quien lo mantengan: dinero, electivas, ayudantía, servicio comunitario, pero sin ese incentivo es muy difícil que se pueda sostener a mediano o largo plazo el sitio web.

9) ¿Cómo podría el centro de estudiantes ayudar?

Puede aportar en todos los niveles en una iniciativa como esta. Desde poner en contacto a los estudiantes que puedan aportar hasta divulgar y promover la existencia y uso del sitio web hasta aportar ideas para su conceptualización o aportar la información.

El centro de Estudiantes tiene muchas maneras de aportar en eso.

Recopilación de los Pensum desde 1947 hasta 1987

Pensum 1947-1949

Primer año:

Geografía General de Venezuela
Psicología General I
Lengua Castellano y Preceptiva
Historia de la Literatura Venezolana
Historia del Periodismo
Técnica Periodística I
Trabajos Prácticos I
Introducción al Derecho

Segundo año:

Psicología General II
Historia Crítica de Venezuela
Teoría Literaria.
Historias de la Literatura Universal
Fotografía
Sociología
Trabajos Prácticos II
Técnica Periodística II
Idioma.

Pensum 1952-1955

Primer año:

Historia Crítica de Venezuela I
Idioma
Introducción al Periodismo
Evolución de las Técnicas del Periodismo
Composición y Estilo I

Segundo año:

Historia Crítica de Venezuela II
Composición y Estilo II
Evolución económico-social de Venezuela
Periodismo II

Tercer año:

Literatura Hispanoamericana
Técnica del Periodismo
Nociones Generales de Derecho
Historia de América
Seminario: Periodismo III

Pensum 1955-1957

Primer año:

Introducción al Periodismo
Evolución de las Técnicas del Periodismo
Historia Crítica de Venezuela I

Composición y Estilo

Idioma

Lógica

Segundo año:

Historia del Periodismo

Ética Profesional y Legislación de Prensa

Castellano y Redacción Periodística

Técnica del Periodismo II

Sociología

Tercer año:

Historia de América II

Literatura Hispanoamericana

Nociones Generales de Derecho

Técnica del Periodismo III

Historia de América

Cuarto año:

Literatura Venezolana

Historia del Arte

Ilustración de Periódicos

Geografía Económica de Venezuela

Temas Internacionales de Nuestros Tiempos

Historia de Venezuela

Publicidad, Administración y Archivo

Temas Internacionales del Derecho

Seminario.

Pensum 1958-1964

Primer año:

Idioma I

Introducción a la Historia

Psicología

Introducción a la literatura

Introducción a la filosofía

Técnica del Periodismo I

Lógica.

Segundo año:

Ética y legislación de Prensa

Historia del Periodismo

Castellano y Redacción Periodística

Técnica del Periodismo II

Historia de América

Tercer año:

Sociología

Historia de Venezuela

Nociones Generales de Derecho

Técnicas del Periodismo III
Literatura Hispanoamericana
Historia de América II

Cuarto año:

Historia del Arte
Historia de Venezuela
Geografía Económica de Venezuela
Temas Internacionales de Nuestro Tiempo
Publicidad, Administración y Archivo
Literatura Venezolana
Fotografía
Problemas de la Economía Venezolana
Información Audiovisual.

Pensum 1964-1967

Primer año:

Composición y Estilo
Introducción a la filosofía
Historia del Periodismo
Nociones de Derecho
Psicología General
Técnica Gráfica I
Seminario de Literatura
Idioma I
Introducción a la Historia

Segundo año:

Historia de la Prensa en América
Técnica Gráfica II
Historia de Venezuela I
Periodismo Informativo y de Opinión I
Introducción a las Ciencias Sociales
Literatura Contemporánea
Ética y Legislación de Prensa
Seminario
Idioma II.

Tercer año:

Técnica Gráfica III
Historia de las Ideas Políticas
Seminario de Relaciones Públicas
Idioma III
Periodismo Radial
Información Audiovisual I
Historia de Venezuela II
Periodismo Informativo y de Opinión II
Geografía Económica de Venezuela

Cuarto año:

Periodismo Informativo y de Opinión III
Problemas de la Economía Venezolana
Temas Internacionales de Nuestro Tiempo
Información Audiovisual II
Historia del Arte
Literatura Venezolana
Historia de Venezuela III
Fotografía
Seminario.

Pensum 1968-1970

Primer año:

Periodismo Informativo y de Opinión I
Introducción a las Ciencias Sociales
Ética y Legislación de Prensa
Historia del Periodismo
Psicología General
Nociones de Derecho
Historia de la Cultura
Introducción a la Filosofía
Seminario I

Segundo año:

Literatura contemporánea
Fotografía
Técnica Gráfica I
Historia de América
Periodismo informativo y de opinión I
Historia de Venezuela I
Seminario II
Idioma I

Tercer año:

Lectura e interpretación de datos estadísticos
Información audiovisual
Economía política
Geografía económica de Venezuela
Periodismo informativo y de opinión
Técnica Gráfica II
Seminario II
Idioma II

Cuarto año:

Mención Impreso
Técnica gráfica III
Periodismo de opinión
Secretaría de redacción
Seminario de Investigación d medios impresos
Periodismo interpretativo

Sociología de la Comunicación

Historia del arte.

Mención Audiovisual

Periodismo fotográfico

Teoría de la opinión pública

TV y periodismo televisivo I

TV y periodismo televisivo II

Sociología de la comunicación

Cine y periodismo cinematográfico I

Cine y periodismo cinematográfico II

Sonido

Radio y periodismo radial I

Radio y periodismo radial II

Seminario de investigación de medios audiovisuales.

Mención Publicidad y relaciones públicas

Publicidad I

Publicidad II

Relaciones públicas I

Relaciones públicas II

Técnica gráfica III

Mercadotecnia

Estadística

Análisis crítico de la publicidad

Teoría de la opinión pública

Sociología de la Opinión pública

Sociología de la comunicación

Seminario de Investigación de medios.

Plan de estudios 1970

Común para todas las menciones.

Materias del ciclo básico:

Introducción a los Medios

Introducción a la Filosofía

Introducción a la Ciencia Social

Castellano I

Castellano II

Periodismo Informativo I

Periodismo Informativo II

Historia de América

Geografía de Venezuela

Psicología Social

Pre-Seminario

Materias del ciclo profesional:

Castellano III

Castellano IV

Periodismo Informativo III

Periodismo Informativo IV
Periodismo Informativo V
Periodismo Informativo VI
Técnica Gráfica I
Técnica Gráfica II
Técnica Gráfica IV
Información Audiovisual I (Fotografía)
Información Audiovisual II (Cine)
Información Audiovisual III (Radio)
Información Audiovisual IV (TV)
Ética y Legislación de Medios
Teoría de la Comunicación Social I
Teoría de la Comunicación Social II
Historia de Venezuela I
Historia de Venezuela II
Economía Política.

Ciclo de Especialización (Mención): Impreso

Materia
Periodismo Interpretativo I
Periodismo Interpretativo II
Periodismo de Opinión I
Periodismo de Opinión II
Técnica Gráfica V
Técnica Gráfica VI
Sociología de la Comunicación
Teoría de la Opinión Pública
Periodismo Fotográfico
Investigación de Medios (Seminario)

Ciclo de especialización (Mención): Audiovisual

Materias
Sociología de la comunicación
Teoría de la Opinión Pública
Investigación de Medios (Seminario)
Fotografía I
Fotografía II
Radio y Periodismo Radial I
Radio y Periodismo Radial II
Radio y Periodismo Radial III
TV y Periodismo Televisivo I
TV y Periodismo Televisivo II
TV y Periodismo Televisivo III
Cine y Periodismo Cinematográfico I
Cine y Periodismo Cinematográfico II
Cine y Periodismo Cinematográfico III
Trabajo d Grado.

Mención: Publicidad y Relaciones Públicas

Materias

Sociología de la Comunicación

Teoría de la Opinión Pública

Investigación de Medios (Seminario)

Publicidad I

Publicidad II

Publicidad III

Relaciones Públicas I

Relaciones Públicas II

Relaciones Públicas III

Mercadotecnia

Estadística

Análisis Crítico de la Publicidad

Técnica Gráfica V

Técnica Gráfica VI

Trabajo de Grado.

Pensum 1978

Ciclo básico:

I Semestre

Materias

Castellano I

Metodología de la Investigación

Introducción a la Filosofía Contemporánea

Problemas Sociales Contemporáneos

Optativa

II Semestre

Castellano II

Introducción al Periodismo

Introducción a la Información Audiovisual

Introducción a las Relaciones Públicas y Publicidad

Introducción a la Comunicación Social

Mención: Periodismo

I Semestre

Materias

Periodismo Informativo I

Taller Permanente Redacción I

Comunicación Gráfica I

Geografía Económica de Venezuela

Historia de América

II Semestre

Periodismo Informativo II

Taller Permanente Redacción II

Comunicación Gráfica II
 Historia de la Comunicación I
 Historia de Venezuela I
III Semestre
 Periodismo Informativo III
 Comunicación Gráfica III
 Historia de la Comunicación III
 Historia de Venezuela II
 Psicología de la Comunicación
IV Semestre
 Periodismo Informativo TV
 Comunicación Gráfica IV
 Teoría de la Comunicación
 Ética y Legislación de Medios
V Semestre
 Periodismo Informativo V
 Comunicación Gráfica V (Optativa)
 Sociología de la Comunicación
 Economía Política
VI Semestre
 Periodismo Interpretativo I
 Comunicación Gráfica VI
 Opinión Pública
 Periodismo Especializado (Optativa)
VII Semestre
 Periodismo Interpretativo II
 Periodismo Especializado II (Optativa)
 Temas Internacionales Contemporáneos
 Problemas Económicos de Venezuela
VIII Semestre
 Periodismo de Opinión
 Secretaría de Redacción
 Seminario de Trabajo de Licenciatura
 Trabajo de Licenciatura en Periodismo.
Mención: Audiovisual
I Semestre
 Materias
 Teoría de la Imagen
 Radio I
 Fonética y Fonología del Castellano
 Taller de Redacción I
 Historia de Venezuela Siglo XX
II Semestre
 Radio II
 Fotografía I

Taller de Redacción II

Optativa

Seminario

III Semestre

Radio III

Fotografía II

Televisión I

Cine I

Seminario de Musicalización

IV Semestre

Radio IV

Fotografía III

Televisión II

Cine II

Psicología de la Comunicación Social

V Semestre

Televisión III

Cine III

Teoría de la Comunicación Social

Taller de Radio

Guión Cinematográfico

Taller de Fotografía

VI Semestre

Televisión IV

Cine IV

Sociología de la Comunicación

Seminario

VII Semestre

Teoría de la Opinión Pública

Taller de T.V o Cine

Optativa

Problemas Económico de Venezuela

VIII Semestre

Ética y Legislación de Medios

Seminario Trabajo de Licenciatura

Taller II de T.V o Cine

Trabajo de Licenciatura en Audiovisual.

Mención: Comunicología

I Semestre

Materias

Periodismo Informativo I

Taller Permanente Redacción I

Comunicación Gráfica I

Historia de América

Geografía Económica de Venezuela

II Semestre

Periodismo Informativo II
Comunicación Gráfica II
Taller Permanente Redacción II
Historia de Venezuela I
Historia de la Comunicación

III Semestre

Periodismo Informativo II
Comunicación Gráfica II
Taller Permanente Redacción II
Historia de Venezuela I
Historia de la Comunicación

III Semestre

Periodismo Interpretativo
Comunicación Gráfica III
Historia de Venezuela II
Psicología de la Comunicación
Optativa

IV Semestre

Periodismo de Opinión
Comunicación Gráfica TV
Teoría de la Comunicación
Estadística I
Taller Publicidad y Relaciones Públicas
Taller de Audiovisual

V Semestre

Economía Política
Estadística II
Lingüística
Sociología de la Comunicación I
Método de Investigación Comunicación I

VI Semestre

Sociología de la Comunicación II
Estadística III
Problemas Económicos de Venezuela
Métodos Investigación Comunicación II
Optativa.

VII Semestre

Política y Planificación de la Comunicación
Filosofía de la Comunicación
Ética y Reglamento de la Comunicación
Seminario de Tesis de Grado I (Optativa)

VIII Semestre

Seminario de Tesis de Grado II
Materia o Seminario Optativo

Materia o Seminario Optativo
Trabajo de Licenciatura en Comunicología.

Mención: Relaciones Públicas

I Semestre

Materias

Periodismo Informativo I
Taller Permanente de Redacción I
Investigación Aplicada I
Geografía Económica de Venezuela
Estadística I

II Semestre

Estadística II
Taller Permanente de Redacción II
Periodismo Informativo II
Investigación Aplicada II
Optativa

II Semestre

Estadística II
Taller Permanente de Redacción II
Periodismo Informativo II
Investigación Aplicada II
Optativa

III Semestre

Radio (R.R.P.P)
Relaciones Públicas I
Estadística III
Optativa
Comunicación Gráfica I

IV Semestre

Psicología de la Comunicación
Comunicación Gráfica II
Relaciones Públicas II
Fotografía (R.R.P.P)
Gerencia I

V Semestre

Relaciones Públicas III
Teoría de la Comunicación
Televisión (R.R.P.P)
Optativa
Gerencia II

VI Semestre

Problemas Economía de Venezuela
Relaciones Públicas TV
Sociología de la Comunicación
Optativa

VII Semestre

Taller de Relación y Comunicación
Teoría de la Opinión Pública
Cine (R.R.P.P)
Optativa
Historia Crítica de Venezuela Siglo XX

VIII Semestre

Ética y Legislación de Medios
Pasantía (R.R.P.P)
Trabajos de Licenciatura en Relaciones Públicas

Mención: Publicidad

I Semestre

Materia
Periodismo Informativo I
Taller Permanente de Redacción I
Investigación Aplicada I
Estadística I
Geografía Económica de Venezuela

II Semestre

Estadística II
Taller Permanente de Redacción II
Mercadotecnia I
Investigación Aplicada II
Optativa

III Semestre

Radio (R.R.P.P)
Publicidad I
Estadística III
Mercadotecnia II
Comunicación Gráfica I (R.R.P.P)

IV Semestre

Psicología de la Comunicación
Publicidad II
Comunicación Gráfica II
Fotografía (R.R.P.P)
Comunicación Gráfica III
Optativa

V Semestre

Publicidad III
Teoría de la Comunicación
Televisión (R.R.P.P)
Comunicación Gráfica III
Optativa

VI Semestre

Publicidad TV

Sociología de la Comunicación
Seminario de Composición y Diseño

Comunicación Gráfica TV
Problemas Económicos de Venezuela

VII Semestre

Teoría de la Opinión Pública
Cine (R.R.P.P)
Taller de Publicidad
Análisis Crítico de la Publicidad
Historia Crítica de Venezuela Siglo XX

VIII Semestre

Pasantía (Publicidad)
Optativa
Trabajo de Licenciatura en Publicidad.

Pensum de estudios 1978 (vigente)

I Semestre:

Metodología de la Investigación I
Problemas Sociales Contemporáneos
Literatura Venezolana
Castellano I
Pensamiento Filosófico Contemporáneo

II Semestre:

Metodología de la Investigación II
Castellano II
Historia Contemporánea de América
Geografía Económica de Venezuela
Teoría de la Comunicación

III Semestre:

Taller de redacción I
Historia Contemporánea de Venezuela
Psicología de la Comunicación
Política Internacional Contemporánea
Teoría de la Información Periodística

IV Semestre:

Taller de Redacción II
Fotografía I
Periodismo I
Lenguaje y Comunicación Visual
Historia de la Comunicación
Optativa

V Semestre:

Periodismo II
Artes Gráficas y Comunicación
Sociopolítica de la Comunicación

Radio I
Optativa
Optativa

VI Semestre:

Estadística I
Publicidad
Televisión
Periodismo III
Opinión Pública
Optativa

VII Semestre:

Ética y Legislación de la Comunicación
Relaciones Públicas
Cine I
Estadística II
Periodismo IV
Informática

VIII Semestre:

Problemas Económicos de Venezuela

Idiomas:

Inglés/Italiano I
Inglés/Italiano II
Inglés/Italiano III
Tesis de Grado