



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



Proyecto Web para estimular el contacto informativo entre la comunidad de comunicadores sociales de Venezuela

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al

Título de Licenciado en Comunicación Social

Tutor: Atilio Romero

Autores:

Br. González, Beledy

Br. González, Carla

Octubre, 2010

Dedicatoria

Al Santo Niño de Atoche, Santa Bárbara Bendita y el Sagrado Corazón de Jesús de las
estampitas por haber puesto a Carla en mi camino.

“Yo tengo mi jarra de café y a ti, no necesito más nada para terminar esa tesis” (la
última palabra se puede remplazar por reportaje, programa de radio, noticiero o
cualquier trabajo que hayamos hecho en los cinco años de carrera).

Agradecimientos

A mi mami por decir “yo las entiendo”.

Al Sr. José Manuel por los “tecitos” de manzana con manzanilla.

Al Sr. Carlos por darle la cola a Carla.

A Carolina Abe Romero porque sin saberlo ha sido el más grande apoyo.

A Atilio que soportó nuestros desordenados correos y atores desmedidos.

A Guti, quien nos hizo sentir ucevistas y estudiantes

universitarias desde la primera clase.

A Cembo por recibirnos el domingo que se iba al teatro.

A Migui Churri, Chu, Beibi, Sor, Coto, Maggi y Mur que aguantaron las caras largas y ayudaron siempre sin preguntarlo dos veces.

A todos los profesores que nos recibieron en sus clases, este proyecto tiene un pedacito de cada uno.

Resumen

Este trabajo de grado propone la creación de un sitio Web que promueva la participación de la comunidad de comunicadores sociales en Venezuela a través de herramientas Web 2.0.

RedComun Venezuela es un medio para la promoción, interacción y participación de la comunidad de comunicadores sociales desarrollado con base en los planteamientos de inteligencia colectiva o inteligencia de colaboración con el fin de informar y generar conocimientos en materia de Comunicación Social, derivando en la integración del gremio de comunicadores, necesidad evidenciada a través del análisis de los datos recogidos en investigación documental, observación directa y entrevistas grupales.

Palabras claves:

Internet, comunidad universitaria, Comunicación Social, página Web, inteligencia de colaboración, diseño Web, interactividad.

Abstract

This thesis proposes the creation of a digital platform that will be use by social communicators' community to interact throughout Web 2.0 tools.

RedComun Venezuela is a Web site based on Collaborative intelligence or Collective intelligence theories, with purpose is to promote participation and interaction in the social communicators' community. Its objective is to generate knowledge and information regarding Social Communications so it can derive in an integrated communications trade, which presented as a need in several surveys with the social communicators community.

Key Words:

Internet, university community, Social Communication, Web page, Social Communication, Collaborative intelligence, Web design, interactivity.

ÍNDICE

Dedicatoria	1
Agradecimientos	2
Resumen	3
Abstract	4
Introducción	7
CAPÍTULO I	
Planteamiento del Problema	9
Objetivos	12
Justificación	12
Limitaciones del proyecto	13
CAPITULO II	
Marco Teórico	14
1. Antecedentes	14
2. Internet como plataforma participativa e integradora	16
3. Inteligencia colectiva	18
4. Comunidad de comunicadores sociales en Venezuela	22
5. Diseño Web	33
CAPITULO III	
Marco Metodológico	40
1. Técnicas de Recolección	41
2. Metódica	45
CAPÍTULO IV	
RedComun Venezuela	48

CONCLUSIONES	106
GLOSARIO	109
REFERENCIAS	111
ANEXOS	
Anexo 1. Escuelas de Comunicación Social en Venezuela	114
Anexo 2. Los 30 países con el mayor número de usuarios en Facebook, para el 1ro de julio de 2010	129
Anexo 3. Grupos de comunicadores venezolanos en Facebook	131
Anexo 4. Entrevista grupal a estudiantes y egresados de Escuelas de Comunicación Social venezolanas	133

Introducción

La comunidad de comunicadores sociales en Venezuela y los comunicadores en formación necesitan un espacio de integración donde puedan confluír los distintos enfoques académicos de las Escuelas de Comunicación Social del país y se genere constantemente información especializada y de interés sobre Comunicación Social. Este proyecto propone la creación de un nuevo medio que responda a la necesidad de integración planteada. La plataforma escogida para este nuevo medio es Internet, dada la versatilidad de formatos que soporta, la capacidad de almacenamiento de información y sobre todo la posibilidad que tienen los usuarios de acceder a cualquier hora desde cualquier lugar, necesitando solamente un dispositivo con acceso Web que hoy en día puede ser hasta el teléfono móvil.

Un sitio Web apoyado en elementos de la Web 2.0 que fomentan la participación directa de los usuarios en tiempo real, es la plataforma ideal para permitir la integración de la comunidad de comunicadores. Es por esto que este proyecto piloto plantea la creación de un sitio Web que le ofrezca a los comunicadores, información especializada sobre la Comunicación Social en el país y la oportunidad de compartir proyectos, investigaciones y actividades de formación que estén desarrollando.

RedComun Venezuela es el nombre de este nuevo medio que haciendo uso de la versatilidad de la Web, integrará comunicación, información y datos para comunicadores. Adicionalmente, a los fines de fomentar la colaboración, ofrecerá información sobre empleo, un directorio que facilite el desarrollo de investigaciones, información sobre cada Escuela de Comunicación Social y noticias relacionadas con la materia.

Esta propuesta se apoya en las teorías de inteligencia de colaboración o inteligencia colectiva, así como en los desarrollos de diseño y creación de páginas

Web y elementos de la comunicación visual; herramientas que con base en una metodología de proyecto factible permitirán construir un nuevo medio que satisfaga las necesidades de integración de la comunidad de comunicadores sociales en Venezuela.

El presente proyecto está dividido en cuatro capítulos: el primero describe el estado de la integración digital de la comunidad de comunicadores en Venezuela así como los objetivos que se pretenden cumplir; el segundo capítulo expone las investigaciones previas desarrolladas sobre este tema, la evolución técnica y semántica de Internet, los sistemas de inteligencia de colaboración y las teorías de diseño Web que serán utilizadas para elaborar el nuevo medio; en el tercer capítulo se describe la metodología implementada en la elaboración de esta propuesta, y finalmente, el cuarto apartado contiene la descripción del diseño gráfico digital de **RedComun Venezuela**, su proyección y futuro funcionamiento.

Este proyecto surge para abordar una comunidad que actualmente se encuentra poco integrada, ya que no dispone de muchos espacios (particularmente digitales) donde compartir ideas y opiniones. De esta manera, **RedComun Venezuela** se presenta como uno de los primeros pasos para integrar a la comunidad de comunicadores del país.

CAPITULO I

En esta sección, se expondrán los motivos y razones por los cuales se elaboró el proyecto **RedComun Venezuela**. A lo largo del capítulo, se esboza el contexto en el que se enmarca esta propuesta, se especifican los objetivos que se pretenden lograr y se enuncian las limitaciones que ciñen el alcance del proyecto.

1. Planteamiento del Problema

Internet, según Castells (1999) "es el tejido de nuestras vidas en este momento, no es futuro es presente"(p.1). En opinión de este autor, Internet se ha transformado en una herramienta de comunicación que ha permeado en nuestra sociedad y ha permitido que millones de personas puedan generar y compartir información en todo el mundo. Internet marca un hito en la historia de los medios de la comunicación y así como la imprenta revolucionó al mundo en el Renacimiento, Internet revolucionó al mundo posmoderno; siendo hoy uno de los medios de comunicación más eficientes por su capacidad de alojar contenido sin limitaciones de espacio o formato y disponible en todo momento.

Actualmente, la versatilidad de los sitios Web permite crear bitácoras personales, sitios institucionales, de ocio, de promoción, redes sociales, entre otros. La red se ha convertido en un sin fin de páginas que a su vez contienen terabytes de información. Se ha vuelto "un medio para todo, que interactúa con el conjunto de la sociedad (...) un medio de comunicación, de interacción y de organización social" (Castells, 1999 p.1).

Diferentes individuos, colectivos e instituciones han encontrado en Internet un medio eficiente para comunicarse. Comunidades por afinidad usan la red como una herramienta para estar en contacto permanente, compartir información sobre

la materia afín y conquistar objetivos comunes a través de los distintos mecanismos de interacción en línea que existen.

La comunidad de comunicadores sociales en Venezuela entendida como una comunidad por afinidad agrupa a todas las personas interesadas en el ámbito de la Comunicación Social en el país. Sus principales actores son los estudiantes de Comunicación Social, profesores, administradores de Escuelas y profesionales de la comunicación. Las interacciones y relaciones en línea de esta comunidad se establecen actualmente en redes sociales informales o páginas informativas que permiten a los usuarios agregar comentarios. No existe un espacio Web especializado en la gestión de Comunicación Social en el país con una oferta de participación para toda la comunidad interesada en el tema.

En otros países, encontramos iniciativas que procuran integrar información acerca del mundo de la comunicación en regiones como Latinoamérica y Europa. El Portal de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación, InCOM de la Universidad de Barcelona y Medios Medios en Argentina son ejemplos de sitios Web especializados en Comunicación Social con el objetivo de promover el conocimiento sobre esta materia. Ambas iniciativas, al igual que la mayoría de las páginas disponibles para comunicadores son de carácter estático, es decir, sólo presentan información pero no permiten que los visitantes ingresen nueva data o interactúen entre sí. Sin embargo, las herramientas Web tienen mucho más que ofrecer, a través de páginas dinámicas los usuarios tienen mayor libertad y la oportunidad de cargar contenido, enriqueciendo la información disponible en la Web.

En las últimas dos décadas Internet se ha convertido en un medio de uso múltiple que impacta al mundo académico, laboral o de entretenimiento y dado este alcance es la plataforma ideal para albergar un nuevo medio de comunicación. Por lo cual, este proyecto propone la creación de **RedComun Venezuela**, un sitio Web

que sea espacio de encuentro para la divulgación y promoción del conocimiento en materia de Comunicación Social, basados en la promoción de la inteligencia colectiva entendida como "una inteligencia repartida en todas partes, valorizada constantemente, coordinada en tiempo real, que conduce a una movilización efectiva de las competencias." (Levy, 2004 pag. 20). Cuando distintos usuarios crean un mismo contenido obteniendo un solo producto final se da el principio de un sistema de inteligencia colectiva, donde la producción de conocimiento es el resultado de la colaboración de distintos individuos. La plataforma Web, permitiría que en **RedComun Venezuela** los usuarios publiquen sus investigaciones e interactúen entre sí enriqueciendo la formación de los miembros de la comunidad de comunicadores.

De esta manera, la concepción de una página Web para comunicadores que ofrezca la posibilidad de intercambiar información sobre proyectos e investigaciones potenciaría la producción de conocimiento e integraría la visión que tienen las distintas Escuelas de Comunicación Social ofreciendo resultados provechosos para el desarrollo de teorías y la ejecución de proyectos que enriquezcan el campo de la Comunicación Social en el país.

La gobernabilidad de este sitio Web y su administración deben ser responsabilidad de una o varias casas de estudio de comunicación social que puedan permitir a los estudiantes ejecutar y darle continuidad al presente proyecto.

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

Crear un medio que sea una herramienta para la promoción, interacción y participación de la comunidad de comunicadores sociales con base en los planteamientos de inteligencia colectiva o inteligencia de colaboración con el fin de informar y generar conocimientos en materia de Comunicación Social.

2.2 Objetivos específicos

- Verificar si se da uso de los espacios digitales como medio libre de promoción de conocimiento en la comunidad de comunicadores.
- Sugerir la inteligencia de colaboración como una alternativa para dinamizar los medios digitales especializados en comunicación social en Venezuela y promover la participación de la comunidad de comunicadores.
- Proponer la arquitectura de un sitio Web como medio que soporta la plataforma de inteligencia de colaboración para la comunidad de comunicadores sociales.
- Diseñar la interfaz gráfica de usuario del sitio ajustada a las necesidades de participación de la comunidad de comunicadores.

3. Justificación

Abreu (2003) establece que "la red constituye un flujo continuo de información y no requiere esperar a la mañana siguiente para ver difundidos los contenidos" (p.83) Internet se ha vuelto uno de los medios más eficientes, de fácil acceso, con mayor capacidad de alojamiento de contenido que los medios tradicionales y disponible en cualquier horario a nivel mundial. Por esto es el medio ideal para comunicar los avances y novedades referentes a la Comunicación Social en Venezuela, ya que esta materia es muy amplia, integra a distintos actores y se sustenta sobre formatos textuales y audiovisuales. Además, Internet es un medio que requiere poca inversión en relación con las ventajas que ofrece.

Es importante que los comunicadores tengan acceso a las novedades que ocurren en la gestión de la Comunicación Social en el país, de manera integrada y fácil de ubicar. Sin embargo, en Venezuela aún no existe un sitio Web donde todas las Escuelas de Comunicación Social, profesores, investigadores y estudiantes del área y demás interesados encuentren información actualizada; mucho menos donde

puedan interactuar entre ellos, compartir información y producir nuevos conocimientos. Para Balza y Paez-Bravo (2009), “los medios electrónicos cada vez más buscan satisfacer las demandas de audiencias muy bien definidas” (p. 111), en este sentido, la creación de **RedComun Venezuela** pretende ofrecer a una comunidad específica un espacio de encuentro que integre y facilite información y fomente la producción de conocimiento sobre Comunicación Social.

4. Limitaciones del Proyecto

La información a publicar en **RedComun Venezuela** y su funcionamiento no sólo depende de la investigación a realizar, sino de la disposición de universidades, investigadores, profesionales de la comunicación y alumnos de participar y enviar los datos actualizados de su información académica, proyectos y currículo, según corresponda. De esta manera, el éxito depende de los mecanismos de aprobación y tiempos de respuesta de cada uno de los colaboradores mencionados.

La presente investigación se limita al desarrollo de la propuesta de un nuevo medio y la elaboración de una estrategia de implementación, por lo que la ejecución del proyecto depende de un sponsor que lo adopte.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

En este capítulo, se reseñan las investigaciones previas relacionadas con el problema planteado y se sientan las bases teóricas necesarias para comprender el funcionamiento de Internet; como herramienta escogida para alojar la propuesta de **RedComun Venezuela**. El estudio de esta plataforma se realiza desde el punto de vista técnico y funcional, así como semántico y social. Estos aspectos derivan en el planteamiento de las teorías de inteligencia colectiva como instrumento para integrar a la comunidad de comunicadores en Venezuela. Este grupo es abordado a través de distintas técnicas de recolección que permiten analizar el uso que sus miembros le dan a Internet como medio de difusión y promoción de contenidos sobre Comunicación Social. Finalmente, se desarrollan las teorías sobre diseño digital que soportan la interfaz gráfica de usuario de **RedComun Venezuela**.

1. Antecedentes

Esta investigación continúa el trabajo desarrollado por investigadores como Marcano y Pacheco (2006) quienes desarrollaron uno de los primeros proyectos para agrupar la información referente a las Escuelas de Comunicación Social del país. “ECSenlinea.com” es una propuesta que plantea la necesidad de integrar la información de las Escuelas de Comunicación Social para que los bachilleres puedan investigar y escoger adecuadamente la casa de estudios que más se adecúe a sus expectativas y necesidades. Sin embargo, este proyecto no llegó a ejecutarse.

Por su parte, Barroso (2008) propuso el uso de Internet como herramienta de integración al diseñar una red social para comunicadores: “elcafetín.net”. Este proyecto comprende la aplicación de un cuestionario de preguntas abiertas a siete jefes de cátedra de la Escuela de Comunicación Social de la UCV y entre los resultados arrojados se encuentra que 86% de los profesores encuestados desean

contar con una herramienta para dar a conocer proyectos e investigaciones y 57% desea tener un espacio para debatir ideas y teorías.

En dicha investigación también se aplicaron cuestionarios de preguntas abiertas a estudiantes de doce Escuelas de Comunicación Social diferentes. En este caso, los resultados reflejaron que a 50% de los estudiantes le gustaría compartir información sobre proyectos y trabajos con otros estudiantes a nivel nacional, a 66% le gustaría compartir experiencias y opiniones, así como encontrar información actualizada sobre encuentros académicos y sociales y 25% de los encuestados manifestó estar interesado en obtener información sobre ofertas de empleo o noticias relacionadas con la carrera. En base a estos resultados, Barroso creó e implementó una nueva red social para que los comunicadores compartieran experiencias e ideas. Este proyecto no tuvo continuidad en el tiempo.

Usar las redes sociales para integrar a los estudiantes también es un tema estudiado por Trotta y Piña (2009), quienes propusieron la creación del blog “novatosfuimostodos”. El proyecto fue concebido para que los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela compartieran anécdotas y experiencias relacionadas con la carrera, las cuales servirían de guía para los nuevos estudiantes de esta casa de estudios. Al igual que las propuestas anteriores, este blog tampoco fue mantenido en el tiempo.

Utilizar la plataforma Web como medio para comunicar e integrar a una comunidad por afinidad, entendida como un grupo de individuos que comparten uno o varios intereses, es el tema desarrollado en el proyecto **www.ilustralgo.com**. Su objetivo es “diseñar y desarrollar un Webzine en el contexto de la Web 2.0 que sirva de punto de encuentro de una comunidad por afinidad” (Balza y Páez-Bravo 2009 P.12). En este desarrollo se aplican varias herramientas interactivas, entre las que resalta una revista Web cuyo contenido es elaborado y aportado por los usuarios de la página.

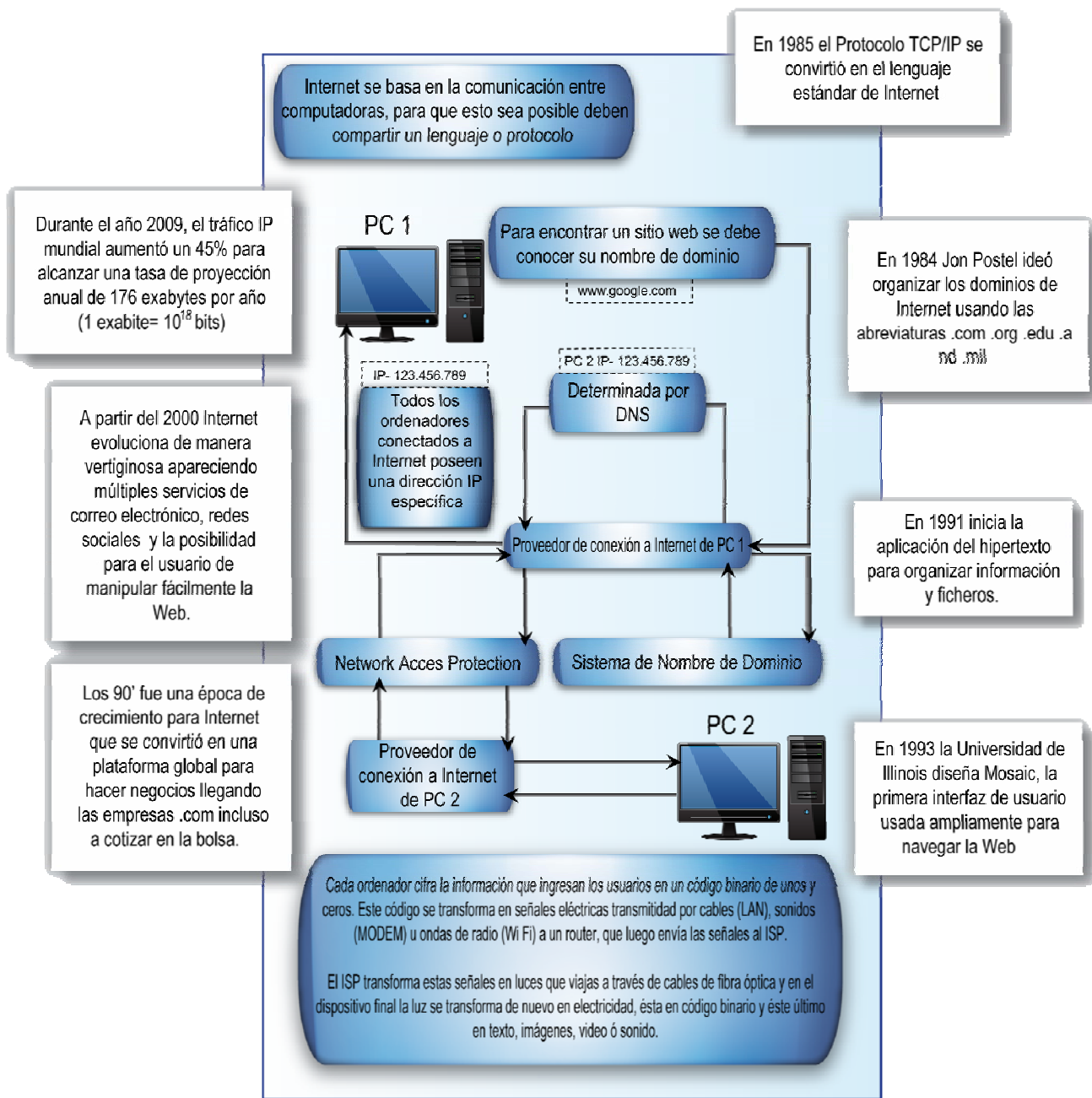
Por otro lado, la Universidad Católica Andrés Bello contó con un sitio Web llamado Red Docentes UCAB, el cual se encuentra definido en su página principal como “un espacio para el libre intercambio de conocimiento humanístico, científico y tecnológico de docentes visionarios y soñadores.” Este espacio contó con diferentes temas de discusión y perfiles de varios profesores. Su objetivo era promover la colaboración académica, pero el proyecto no tuvo continuidad.

Las investigaciones reseñadas, relacionadas con la integración de miembros de la comunidad de comunicadores en el país, pusieron de manifiesto la necesidad de encontrar espacios para compartir experiencias y cohesionar a los comunicadores, sin embargo ninguna de las investigaciones desarrolladas hasta ahora ha tenido una aplicación efectiva y duradera.

2. Internet como plataforma participativa e integradora

Internet es básicamente una red de computadoras conectadas entre sí, con capacidad para intercambiar data entre ellas. Sin embargo, su importancia radica en que “Internet es a la vez una oportunidad de difusión mundial, un mecanismo de propagación de la información y un medio de colaboración e interacción entre los individuos y sus ordenadores independientemente de su localización geográfica.” (Varios, s/f P.1)

2.1 Evolución técnica y funcionamiento



Elaboración propia. Fuentes: Cisco la hiperconectividad y la próxima era del zettabyte informe junio 2010. How Internet Works, Onlineschools.org. Breve historia de Internet, varios autores, 1997.

2.2 Evolución semántica

Uno de los proyectos más importantes en el desarrollo de Internet es la Web semántica. Su fin es lograr que las computadoras no sólo compartan datos, sino que sean capaces de buscar información realizando análisis y discriminaciones como un ser humano. En la Web semántica, “se añaden a los datos codificados y representados en las páginas Web 1.0 una serie de metadatos que habilitan a las propias máquinas para extraer información y ofrecerla al usuario en contexto” (Fumero y Roca, 2007 p.24) Aunque este proyecto aún no ha brindado los resultados esperados, los buscadores Web cada día son más específicos y logran tomar en cuenta múltiples especificaciones con el fin de guiar rápidamente al usuario hacia un contenido que responda a sus necesidades.

Después de este primer paso hacia un desarrollo semántico de la Web surge la Web 2.0, la cual ha permitido a millones de usuarios a nivel mundial hacer de la red un medio para comunicarse, compartir y contactarse. Xavier Ribes define la Web 2.0 como:

“Todas aquellas utilidades y servicios de Internet que se sustentan en una base de datos, la cual puede ser modificada por los usuarios del servicio, ya sea en su contenido (añadiendo, cambiando o borrando información o asociando metadatos a la información existente), bien en la forma de presentarlos o en contenido y forma simultáneamente.”(Web 2.0 el valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva. Revista Telos. Disponible en: [file:///localhost/F:/RedComun/REF II colaboracion/_ %20revista%20TELOS%200 %20Perspectivas%20 %20La%20Web%202.0. br El%20valor%20de%20los%20metadatos%20y%20de%20la%20inteligencia%20colectiva.mht](file:///localhost/F:/RedComun/REF%20II%20colaboracion/_%20revista%20TELOS%200%20Perspectivas%20%20La%20Web%202.0.%20br%20El%20valor%20de%20los%20metadatos%20y%20de%20la%20inteligencia%20colectiva.mht). Consultado el 6/6/2010).

Estas modificaciones realizadas por el usuario son posibles gracias a la evolución del lenguaje html, que abrió las puertas para que los “lectores” de Internet se transformaran en productores de contenidos. Con este cambio cada usuario tiene la oportunidad de comunicar sus ideas a otros millones de usuarios y así enriquecer de contenidos la Web.

La cantidad de aplicaciones de la Web 2.0 está definida por la imaginación de los usuarios y por los usos que puedan dar a las tecnologías que la sustentan. Blogs, wikis, mapas interactivos, redes sociales, ficheros, directorios, comentarios, valoraciones, rankings, transferencia de data sobre tecnología *peer to peer* o red de pares, entre muchos otros son solo los ejemplos más comunes de las aplicaciones actuales dadas a la Web 2.0. Estas aplicaciones son las más usadas a nivel mundial, por lo que Internet, en una década, se ha transformado de instrumento de consulta a multi-herramienta; características que continúan transformándose.

Las definiciones para este veloz fenómeno evolutivo son múltiples, sin embargo se coincide en que la Web está arribando a un nuevo modelo de interacción, que sería la Web 3.0. Las fronteras de esta Web no están definidas y dada la plasticidad de las tecnologías de la información no es posible determinar cuándo se arribará a un límite (si es que éste existe) en la creación de nuevas y versátiles aplicaciones. Para el desarrollo de la Web 3.0, uno de los principales retos que se afronta es el manejo de volúmenes muy elevados de información, -para 2014 se espera que el tráfico de información mensual sea mayor a 60 exabytes- lo que se traduce en la necesidad de construir macro sistemas de indexación que incluso sean más que nominales, multimedia. Arribar a la Web 3.0 se traduciría para la evolución semántica de Internet en una manera más eficiente de hallar y enlazar la información, pasos claves en la construcción de conocimiento.

3. Inteligencia colectiva

La participación de los usuarios ha profundizado el impacto de Internet en la sociedad y ha acelerado transformaciones en la manera como las personas interactúan con los medios. Ya no sólo es importante estar informado, sino que cada día aumenta la necesidad de informar, participar, compartir, promover y actuar para generar cambios en el mundo real. La Web 2.0 es “una forma innovadora para introducir la inteligencia necesaria en la Red (...) dando lugar a una Web semántica

de verdad, con minúsculas (*realworld semantics*), donde se puede articular ¿el conocimiento? en torno a la conexión de nodos humanos, personas.” (Fumero y Roca, 2007 p.24).

Esta interrogante planteada por Fumero y Roca es respondida por Pierre Levy, quien considera que Internet es el medio ideal para generar nuevos conocimientos. Este investigador define la participación coordinada de los usuarios como inteligencia colectiva o inteligencia de colaboración.

"Los nuevos sistemas de comunicación deberían ofrecer a los miembros de una comunidad los medios para coordinar sus interacciones en el mismo universo virtual de conocimientos. No se trataría pues solo de concebir el mundo físico ordinario, sino también de permitir a los miembros de colectivos delimitados de interactuar dentro de un paisaje móvil de significaciones. Acontecimientos, decisiones, acciones y personas estarían situados en los mapas dinámicos de un contexto compartido, y transformarían continuamente el universo virtual dentro del cual toman sentido. En esta perspectiva, el ciberespacio se convertiría en el espacio inestable de las interacciones entre conocimientos y conocimientos colectivos inteligentes desterritorializados." (Levy, 2004 p.21)

Actualmente, la evolución semántica y técnica de Internet deriva en un modo eficiente de agrupar, conectar y articular ideas con el objetivo de encontrar respuestas y soluciones, es decir, producir conocimiento.

Sobre la lógica de esta sociabilidad en Internet, Castells (1999) plantea que “en la medida en que se desarrollan en nuestras sociedades proyectos individuales (...) Internet permite esa conexión saltando por encima de los límites físicos de lo cotidiano (...) y genera por tanto redes de afinidades” (p.14). De esta manera, son las comunidades por afinidad, organizadas a través de herramientas Web 2.0, las que construyen la sociedad del conocimiento en la red virtual. Sin embargo, el conocimiento no se puede circunscribir exclusivamente al espacio virtual, éste migra a la realidad a través de las acciones de los usuarios quienes generan transformaciones en su entorno.

La inteligencia colectiva se corresponde entonces con el producto ordenado e hiperconectado del intercambio de ideas –intercambio que Internet ha acelerado vertiginosamente- entre personas con intereses comunes. Esta aceleración en el tráfico de ideas requiere de una organización efectiva de la información y de una interconexión múltiple pero coherente y efectiva de la data disponible. Este orden es creado por los mismos usuarios, protagonistas de la generación de conocimiento. Para Levy:

“la comunidad pensante que nomadiza en el Espacio del conocimiento no se deja fijar por ningún cielo, ni enmarcar por ningún sistema de categorías trascendentes (...) En el Espacio del conocimiento, conocer es, a la vez, redefinir su identidad, localizar y modificar configuraciones dinámicas, entregarse a una dialéctica de la evaluación, de la decisión y de la reevaluación permanente de los criterios de evaluación.” (Levy, 2004 p.116)

La evolución de estos criterios de evaluación que derivan en una organización efectiva ha sido natural, los foros Web y wikis (ambos tipos de herramientas caracterizadas por ser editadas por múltiples voluntarios a través del navegador Web) son un buen ejemplo de participación: todos los usuarios tienen la potestad de agregar nueva información y corregir la existente con el simple objetivo de colaborar con otros usuarios. Otros proyectos que no operan en tiempo real como TED- Technology, Entertainment, Design y el Portal Iniciativas de Unesco-IESALC, brindan la oportunidad a los usuarios de presentar sus proyectos para que los individuos o colectivos interesados enriquezcan sus ideas o las apliquen.

Pero el conocimiento no se refiere a la cantidad de información disponible, sino a la información organizada y a ideas enlazadas que se transformen en soluciones. Para ordenar la información de los usuarios hace falta ejercer un control y “es la propia inteligencia colectiva la que, además de producir contenidos y de compartir recursos, se convierte en entidad ubicua, reguladora de la producción, supliendo la existencia de una figura ubicada, jerárquicamente superior, que controle el trabajo del resto.” (Web 2.0 el valor de los metadatos y de la inteligencia

colectiva. Revista Telos. Disponible en:
[file:///localhost/F:/RedComun/REF II colaboracion/ %20revista%20TELOS%20 %20Perspectivas%20 %20La%20Web%202.0. br El%20valor%20de%20los%20meta datos%20y%20de%20la%20inteligencia%20colectiva.mht](file:///localhost/F:/RedComun/REF%20II%20colaboracion/%20revista%20TELOS%20%20Perspectivas%20%20La%20Web%202.0.br%20El%20valor%20de%20los%20meta%20datos%20y%20de%20la%20inteligencia%20colectiva.mht). Consultado el 6/6/2010)

Es así como la comunidad de usuarios es la responsable de aplicar el concepto de meritocracia al calificar, valorar, recomendar o primar ciertos contenidos y otros no.

Una de las propuestas más avanzadas para promover la colaboración en tiempo real son los Google docs, software desde el cual varios usuarios pueden editar un mismo contenido a la vez. Como ejemplo, la cátedra de Antropología Cultural de la Universidad Estatal de Kansas empleó esta herramienta para editar el guión del video “The Machine is Us” sobre el funcionamiento de la Web 2.0, que posteriormente fue publicado en la red social Youtube. El resultado fue más de 11 millones de vistas en los últimos tres años y la cifra continúa en aumento.

Hoy, la inteligencia colectiva y las redes sociales trabajan de la mano para hacer llegar nuevos conceptos a millones de personas de manera atractiva y prácticamente instantánea. Se vive una revolución de la producción del conocimiento que cada vez acelera más la evolución de los modos de producción y la manera como los individuos se relacionan con su entorno. Es este aspecto el de mayor importancia ya que los espacios virtuales de conocimiento son una herramienta más para comunicar efectivamente a la sociedad, un apoyo en la constante búsqueda de soluciones y bienestar.

4. Comunidad de comunicadores sociales en Venezuela

La comunidad de comunicadores sociales, entendida como una comunidad por afinidad, comprende a todas las personas interesadas en los temas relacionados con el estudio o ejercicio de la Comunicación Social y sus profesiones afines como

publicidad, mercadeo o periodismo. La propuesta de **RedComun Venezuela** circunscribe la comunidad de comunicadores a las personas relacionadas directamente con el desarrollo de la Comunicación Social en Venezuela, esta clasificación incluye a las instituciones universitarias que ofrecen la carrera de Comunicación Social, a los profesores de estas escuelas, investigadores sobre la materia o estudiantes de posgrado, estudiantes de pregrado y profesionales en ejercicio o no de la carrera. Aunque el portal está desarrollado con base en las necesidades de estos actores, la clasificación no es limitante para que cualquier persona interesada pueda ser usuaria de **RedComun Venezuela**.

3.1. Escuelas de Comunicación Social en Venezuela

A través de la data recolectada (Ver anexo 1) se evidenció que todas las Escuelas de Comunicación Social cuentan con espacios en los portales de la universidad a la que pertenecen, pero sólo la Escuela de la Universidad Central cuenta con su propio portal informativo que dista del desarrollo Web presentado por el resto de las escuelas. Mientras que los sitios Web de las escuelas investigadas son de carácter estático, es decir, los usuarios no pueden agregar contenidos sino sólo revisar los cargados por el administrador, el portal de la ECS UCV cuenta con un foro para comunicarse con la Dirección de la Escuela y anuncia la próxima puesta en marcha de un módulo de videoconferencias. La estaticidad de la mayoría de los portales existentes limita la retroalimentación que puedan recibir las instituciones de los estudiantes y otros usuarios del sitio Web.

Además, la Coordinación Académica de esta Escuela cuenta con un blog para publicar información administrativa de interés para la comunidad relacionada con este departamento.

Un proyecto similar se encuentra en la Universidad Bicentenario de Aragua, cuya Escuela de Comunicación Social no cuenta con su propia página Web y creó un

grupo en la red social Facebook, desde el cual informa a los estudiantes sobre actividades propias de la Escuela y notifica de los procesos administrativos que deben realizar los estudiantes. La información de este grupo es pública y los parámetros de seguridad permiten que los usuarios comenten o publiquen nuevas informaciones.

Destacamos que los portales de las escuelas no cuentan con ningún enlace a escuelas de otras universidades.

Por otro lado, en cuanto a la visión de cada Escuela sobre la profesión, el perfil del egresado, a pesar de variar de una escuela a otra tiene varios aspectos en común, sólo varía la visión de las escuelas: para unas el perfil es un resumen de las tareas o funciones que cumplirá el egresado, mientras que otras universidades destacan la responsabilidad social de los comunicadores, indistintamente del medio o área en la que se especialicen.

Tabla resumen de las características de las Escuelas de Comunicación Social en el país:

Instituciones universitarias que ofrecen la Carrera de Comunicación Social	15
Instituciones que otorgan el título de licenciatura en Comunicación Social	15
Instituciones que otorgan el título técnico superior universitario en producción de medios o producción de artes audiovisuales	2
Ciudades donde se oferta la carrera de Comunicación Social a nivel nacional	15
Escuelas con portales Web propios	1
Escuelas cuya información solamente se encuentra publicada en un portal de toda la universidad	14
Escuelas sin información disponible en la Web	Ninguna
Escuelas con aplicaciones Web 2.0 propias	1
Escuelas con medios digitales propios	1
Escuelas cuya administración usa redes sociales	2

3.2. Estudiantes de Comunicación Social

En Facebook, encontramos grupos de estudiantes de Comunicación Social en el país dedicados a publicar información sobre las actividades desarrolladas en las escuelas de comunicación, actividades de la universidad a las que pertenecen y publicaciones sobre cursos, eventos y talleres. Por otro lado, la mayoría de los grupos creados por estudiantes corresponden a graduandos o egresados que comparten experiencias y recuerdos sobre la carrera.

Entre los grupos con mayor número de miembros se encuentran el administrado por el centro de estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Santa María con 3.351 miembros y el de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB-Caracas con 2.145 miembros que es administrado por un estudiante de esta casa de estudios, ambos grupos cuentan con publicaciones nuevas con frecuencia casi diaria. Pero mientras la mayoría de las informaciones del grupo de la USM son publicadas por los administradores o son dudas de los estudiantes sobre los procesos administrativos, en el grupo de la UCAB se encontró un espacio de promoción para eventos relacionados con la carrera, publicados por cualquier miembro del grupo.

Un hallazgo importante es que si bien Facebook es una red social y prácticamente de entretenimiento, el número de personas miembros de grupos académicos duplica al número de personas miembros de grupos con fines exclusivamente sociales o de recreación. Esta plataforma se está usando como medio de difusión de contenidos de Comunicación Social y cuenta con un público que puede rondar las 10.000 personas (el cálculo no es preciso ya que una misma persona puede ser miembro de varios grupos). Es decir, los estudiantes (tanto de pregrado como de posgrado) necesitan un espacio para comunicarse y compartir información sobre la carrera de Comunicación Social y lo hacen a través de una plataforma Web 2.0 porque pueden tanto informarse como informar.

Facebook, también es un espacio de promoción para los medios Tierra de Nadie (UCV), No te echas el polo (LUZ) y Somos UBV (UBV), los cuales cuentan con páginas para sus fans.

Grupos de estudiantes de comunicación social de universidades venezolanas en Facebook:

Tipo de grupo	Cantidad	N° de miembros*
Grupos de informaciones académicas	93	24.614
Grupos sociales o de ocio	178	12.234
Total grupos encontrados	272	36.848

*Una persona puede ser miembro de uno o más grupos.

Grupos de estudiantes de comunicación social de universidades venezolanas en Facebook referentes a informaciones académicas:

Tipo de grupo	Cantidad	N° de miembros*
Administrado por un centro de estudiantes de una Escuela de Comunicación Social	7	8.373
Dedicado a una materia o sección	20	1.114
Dedicado a integrar personas para generar acciones o cambios en una Universidad	5	1113
Dedicado a informaciones sobre Servicio Comunitario	4	870
Dedicado a la promoción de un medio de comunicación de una Escuela de Comunicación Social	3	1.292
Creado por estudiantes y dedicado a la divulgación de informaciones varias sobre Comunicación Social.	54	11.852

*Una persona puede ser miembro de uno o más grupos.

Todos los grupos de estudiantes de Comunicación Social encontrados en Facebook, reflejan la intención de sus miembros, de compartir, integrarse y estar informados de actividades académicas, ofertas de empleo y novedades asociadas a la carrera.

Para profundizar el análisis de la relación de los estudiantes de Comunicación Social, con las plataformas web como medio de difusión y promoción de conocimientos e informaciones entorno a la Comunicación Social se realizó una entrevista grupal que evidenció que la universidad escogida para estudiar pregrado se escoge por razones más circunstanciales –señalaron aspectos como finanzas y disponibilidad de cupos- que por un análisis comparativo de las características de las casas de estudio, incluso una de las entrevistadas comenta que para los bachilleres recién graduados este aspecto no es fundamental en la escogencia de universidades, sino que hay temas como la ubicación y el costo de la universidad que tienen mayor importancia. Sólo una entrevistada revisó y comparó el pensum de las universidades a las que deseaba optar.

Esta entrevista también arrojó, en cuanto al manejo y acceso a la información, que la mayoría de los contactos que fue necesario ubicar para realizar trabajos académicos fueron conseguidos por referencias personales o ayuda de un profesor; ya que no existe un servicio o una base de datos proporcionada por las Escuelas de Comunicación Social para facilitar la búsqueda de fuentes vivas. En todas las escuelas, la información sobre pasantías, ofertas de empleo y eventos se encuentra publicada en carteleras. Dos de las entrevistadas dijeron que además de este sistema sus universidades –UCAB, UMA- envían periódicamente esta información vía correo electrónico, pero el único lugar centralizado para ubicarla son las carteleras. Particularmente, la UMA cuenta con un servicio de búsqueda de pasantías para los estudiantes, quienes constantemente están informados.

Al indagar a los entrevistados sobre el contacto que se tuvo con otras universidades durante la carrera, para todas las entrevistadas fue muy poco lo que conocieron de otras universidades, aún en caso de enterarse de un evento en otra universidad a través de un conocido, la cartelera de la escuela u otra vía no llegaron a asistir.

Actualmente, todas las entrevistadas dijeron usar Internet como medio para informarse sobre eventos relacionados con la Comunicación Social y conocer –sólo una participa- los espacios Web 2.0 usados por organizaciones relacionadas con la comunicación social.

La relación entre Escuelas de Comunicación Social experimentada por las entrevistadas es prácticamente nula, cada una de ellas conoce los servicios de su propia universidad, pero desconocen la dinámica en otra casa de estudios; sólo tienen referencias de boca de amigos que se encuentren en otras universidades. Por esto, en cuanto a investigaciones y proyectos sólo conocen los que se llevaron a cabo en su propia Escuela, salvo la vez que fue necesario buscar referencias en otras casas de estudio para elaborar la tesis de grado.

De este contacto con la comunidad de estudiantes y egresados, se obtuvo que gran parte de la información manejada por la misma es transferida interpersonalmente. Esto último resulta curioso dado a que siendo la Comunicación Social una carrera especializada en la comunicación de masas, al momento de gestar información sobre temas propios prácticamente se recurre a una tradición oral y tribal donde cada escuela gesta su cuota de información, eventos, actividades y conocimientos. Ante esta realidad se encontró una excelente oportunidad de transferir esta información a una plataforma Web de libre acceso donde cada miembro de la comunidad de comunicadores pueda tanto publicar información como informarse de actividades y eventos a nivel nacional relacionados con la Comunicación Social.

3.3 Profesores e investigadores de comunicación social

En Facebook encontramos tres grupos de profesores, de los cuales, dos fueron creados para promover la integración entre académicos de una misma escuela, mientras que uno de los grupos (621 miembros) fue creado por un profesor

con el objetivo de enviar periódicamente información a sus alumnos y ex alumnos, quienes además pueden dejar comentarios o incluir nuevas publicaciones.

Otra iniciativa para potenciar el uso de la Web como herramienta de divulgación de información es la página de Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Venezuela, en esta página los estudiantes pueden descargar los formatos necesarios, así como consultar proyectos y noticias relacionadas con el cumplimiento de este requisito de grado.

Además, las Escuelas de Comunicación Social de varias universidades cuentan con plataformas internas de correo electrónico entre ellas la escuela de la Universidad de Los Andes, Universidad Católica Andrés Bello y Universidad Monteávila.

3.4 Profesionales de la comunicación

Existen varios grupos de periodistas en Facebook impulsados desde el país y entre los más grandes se encuentran: Periodistas de Venezuela (3.863 miembros) y Colegio Nacional de Periodistas (2.052 miembros). En estos grupos hay información sobre eventos académicos, comentarios sobre noticias de actualidad e informaciones varias relacionadas con el ejercicio del periodismo.

Las publicaciones provienen de diferentes miembros de los grupos, lo que refleja la necesidad de compartir información para promover acciones y eventos formativos relacionados con la Comunicación Social.

Además, hay grupos representativos o relacionados con el Colegio Nacional de Periodistas y sus sedes regionales, en los que hay información sobre diferentes eventos publicada por los miembros del grupo y por los administradores, así como anuncios de actividades propias de esta organización.

Grupos de periodistas venezolanos creados en Facebook:

Tipo de grupo	Cantidad	N° de miembros*
Dedicado a promover información sobre el ejercicio del periodismo	14	6.853
Relacionado con el CNP	6	4.996
Dedicado a integrar periodistas para generar acciones o cambios sociales	4	795
Total grupos encontrados	24	12.644

*Una persona puede ser miembro de uno o más grupos.

A las iniciativas de integración vistas en Facebook, se suman los esfuerzos por promocionar el trabajo individual ejecutados por distintos miembros de la comunidad de comunicadores a través de blogs, páginas Web personales o columnas en medios digitales.

La observación del uso dado por los estudiantes, profesores y profesionales a los grupos de Facebook, reveló que la comunidad de comunicadores necesita espacios para promocionar información sobre eventos, conocer procesos administrativos de las casas de estudio y compartir opiniones sobre temas afines como cambios políticos y económicos que afecten al gremio, entre otras informaciones.

La evolución técnica de Internet ha permitido que distintas comunidades por afinidad, como ha hecho la comunidad de comunicadores, se integren gracias a las facilidades de contacto que ofrece esta herramienta. La integración y carga de contenidos deriva en un fluir constante de ideas que se van estructurando dando origen a dos fenómenos importantes: primero, la construcción del conocimiento

colectivo y luego, la utilización de la tecnología en pro de organizar grupos sociales. Uno de los aspectos importantes en la evolución técnica de la Web es lo “amigable” que se ha transformado su navegación debido al desarrollo de interfaces gráficas de usuario fáciles de comprender y manejar. Es por esto, que el diseño Web forma también parte fundamental del proceso de innovación de Internet, y es un concepto cuyo manejo es indispensable para el desarrollo de cualquier proyecto Web.

5. Diseño Web

El diseño forma parte de nuestras vidas, es difícil alejar el sentido de realizar una composición agradable ante los ojos. "Hoy en día no sólo vivimos en un ambiente de cuño técnico funcional, sino, a su vez, en un universo de formas técnicas conscientemente diseñadas como tales. El diseño se ha vuelto en un lenguaje cotidiano" (G. Selle, 1975, P. 13). En este sentido, el diseño se refiere al "acabado estético que nos hemos acostumbrado a ver en los objetos" (P.13).

El diseño, entendido como la forma en que se ordenan y concatenan elementos para que se vean armoniosos y estéticos ante el ojo humano, ha evolucionado con los años. Dentro de este mejoramiento, se ha posicionado en medios en los cuales no tenía presencia. De esta manera, se ha apoderado del Internet y le ha dado un vuelco a cómo se distribuye la información en la pantalla.

Si buscamos en Internet, uno de los conceptos que aparecerá de diseño Web es una actividad que consiste en “la planificación, diseño e implementación de sitios Web y páginas (...) que requiere tener en cuenta cuestiones tales como navegabilidad, interactividad, usabilidad, arquitectura de la información, y la interacción de medios como audio, texto, imagen y video”. (Diseño Web (s.f.) Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_Web, consultado 30/05/2010).

En este sentido, y debido al carácter inmediato que ha adoptado este medio virtual, el diseño Web ha tenido que adoptar una serie de parámetros que responden a un sentido funcional y práctico.

5.1 Elementos del diseño Web:

5.1.1 Composición

“Gran parte de lo que se publica en papel o en pantalla muestra una tendencia a ser visualmente discordante o caótico, en parte debido a la velocidad a la que en la actualidad puede elaborarse y entregarse. En este mundo regido por la información -y por el mensaje-, resulta cada vez más importante que el diseñador gráfico se esfuerce en ser meticuloso y claro. Es vital para el proceso de resolución de problemas comprender cómo reacciona el público ante el material visual, su nivel de concentración y de comprensión y cómo pueden influirle determinadas tendencias culturales o de moda. Resulta igualmente importante comprender cómo funcionan juntos el ojo y la mente a la hora de registrar y procesar palabras, imágenes y aspectos mucho más sutiles como la forma, el color y la composición”. (Gordon, B. y Gordon M., 2009, P. 1)

Es por ello que si bien existen modelos de composición para páginas Web, “el éxito de una buena composición de página consiste en una organización balanceada, clara y concisa de la información usando las herramientas básicas del diseño” (Principios básicos del diseño para Web (2005) Disponible en: <http://www.un.org/spanish/Depts/dpi/seminario/pdf/principiosfireworks.pdf>, consultado 30/05/2010).

La composición de los sitios Web, en los últimos años, están muy supeditadas a la usabilidad de las mismas, así como la forma en que el usuario la utilice. Así, estos aspectos se encuentran vinculados a cómo el diseñador gráfico distribuye y proyecta la información.

Más allá de una buena composición del diseño, se ha comenzado a darle más peso a elementos como la arquitectura de la información y la usabilidad Web. Estas

últimas son, al final del día, los aspectos que hacen que el usuario vuelva a la página y la utilice como referencia para buscar información.

5.1.2 Color

Una de las características más importantes del diseño es el color. La implementación del mismo puede ocasionar que el despliegue de la información en la página se vea de su mejor manera o vaya directo al fracaso. Según Harald Küppers (1993), “el color sólo parece ser una cualidad del material. Pero de hecho sólo existe como impresión sensorial del contemplador” (P. 10). Este autor aclara que los materiales no muestran un color fijo, sino que todo dependerá de la luz que incida sobre ellos.

Ahora bien, el color de los objetos, el color reflejado en los monitores y el que observamos en medios impresos es diferente ya que el uso del color se ha estandarizado en diversos formatos. En el caso de los elementos que se visualizan en el monitor se usa el RVA (Rojo, Verde, Azul) o RGB (Red, Green, Blue). Este formato está ideado para que sea utilizado en monitores, de esta manera no hay que preocuparse por los distintos ordenadores de los usuarios; esta paleta de color trabaja directamente con la luz roja, verde y azul que tienen las pantallas.

En el mundo cibernético, “los colores que elijamos deberían definir el aspecto general y la personalidad de nuestro sitio Web” (Williams y Tollet, 2006, P. 181). De esta manera y para ayudar a la identidad del proyecto que se esté elaborando el color será utilizado para destacar partes esenciales, transmitir un mensaje determinado de la sección en que el usuario se encuentre y evocar una sensación específica; alejándolo del uso indiscriminado o decorativo.

5.1.3 Tipografía

Antes de adentrarnos en la tipografía hay que dejar algo muy en claro cuando se está pensando en diseñar una página Web: "la Web está pensada para leer información, de forma que nuestro objetivo es hacer la lectura lo más fácil posible para el visitante y para nosotros mismos cuando naveguemos en nuestros ordenadores" (Williams y Tollet, 2006, P. 257).

Estos autores, afirman que una de las cosas más importante en las páginas Web es la legibilidad y descifrabilidad que éstas tengan; entendiendo legibilidad como "la facilidad para leer gran cantidad de texto" (P. 257). y descifrabilidad como "la facilidad de reconocer pequeños fragmentos de texto" (P. 257).

Debido a la relevancia de este aspecto, existen diversas recomendaciones para que la legibilidad y descifrabilidad de los textos prevalezca. Por ello recomiendan que se use una tipografía sin serifa que no exceda 14-18 puntos y no sea inferior a 8-10 puntos.

Si bien existen libertades para los creadores al momento de escoger la tipografía de la página, siempre tendrán que tener en cuenta la importancia de una lectura cómoda para el usuario.

5.1.4 Usabilidad Web

Hacer una página Web no sólo tiene que ver con la distribución de los elementos, la correcta elección del color, una acertada selección de tipografía, entre otros. Al crear un portal se tiene que pensar en función al medio que se encuentra. Por ser un medio de rápido uso, Internet necesita tener sitios en los que el usuario se sientan cómodos al navegar en ellos.

"La usabilidad sólo significa asegurarse que algo funcione bien: que una persona con capacidad y experiencia media (o incluso por debajo de la media) pueda ser capaz de usar algo (ya sea un sitio Web, un avión de combate o una puerta giratoria) con el objetivo deseado sin sentirse completamente frustrado" (Krug, S. 2005, P. 5).

Los sitios Web deben procurar desplegar la información de la manera más sencilla posible. Los usuarios, según indica Jakob Nielsen (2001), se dirigen a los objetivos "Tienen que hacer algo específico y no toleran que haya nada entre ellos y sus objetivos. Así, el principio rector del diseño Web debe apartarse del camino y hacer que los usuarios consigan sus objetivos los más rápidamente posible".

Las páginas Web tienen que ser evidentes, sencillas, claras, fáciles de comprender y manejar al igual que deben estar elaboradas tomando en cuenta, en todo momento, cómo se moverá y cómo la utilizará el usuario.

5.1.5 Arquitectura de la información

En una página Web los textos e informaciones que forman parte de ella tienen un carácter de suma importancia. Es por ello que dentro de cada sitio Web existe una manera específica de ordenar los datos para que el usuario pueda desplazarse en ella con facilidad. De este aspecto, se encarga la Arquitectura de la Información que es "el arte y la ciencia de estructurar, organizar y etiquetar la información para ayudar a la gente a encontrar y gestionar la información" (Rosenfeld, citado por Tramullas, 2002, P. 3).

La arquitectura de la información se entiende como la forma de diseñar, crear y organizar los contenidos a lo largo de la página. El arquitecto de la información (entendido como el responsable de la arquitectura de la información) es el encargado de "diseñar y crear el edificio, sus componentes y pasillos (...) Sólo que ahora el edificio es digital, sus componentes son los contenidos informativos, y el espacio son los sistemas de navegación, acceso y etiquetado de la información" (Tramullas, 2002, P. 1).

De acuerdo con el libro *Information Architecture for the World Wide Web* de Louis Rosenfeld y Peter Morville, el arquitecto de la información está encargado de:

“ 1) Establecer y clarificar la misión y la visión del sitio Web que se trate...

2) Determinar el contenido informativo y las funcionalidades técnicas que debe contener y ofrecer el sitio Web que se trate. Procurar que la política informativa no choque con la política general de la empresa.

3) Definir y determinar la forma y los medios mediante los cuales los usuarios encontrarán y accederán a la información contenida en la Web.

4) Establecer los medios y vías para permitir el crecimiento y desarrollo futuro del Web que se trate.” (Rosenfeld y Morville, citado por Tramullas, 2002, P. 3).

De acuerdo con Rosenfeld y Morville los usuarios buscan que al ingresar a una página la información sea encontrada fácil y rápidamente. Debido a esta necesidad en el sitio Web es de suma importancia que el arquitecto de la información siempre tenga presente cómo desplegar el contenido en función de lo que necesite los consumidores.

Para lograr esto, además de considerar al usuario al momento de diseñar el contenido, se deben tener ciertos esquemas organizacionales. Estos últimos cumplen la función de organizar la información dentro de secciones bien definidas que ubican al usuario a través de la página. Entre los esquemas de organización que se utilizan frecuentemente se encuentran: alfabético, cronológico, geográfico, por temas, por audiencias, entre otros. Según Rosenfeld y Morville, el esquema de organización ambiguo, a pesar de ser el más complicado, por no dividir la información en categoría definidas, es el que más resulta debido a que usualmente quiénes ingresan a una página Web no saben con precisión lo que están buscando.

En los sitios Web también se debe tener en cuenta el uso de hipertextos,

bases de datos, sistemas de navegación, entre otras herramientas y cada una de ellas debe entrar en el sistema de organización que se vaya a utilizar para la página que se esté creando. De esto último dependerá la facilidad con que el usuario encuentre la información que es el punto fundamental de la Arquitectura de la Información.

5.2 Herramientas para elaborar sitios Web

En los últimos años se han desarrollado diversos programas que han mejorado la elaboración de las páginas Web. Los programas de las compañías Adobe y Macromedia son los más conocidos, siendo Dreamweaver uno de los editores de html más usado. Dentro de las herramientas para editar páginas Web se incluyen los programas que existen para la manipulación de imágenes, contenido y animación como lo son: Photoshop, Illustrator, Flash, Free Hand entre otros.

A través de los años Internet ha evolucionado, se ha vuelto parte de nuestras vidas y ya es casi imposible pensar en trabajar sin una computadora que tenga acceso a esta red. Hemos adoptado este medio a tal grado que participamos constantemente en chats, redes sociales, foros en vivo, entre otros; incluyéndolo cada día más a nuestra rutina. Su condición gratuita y su alcance lo han convertido en el lazo entre todas las comunidades. La forma en que se ven las pantallas han dejado de un lado sus layouts sencillos y ahora tienen animaciones y sistemas que ayudan al usuario a que la navegación en las mismas sea rápida y clara.

Internet ya no forma parte del mañana, es el presente y continuará siéndolo en el futuro. Es un medio que va evolucionando a pasos de gigantes, que mejorará con el tiempo conforme el usuario manifieste sus necesidades y encuentre formas más fáciles y rápidas de buscar, publicar, promocionar y concatenar información.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se explican las actividades realizadas para estructurar el presente proyecto y los procesos completados para diagnosticar las necesidades de la comunidad a estudiar, buscar las soluciones adecuadas y presentar una propuesta de aplicación viable.

Según el Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales un proyecto factible 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” (Digitalización del Manual de la UPEL (2006) Información disponible en: <http://proyecto-internet.com/upel/cap2-proyectos-factibles.htm>, consultado el 20/05/2010).

De esta manera, **RedComun Venezuela** es una propuesta elaborada bajo la metodología de proyecto factible con el objetivo de satisfacer las necesidades de comunicación e integración de la comunidad de comunicadores sociales en Venezuela. Al ser esta investigación un proyecto factible "no constituye un tipo o diseño de investigación" (Arias, 1999 pag. 22) es decir, no se limita a un solo tipo de investigación, sino que cumple con diferentes procesos para concluir en la elaboración de una propuesta, en este caso de un nuevo medio de comunicación.

Un proyecto factible comprende las etapas de: “diagnóstico, planteamiento y fundamentación teórica de la propuesta; procedimiento metodológico, actividades y recursos necesarios para su ejecución; análisis y conclusiones sobre la viabilidad y realización del Proyecto; y en caso de su desarrollo, la ejecución de la propuesta y la evaluación tanto del proceso como de sus resultados”. (Digitalización del Manual de la UPEL (2006) Información disponible en: <http://proyecto-internet.com/upel/cap2-proyectos-factibles.htm>, consultado el 20/05/2010)

El diagnóstico de las necesidades de la comunidad de comunicadores en Venezuela corresponde al análisis de los datos recogidos a través de: investigación de tipo documental, observación directa del uso dado por los miembros de la comunidad en estudio a las plataformas Web y entrevistas grupales a egresados, y estudiantes. A través de estas herramientas se describe a la comunidad de comunicadores sociales en Venezuela, con el objetivo de determinar sus necesidades y afinidades en cuanto a los temas de integración y colaboración académica.

1. Técnicas de recolección

La investigación documental se apoya “en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos” (Digitalización del Manual de la UPEL (2006) Información disponible en: <http://proyecto-internet.com/upel/cap2-investigacion-documental.htm>, consultado el 20/05/2010), con este método se recolectaron los datos sobre las Escuelas de Comunicación Social en el país, considerándose como fuente primaria la información disponible en los sitios Web institucionales de cada escuela o universidad.

De las 15 Escuelas de Comunicación Social existentes en el país se recolectaron los siguientes datos (Ver anexo 1):

- Universidad a la que la Escuela pertenece
- Ubicación.
- Año de fundación de la Escuela.
- Menciones que oferta.
- Duración de la carrera.
- Perfil del egresado.

- Desarrollo Web.

Esta información, analizada en el capítulo anterior, permite conocer parte de la relación de las casas de estudio que ofertan la carrera de comunicación social con la Web y el uso que éstas dan a Internet como plataforma comunicativa.

Para conocer el uso dado, por los otros actores de la comunidad de comunicadores, a los espacios Web participativos, se aplicó la técnica de la observación en su modalidad no participante y no estructurada. La observación “hace referencia a la acción de advertir, examinar o reparar la existencia de cosas, hechos o acontecimientos mediante el empleo de los sentidos, tal como se dan en un momento determinado” (Ander-Egg, 2003 p.29). Esta técnica se aplicó a los grupos venezolanos en la red social Facebook referentes a la Comunicación Social, creados por profesores, estudiantes y profesionales de la comunicación. La modalidad aplicada fue no participante dado que el objetivo de este análisis es fundamentalmente conocer cuál es el uso dado por los miembros de la comunidad de los comunicadores sin alterar las condiciones en que espontáneamente ocurre. Se aplica una observación no estructurada dado que no existen estudios previos sobre los grupos creados por comunicadores en Facebook y se debió aproximarse primero a esta realidad antes de definir los parámetros para analizarla.

Los grupos de esta red social fueron escogidos porque son espacios en los que los usuarios pueden cargar libremente información y recursos multimedia, así como crear eventos, enviar mensajes y dejar comentarios que pueden ser visibles para todos los miembros del grupo. Además, Facebook tiene un gran impacto en el país, Venezuela se encuentra entre los 20 primeros países con mayor número de usuarios de Facebook, ocupando el puesto número 19 del ranking con 6,686,300 usuarios creados, cifra que incrementó entre julio 2009 y julio 2010 en 86.8% (Facebook usage statistics by country - July 2010 compared to July 2009 and July 2008 (2010) Información disponible en:

<http://www.nickburcher.com/2010/07/facebook-usage-statistics-by-country.html>.

Consultado 10-09-10). (Ver anexo 2)

La observación fue realizada desde el 4 hasta el 8 de agosto de 2010, sólo se tomaron en cuenta los grupos con más de 10 miembros y los resultados están clasificados por tipos de miembros de la comunidad de comunicadores (Ver anexo 3).

Para profundizar el análisis de las necesidades de la comunidad de comunicadores fue necesario aplicar una entrevista grupal a estudiantes y egresados. En el sentido más amplio una entrevista es “un proceso interpersonal en el cual dos o más personas conversan para tratar un asunto” (Ander-Egg, 2003 p.87). Para esta investigación se realizaron dos entrevistas colectivas porque de acuerdo con Ander-Egg (2003) esta técnica permite contrastar y matizar la información recogida, de esta manera al participar varios entrevistados con experiencias diferentes, se recogen opiniones enfrentadas o complementarias de un tema tratado bajo un enfoque común. Se escogió aplicar entrevistas semiestructuradas para otorgar un amplio margen de flexibilidad y libertad a los entrevistados al momento de responder. Esta entrevista fue realizada el 3 de agosto de 2010 (Ver anexo 4)

Perfil de los entrevistados:

Nombre	Grado	Edad	Universidad
Verónica Pedraza	10mo semestre de licenciatura en Comunicación Social	22	Universidad Central de Venezuela
Alejandra Avilés	10mo semestre de licenciatura en Comunicación Social	21	Universidad Católica Santa Rosa
Giovanna Brunetta	Licenciada en Comunicación Social, estudiante de especialización en Comunicaciones Corporativas.	24	Universidad Monteávila
María Alejandra Gherzi	Licenciada en Comunicación Social, con especialización en Comunicaciones Integradas	29	Universidad Católica Andrés Bello

Los perfiles seleccionados permiten aprovechar la experiencia acumulada de quienes ya han recorrido totalmente o casi totalmente la carrera de Comunicación Social, de esta manera, con base en su experiencia pueden evaluar los niveles de integración y de disponibilidad de información referente a Comunicación Social en diferentes etapas de la carrera. Una de las limitaciones al ejecutar esta entrevista es que no se pudo contar con estudiantes del interior del país y aunque los sujetos entrevistados corresponden a universidades distintas, el estudio se vería enriquecido de contar con la opinión de estudiantes de universidades fuera del Distrito Metropolitano.

Temas abordados:

1. Fuentes y cantidad de información disponible al escoger la universidad en la que se cursó la carrera de Comunicación Social.
2. Conformidad con la casa de estudios seleccionada.

3. Disponibilidad de información para la realización de trabajos académicos en el transcurso de la carrera.

4. Fuentes y disponibilidad de información sobre pasantías y primeros trabajos

Estos cuatro primeros aspectos brindan un panorama general de cuáles son las principales fuentes de informaciones relacionadas con la carrera para un estudiante de Comunicación Social.

5. Integración con otras universidades y participación en eventos realizados por otras Escuelas de Comunicación Social.

Este tema permite conocer cual es el nivel de conocimiento que tienen los sujetos entrevistados sobre el funcionamiento de Escuelas de Comunicación Social distintas a aquélla en la que cursaron su carrera.

6. Fuentes que actualmente consulten para enterarse de temas relacionados con la Comunicación Social.

Este aspecto complementa la información sobre fuentes relacionadas con la Comunicación Social indagadas con anterioridad y permite conocer si los sujetos se usan más herramientas para informarse actualmente que al inicio de la carrera.

7. Colaboración en el desarrollo de proyectos e investigaciones.

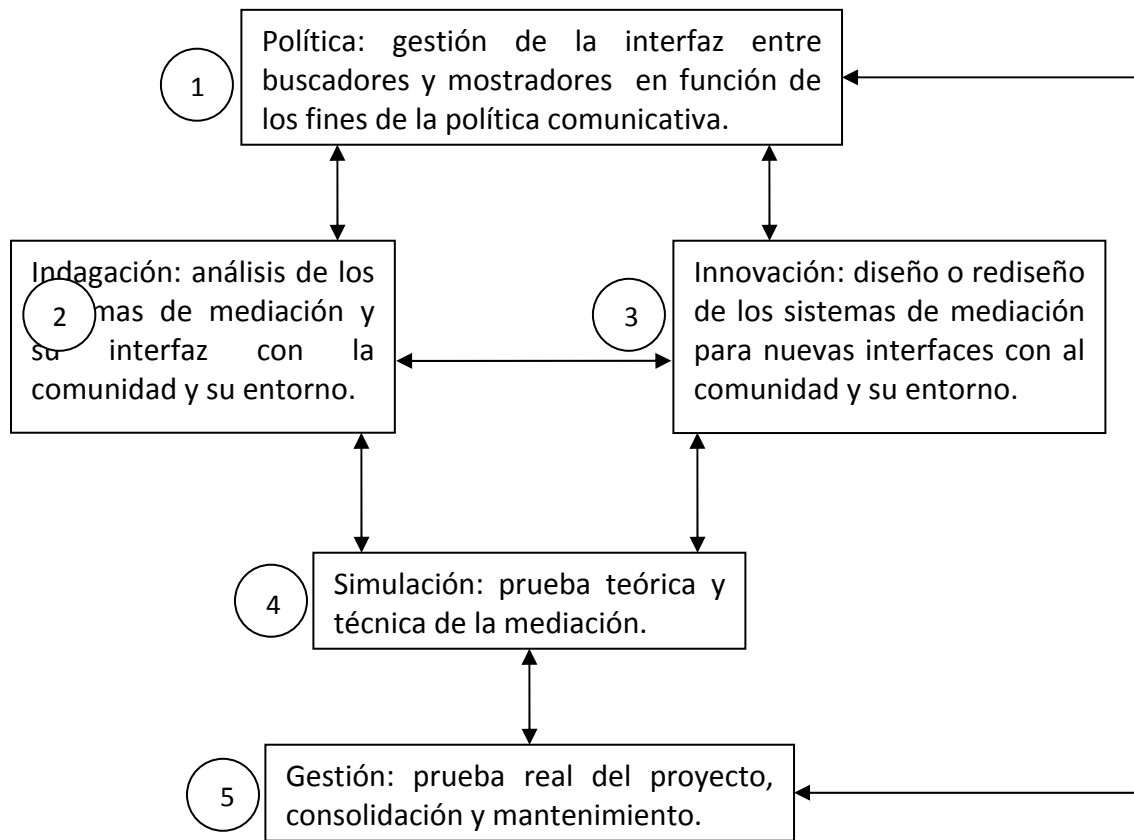
Este último aspecto es de vital importancia para el desarrollo del presente proyecto, puesto que a permite conocer el interés de los entrevistados por participar en la generación de nuevos conocimientos de Comunicación Social, bien sea investigando el trabajo de otros o haciendo públicos los trabajos propios.

2. Metódica

Con base en el análisis de los datos recolectados en la investigación realizada a la comunidad de comunicadores, se elaboró una propuesta de medio digital que le

permita a los miembros de esta comunidad integrarse y que a la vez es un espacio diseñado como una continuación del uso que ya se le está dando a las redes sociales como medios de promoción y difusión de informaciones referentes a la Comunicación Social. Esta propuesta está estructurada bajo la metódica **HazMedia**, en su tercera versión (año 2009), metodología en fase de desarrollo y prueba elaborada por el profesor Atilio Romero, y que se dicta en el seminario: Proyectar Medios de Comunicación. Asignatura perteneciente al Departamento de Comunicación Visual, de la Escuela de Comunicación Social, de la Universidad de Venezuela. Metódica que exponemos a continuación:

HazMedia comprende cinco componentes que son: político, indagación, innovación, simulación y gestión, cada uno representa una fase diferente en el proceso de creación de un nuevo medio y se relacionan de la manera ejemplificada en el siguiente esquema:



Tomado de Metodica Hazmedia (2009)

Cada uno de estos componentes fue desarrollado para finalmente obtener una propuesta de medio adaptada a los objetivos planteados en el presente proyecto.

CAPITULO IV

RedComun Venezuela: la ciudad de la comunicación

Para satisfacer la necesidad de disponer de información sobre la comunidad de comunicadores en Venezuela y de un espacio de promoción de las actividades desarrolladas en el área de Comunicación Social, así como de los proyectos emprendidos en sus diversas ramas, diseñamos el sitio Web Red de Comunicadores Venezuela- **RedComun**; en el presente capítulo, se describe la propuesta de este medio desde el punto de vista semántico y funcional.

1. Proyección del medio

1.1 Componente político

En esta etapa se definen y los propósitos y la relación comunicativa que desea construir con el objetivo de alcanzar la mayor audiencia posible

1.1.1 ¿Qué es RedComun Venezuela?

Es un sitio Web dedicado a la promoción de información sobre Comunicación Social y el fomento de la producción de conocimiento entorno a esta materia. El público objetivo de este medio es la comunidad de comunicadores sociales en Venezuela, integrada por los estudiantes, profesores, investigadores, administradores de escuelas de Comunicación Social y profesionales en ejercicio o no. Sin embargo, cualquier persona interesada en la materia puede encontrar en la página una herramienta útil para la investigación o participación.

1.1.2 Proyectar un medio para una comunidad específica

La comunidad de comunicadores sociales, tiene necesidades informativas muy diversas, por ello al crear un nuevo sitio Web no se pretende satisfacer todos los requerimientos de información que posean los comunicadores en Venezuela. Se

busca ofrecer un espacio de encuentro para la producción de conocimiento y herramientas como directorios y enlaces que les permitan profundizar en aquellos temas que deseen, según su criterio, usando otros recursos disponibles distintos al portal **RedComun Venezuela**.

De esta manera, **RedComun Venezuela** se especializa en la producción y actualización constante de información sobre temas académicos o laborales de interés para el gremio de la comunicación, ofreciendo la oportunidad de que los usuarios también sean productores de conocimiento. Esta característica distingue al portal de las otras ofertas de sitios Web dirigidos a comunicadores, resaltando además que hasta ahora no existe un portal venezolano dedicado a este tema. Esto último, garantiza la existencia de un público desatendido que al necesitar información sobre Comunicación Social en el país debe invertir tiempo en la consulta de diferentes sitios Web o incluso en el traslado físico hasta las instituciones o fuentes de información.

1.1.3 Miembros de la Comunidad y sus roles

- **Buscadores**

Los buscadores son aquellas personas interesadas en la Comunicación Social que necesiten conocer datos puntuales sobre mercado laboral, oferta académica o eventos por realizar, pero que no producen información sobre el tema.

- **Mostradores**

Son aquellas personas que investigan sobre la comunicación produciendo material sobre el tema o que son actores de la Comunicación Social y desean producir conocimiento entorno a este tema.

- Anunciantes

Este proyecto no cuenta con anunciantes o agentes de publicidad como tales. **RedComun Venezuela** es una organización sin fines de lucro que requiere de un sponsor y financiamiento comunitario, el cual debe provenir de los miembros de la comunidad de comunicadores, especialmente de las casas de estudio que ofertan la carrera de Comunicación Social, puesto que son el actor que debe promover la gesta de conocimientos sobre esta materia.

- Promotores

Los promotores serían las casas de estudio de Comunicación Social, ya que están retratadas en **RedComun Venezuela** y su colaboración es fundamental para que el sitio pueda mantenerse en el tiempo.

- Mediadores- Contramediadores

Los mediadores son las autoras de este proyecto y una vez implementado el sitio Web, esta responsabilidad se delegará en la casa o casas de estudio que deseen continuarlo. Más que competidores, los demás sitios Web a nivel mundial dedicados a la comunicación, así como los sitios de cada universidad o investigador son enlaces que complementan la información que alojará **RedComun Venezuela** y son aliados en los esfuerzos por crear espacios especiales para el gremio.

1.2. Componente indagación:

En esta fase se analiza el entorno, estudiando las relaciones de interfaz y medios preexistentes, detectándose las oportunidades y riesgos para el éxito de la propuesta.

1.2.1 Medio

El medio seleccionado para alojar **RedComun Venezuela** es la World Wide Web, que es el acceso a Internet más utilizado a nivel mundial y su vertiginosa evolución ha derivado en la disponibilidad de herramientas y canales de participación directa que hacen de este medio el canal ideal para promover la inteligencia colaborativa y la creación de conocimiento sobre cualquier tema, en este caso la Comunicación Social.

- Entorno mediático

En la Web, encontramos propuestas de interés para los comunicadores prácticamente infinitas ya que cada profesional puede especializarse en el tema que desee sin limitaciones. Por ende toda la información que está en la Web de una manera u otra puede ser de interés para un comunicador o un grupo de comunicadores. Sin embargo, el gran vacío es en cuanto a información y herramientas sobre Comunicación Social como tal, si bien a grandes rasgos la oferta puede parecer amplia, en realidad son pocos los portales dedicados a la Comunicación Social en su sentido más amplio, como carrera, como tema de investigación y como mercado laboral. En este ambiente se desenvolverá **RedComun Venezuela**, un sitio que involucra los tres aspectos mencionados y que ante un mundo globalizado ofrece una oferta regional distintiva dedicándose a la Comunicación Social en Venezuela.

- Población Cubierta

La población para cual está creado **RedComun Venezuela** es la comunidad de comunicadores sociales en Venezuela, pero ya que el medio estará en Internet cualquier persona interesada en el tema tendrá acceso a la información.

- Mapa de cobertura

RedComun Venezuela está enfocado en ser una herramienta para las personas que deseen estudiar Comunicación Social, estudiantes de la carrera y carreras afines, profesores, investigadores, administradores de escuelas de comunicación y profesionales en ejercicio o no de la Comunicación Social.

1.2.2 Construcción de la relación de promociones por el mediador

La mayor ventaja de **RedComun Venezuela** es la diversidad de la información relacionada con Comunicación Social que contiene, porque este espacio busca satisfacer diferentes necesidades de la comunidad de comunicadores abarcando aspectos, laborales, de ocio y académicos lo que deriva en un amplio público objetivo. Además, la participación es un elemento fundamental en este proyecto, característica que lo hace atractivo y más que novedoso, familiar para un público que ya participa en redes sociales, foros o blogs, entre otras herramientas de la Web 2.0. El interés de los usuarios irá en aumento siguiendo los procesos de comunicación viral, ya que si el sitio Web efectivamente les es útil se irá convirtiendo en una herramienta de consulta y apoyo para cada miembro de la comunidad de comunicadores.

- Principales problemas establecidos que bloquean la mediación

Para que el portal tenga éxito debe contar con el apoyo de los actores de la Comunicación Social en el país, ya que sin la colaboración de las instituciones académicas, profesionales, investigadores y estudiantes no sería posible mantener la información actualizada. Sin embargo, dado que no existe otro portal especializado en la Comunicación Social para Venezuela, estos actores encontrarán en **RedComun Venezuela** el espacio ideal para informarse, compartir información y producir conocimiento entorno a la Comunicación Social.

- Principales oportunidades detectadas para implantar nuevas posibilidades de mediación

La principal oportunidad es el hecho de que el público objetivo no cuenta con un medio que satisfaga las necesidades que cubrirá **RedComun Venezuela** y además, se aprovecha la plataforma Web para fomentar la partición y la inteligencia colectiva.

1.3 Componente innovación

Este componente define las características del medio a crear o renovar en el entorno estudiado.

1.3.1 Tecnología de RedComun Venezuela

La red de transmisión de **RedComun Venezuela** es Internet, específicamente alojamiento en World Wide Web, bajo protocolo http. El sitio será desarrollado en lenguaje HTML con desarrollos en flash media; incluye elementos como imágenes, animaciones, videos, podcasts y foro, y herramientas de registro de usuarios, carga de contenidos y búsqueda de información.

- Soportes y aparatos de recepción

Actualmente, se puede acceder a Internet desde una gran variedad de dispositivos en su mayoría móviles y personales, como teléfonos, computadoras, televisores, consolas de video juegos, entre otros. De esta manera, los usuarios pueden acceder al sitio Web desde el tipo de conexión de su preferencia y en muchos casos, desde cualquier lugar y a cualquier hora.

- Relaciones de interfaz

La interfaz gráfica de usuario es un elemento clave en la concepción de un sitio Web, puesto que la relación entre usuario y medio depende de la capacidad del usuario de manipular y aprovechar las herramientas disponibles. De esta

manera, **RedCommun** es un sitio fácil de comprender y utilizar, la interfaz se conceptualizó entorno a la idea de simplicidad, creándose rutas sencillas para acceder a la información y elementos gráficos de poco peso (medido en kb) que no limiten o retrasen el acceso a la información.

- Criterios de almacenamiento y segmentación

Todas las secciones de RedComun requieren de criterios de clasificación de la información y además existe una base de datos de registro de usuarios y una base de datos de registro de proyectos e investigaciones.

Segmentación de la información por secciones:

Instituciones: la información de las Escuelas de Comunicación Social del país está clasificada geográficamente y al usuario accede a la institución de interés por niveles, primero selecciona la ubicación, luego la Escuela de Comunicación Social que desea conocer y por último revisa la información disponible sobre ésta, que está dividida en: perfil del egresado, pensum, horarios, actividades de extensión y contacto.

Iniciativas: en esta sección cada usuario registra su proyecto de acuerdo a:

Tipo de proyecto	Tesis de pregrado
	Tesis de posgrado/ Trabajo especial de ascenso
	Proyecto de Servicio Comunitario
	Otras investigaciones
Tipo de investigación	Académica
	Profesional
Tema	Libre
Región	Libre

Oportunidades: en esta sección la información se divide en búsqueda de becas y opciones de empleo.

Becas	País	Listado internacional
	Área	Educación
		Salud
		Finanzas
		Comunicación
		Ambiente
		Desarrollo Social
		Política
		Ciencia y tecnología
	Grado	Pregrado
		Postgrado
	Tipo de Beca	Parcial
		Completa
		Beca-Trabajo
Empleo	Tipo de empleo	Pasantía
		Contratado
		Fijo
	Horario	Tiempo completo
		Medio tiempo
	Región	Listado nacional
	Área	Educación
		Salud

		Finanzas
		Comunicación
		Ambiente
		Desarrollo Social
		Política
		Ciencia y tecnología

Directorio: en esta sección la información está clasificada de acuerdo a:

Instituciones	Tipo	Pública
		Privada
		ONG's/ Fundaciones/Partidos
	Área	Educación
		Salud
		Finanzas
		Comunicación
		Ambiente
		Desarrollo Social
		Política
		Ciencia y tecnología
	Nombre	Libre
Medios	Medio	Televisión
		Radio

		Web
		Periódicos
		Revistas
	Cobertura	Nacional
		Regional
	Nombre	Libre
Investigadores	Área	Libre
	Nombre	Libre

Agenda: en esta sección se encuentran los eventos relacionados con la Comunicación Social, están organizados por el día de ocurrencia y se seleccionan a través de un calendario que el usuario puede manipular. Una vez seleccionada una fecha los eventos aparecen clasificados en dos listados, uno de eventos formativos y otro de eventos de ocio.

Noticias: las noticias están organizadas por fecha y clasificadas por palabras clave, para facilitar las búsquedas de los usuarios.

Foro: en esta sección la información está clasificada por temas que son creados libremente por los usuarios y posteriormente agrupados por palabras clave para facilitar la búsqueda.

Registro de usuarios: el portal tendrá la opción de que, quién desee, se registre para lo cual deberá llenar los siguientes campos:

Nombre y apellido	
Correo Electrónico	
Clave	
Confirmación de clave	
Ciudad	
Tipo de ciudadano	Estudiante
	Profesor
	Profesional
	Investigador
	Visitante
Institución	

1.3.2 Multimodalidad del medio y su relación con el soporte

RedComun Venezuela está alojado en una de las plataformas más versátiles que es Internet, por lo que cuenta con diferentes modelos de ventanas y secciones, así como animaciones (Sección Instituciones), audio y video (Sección Noticias)

- Modelo de interactividad del medio

Interno: los mediadores, en este caso las autoras, son responsables de cargar los contenidos estáticos de la página que deben ser actualizados de acuerdo a las modificaciones que realicen las instituciones productoras de la información publicada. Existen canales para que los buscadores y mostradores se comuniquen

con los mediadores en pro de mejorar y enriquecer el sitio Web o resolver inquietudes.

Externo: los buscadores y mostradores pueden interactuar entre sí en las secciones Iniciativas y Foro dedicado a la producción de conocimiento o utilizando el directorio de profesionales e investigadores.

- Interactividad e interacción mediática

La interactividad es indispensable para el éxito del sitio Web, ya que un portal estático puede ser consultado hasta tanto satisfaga necesidades puntuales de información, pero al incluir la participación el usuario el sitio Web se dinamiza y constantemente cuenta con nueva información que le permite mantenerse en el tiempo. **RedComun Venezuela** está concebido como un espacio para que los comunicadores interactúen entre sí, presenten sus proyectos e investigaciones, se pongan en contacto por razones académicas o laborales y fortalezcan las relaciones de colaboración en el gremio. Además la producción de conocimiento colectivo sólo es posible si los comunicadores participan con sus opiniones, ideas y trabajos. Para ello en la sección Iniciativas se cuenta con espacio para publicar proyectos o investigaciones, contactar a los autores o comentar sobre la información publicada. Queda a discreción de cada autor permitir modificaciones directas a su trabajo así como la reproducción del mismo.

- Comercialización del medio

RedComun Venezuela está concebido sin fines de lucro, para que el proyecto continúe en el tiempo debe ser adoptado por una o varias casas de estudio de Comunicación Social.

- El mediador como gestor y director del medio

Para que la propuesta de este nuevo medio pueda realizarse con éxito y mantenerse en el tiempo, es necesario que el mediador analice los perfiles de los usuarios registrados, establezca canales de retroalimentación directa y actualice las secciones en las que no participa el usuario constantemente.

1.4. Componente simulación

En esta etapa se modelan y simulan las relaciones del público con el nuevo medio.

- Discurso: el discurso de **RedComun Venezuela** depende en gran medida de la participación de los usuarios quienes deben alimentar y dinamizar las secciones de Iniciativas y Foro, las cuales son la plataforma para promover la inteligencia colectiva y la integración de la comunidad de comunicadores.
- Discurso programado: **RedComun Venezuela** cuenta con las secciones Agenda, Noticias, Directorio e Instituciones que serán actualizadas y administradas por el mediador, con el objetivo de hacerlas atractivas y funcionales para los usuarios.
- Discurso de promoción: este medio se dará a conocer a través de las escuelas de Comunicación Social del país, se usarán las bases de datos de estudiantes con las que estas instituciones cuentan para promocionar el medio de manera directa. La participación de los usuarios permite que se familiaricen con el sitio Web y lo promuevan de manera viral.

Además **RedComun Venezuela** contará con espacios en redes sociales y con bases de datos propias, que serán analizadas para determinar el perfil de los usuarios y diseñar nuevas estrategias de promoción adaptadas a la evolución del medio.

1.5. Componente gestión

En esta fase se ejecuta la propuesta de mediación y se consolida en el tiempo. Sin embargo, por ser el presente proyecto una propuesta académica se limita a la definición de las estrategias de implantación.

RedComun Venezuela nace como respuesta a la necesidad de integrar a la comunidad de comunicadores en espacios virtuales que permitan llevar la experiencia académica y la experiencia profesional a nuevas dimensiones para así promover y gestar conocimientos en materia de Comunicación Social. La presente propuesta de medio, es un diseño básico que comprende herramientas ampliamente utilizadas en la Web como lo son bolsas de trabajo, espacios informativos, directorios e incluso difusión de proyectos. Sin embargo, lo que hace particular a **RedComun Venezuela** es que está diseñado para una comunidad por afinidad y concentra todas estas herramientas en un mismo espacio.

Para elaborar esta propuesta fue necesario estudiar el uso dado por la comunidad de comunicadores a la Web, analizando específicamente cómo los espacios de redes sociales como Facebook se usan para promover e informar sobre temas de Comunicación Social. Además, se entrevistó a miembros de la comunidad de comunicadores para conocer cómo se relacionaban entre sí y cómo fluye la información.

RedComun Venezuela se elaboró considerando la importancia de un diseño práctico y atractivo, así como la necesidad de contar con nuevas informaciones que dinamicen el sitio Web y atraigan a los usuarios. Por esto existen secciones como Noticias, Agenda y Oportunidades que serán administradas por el mediador y contarán con nueva data constantemente. Mientras que las secciones de Iniciativas y Foro están diseñadas para que sean los usuarios quiénes participen y las mantengan con información nueva. Las únicas secciones estáticas de la página son

Directorio e Instituciones, cuya actualización depende de cambios en organizaciones externas al mediador y usuarios.

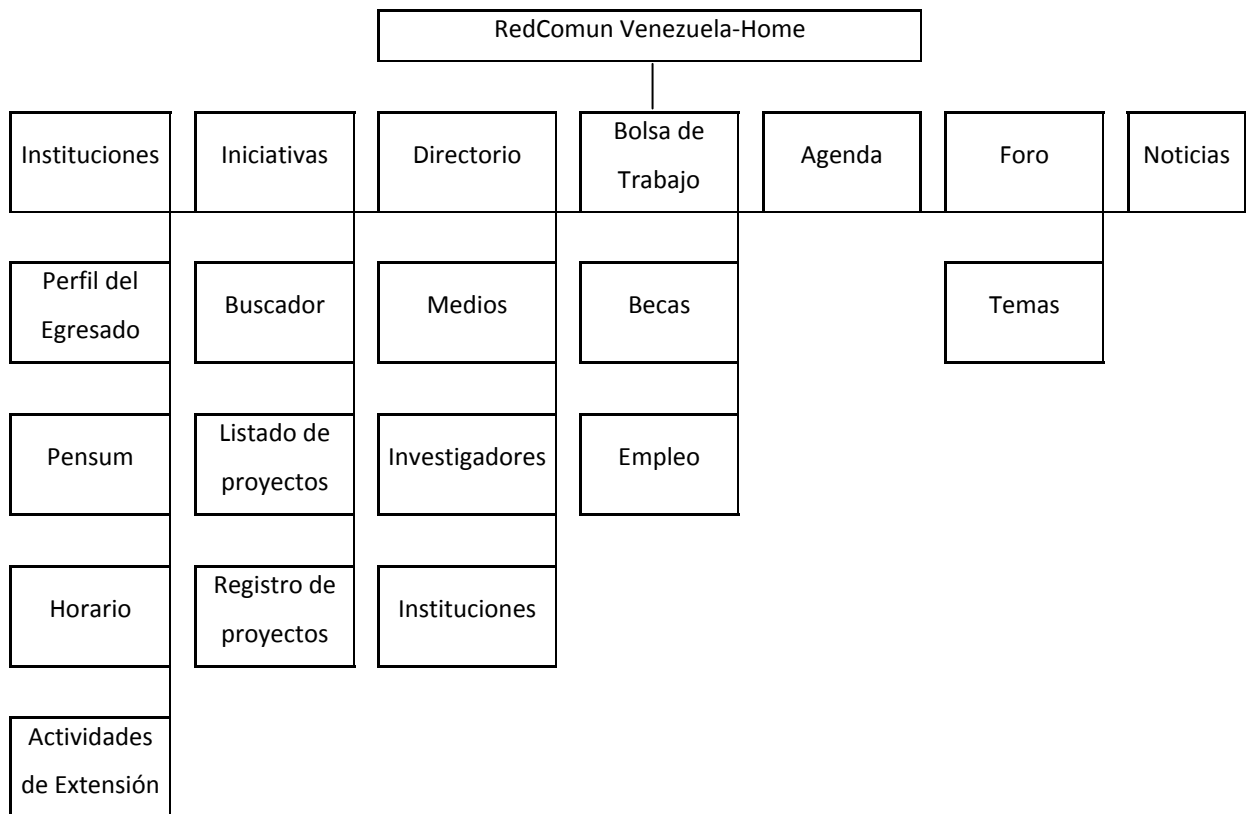
Este sitio Web debe ser adoptado por una o varias Escuelas de Comunicación Social, para que pueda perdurar en el tiempo. La promoción de este nuevo medio se realizará a través de instituciones académicas para que la mayor cantidad de la población estudiantil entre bachilleres, estudiantes de pregrado o posgrado en comunicación conozcan la página y la consideren una herramienta útil a lo largo de sus estudios. También se promoverá el medio a través de redes de profesionales de la comunicación como el Colegio Nacional de Periodistas. Estas instituciones pueden proveer de listados de correo electrónico de sus miembros para que se el mediador los invite a conocer y utilizar el sitio Web.

Un aspecto importante es la base de datos propia con la que contará la página, en la que estarán los datos de los usuarios registrados. Con esta información se pueden levantar los perfiles de usuario y diseñar nuevas estrategias de mediación que impulsen el alcance del nuevo medio.

Para aprovechar el alto impacto de las redes sociales en Internet se crearán espacios en Facebook y Twitter para invitar al público objetivo a conocer **RedComun Venezuela**, en estas redes se publicarán periódicamente las informaciones más destacadas del sitio Web.

La ejecución de estas estrategias junto con las ventajas propias del medio, como lo son la participación directa del usuario y la gestión de conocimiento colectivo, son los elementos esenciales para que este nuevo medio pueda mantenerse en el tiempo y de esta manera superar las limitaciones de proyectos similares previos.

2. Estructura de RedComun Venezuela



3. Diseño de RedComun Venezuela

En este apartado se detallan todos los componentes gráficos de **RedComun Venezuela**.

Logo

El logotipo de una institución es una de las cosas más importantes, es lo que la diferencia de las otras empresas que se encuentran en el mercado. En una página Web, este es una parte fundamental debido a que ubicará al usuario además que le dará identidad. En este se deben establecer los colores y la tipografía que servirán de sistemas de referencia para el visitante.

En el caso de la Red de Comunicadores Venezuela se decidió hacer un acrónimo para poder alojarnos en la mente de los usuarios más fácilmente; de esta manera surgió RedComun Venezuela (se utilizó la palabra Venezuela para darle la ubicación, ya que es acerca de la Comunicación Social en Venezuela).



Se utilizaron los colores anaranjado y gris. El primero porque representa un tono “abierto, receptivo, informal, gloria, vanidad, progreso. Es el color más cálido. Tiene un carácter algo hipnótico” (Fernández-Oca, 1998, P. 175). El segundo, el gris, es un color neutro que “ejerce una acción compensadora” (Fernández-Oca, 1998, P. 175).

Ahora bien, esta red está ideada bajo el concepto de unir y enlazar a las distintas instituciones de Comunicación Social así como la comunidad que investiga, labora y se desenvuelve en ella. En esta razón, se buscó una figura geométrica que simulara la articulación de este grupo; para la cual se escogieron los círculos. Estos últimos representan un zona de encuentro y acuerdos entre la población de comunicadores y sus instituciones.

Por último, la tipografía utilizada en el logo siguió las recomendaciones en el libro Diseño Web de Robin Williams y John Tollett, es decir una fuente de letra sin serifa. En este caso fue utilizada Eurostile Roman y Itc Avant Garde Demi debido a que calificaba dentro de los tipo de letra palo seco y mantiene el nivel de seriedad que un portal informativo requiere; sin quitarle un aire de modernidad.

Diseño gráfico Digital

La Red de Comunicadores Venezuela inició como un sitio Web dedicado a la promoción de información sobre Comunicación Social y el fomento de la producción de conocimiento entorno a esta materia. El sitio Web contiene datos desde cuáles escuelas forman comunicadores en el país hasta los medios de comunicación que tienen historia en nuestra nación. Los estudiantes así como los profesionales y profesores son el público final en la elaboración de la oferta.

Sin embargo, para el diseño del layout se le dio más importancia a los centros de formación de comunicadores y el espacio físico donde se desenvuelven mientras están estudiando. De manera que la página principal de RedComun Venezuela se diseñó como el mapa de un campus universitario. En él hay 6 edificios que representan cada una de las secciones:

- 1) Instituciones: simula un rectorado ya que en él se encontrará la información acerca de las Escuelas de Comunicación Social en Venezuela
- 2) Directorio: se ha diseñado como una biblioteca debido a que tiene datos recolectados de número, correos, entre otros de instituciones públicas y privadas, investigadores dedicados a la comunicación y medios de comunicación
- 3) Iniciativas: se representa como unos dormitorios estudiantiles debido tanto estudiantes como investigadores podrán registrar proyectos que estén elaborando en materia de Comunicación Social
- 4) Oportunidades: centro empresarial, al ser la sección donde se encuentran las ofertas de trabajo, al igual que opciones de becas para estudios, esto era lo más indicado para poder representar visualmente el contenido que el visitante se iba a encontrar.

- 5) Agenda: al ser la sección de eventos un icono que se refiriera a un sala de concierto o centro cultural se perfilaba como lo más adecuado
- 6) Foro: este apartado es el único donde el usuario tendrá contacto con las otras personas que visitan la página, con esto se busco una edificación que aparentara un cafetín o centro de estudios
- 7) Noticias: esta no está hecha como un edificio como tal, es un espacio que finge ser una plaza en la página Web.

Por otro lado, cada uno de los edificios que se construyeron en la página de le trató de volverlos lo más real posible. Para ello, se realizaron dibujos en 3D con perspectiva para que pudieran dar la sensación de realidad.

También al ingresar a las secciones se trató de diseñar de una manera un poco más convencional, teniendo en cuenta la forma en que el usuario se podría ubicar dentro de cada una de ellas. Así encontramos que en las secciones hay mapas geográficos, ficheros, buscadores, listados, entre otros que despliegan la información.

En esta propuesta se trabaja con un campus universitario que simula una ciudad, la distribución de los elementos en calles y avenidas ubica al usuario en una especie de metrópoli. En cada urbe existen ciudadanos, personas que habitan y desarrollan su vida dentro de la misma. En este sentido, RedComun también tendrá ciudadanos, usuarios que se registrarán dentro de la página, los cuales portaran una identificación con parte de sus datos. Este carnet de identificación funcionará como un perfil que los convertirá en ciudadano RedComun inmediatamente.

En esta identificación, de carácter público, se reflejará el nombre y apellido, correo electrónico, ocupación, ciudad e institución donde se instruyó o instruye el usuario. De igual forma, habrá un indicador con el número de intervenciones realizadas

en los foros, los proyectos que este haya registrado en la sección de Iniciativas y una valoración dada por otros ciudadanos a raíz de sus aportes al portal.

Con la valoración se busca que el usuario sobresalga entre los otros visitantes de la página y con el acceso abierto a su carnet se desea que el usuario aparezca en los sistemas de búsqueda y sea candidato para empresas que estén buscando personal de trabajo, profesores que necesiten asistentes, personas que estén buscando apoyo para trabajos en áreas específicas, entre otros. Así, el usuario entrara periódicamente a la página para alimentar con puntos positivos su carnet.

De esta manera, **RedComun Venezuela** se presenta como el mapa de una ciudad universitaria donde cada edificio en él lleva a una sección con un diseño interno particular que ayudará al usuario a informarse y encontrar lo que desee.

Color

Uno de los aspectos más importantes en el momento de diseñar es el color; este, sobre todas las cosas, hace el papel de identificador y diferenciador entre las otras propuestas.

“El color en el área del diseño es el medio más valioso para que un diseño transmita las sensaciones que el diseñador experimento frente a la escena o motivo original; usando el color con buen conocimiento de su naturaleza y efectos y adecuadamente será posible expresar lo alegre o triste, lo luminoso o sombrío, lo tranquilo o lo exaltado, etc.” (Moreno, s/f P. 2).

En una página “los colores que elijamos deberían definir el aspecto general y la personalidad de nuestro sitio Web” (R. Williams y J. Tollet, 2006, p. 181). En este sentido, Goethe en su teoría del color establece que este “produce un efecto importante y decidido sobre el sentido de la vista... y por su mediación en el ánimo...

“(Pawlik, J. , 1996, P. 61). Razón por la cual la elección de un tono acorde con lo que se desea transmitir en el sitio Web es de suma importancia.

Si bien existen diversos autores que tratan el tema del color, todos en algún punto los dividen en dos grandes grupos: cálidos y fríos. “Los colores cálidos se consideran como estimulantes, alegres y hasta excitantes y los fríos como tranquilos, sedantes y en algunos casos deprimentes” (Moreno, s/f P. 3). Los entendidos como colores cálidos son todos aquellos que están asociados con la luz y el fuego como lo son los amarillos, rojos, marrones, anaranjados, entre otros. Mientras que los fríos son relacionados con el agua y la naturaleza, por ejemplo de azul y el verde.

Para escoger los colores de RedComun Venezuela se decidió trabajar con toda la paleta de colores para así transmitir una sensación distinta en cada sección. De igual forma, se trato de utilizar el blanco lo más posible para dar una sensación de delicadeza y limpieza a través de todo el Portal.

En el caso del logo y página principal se utilizaron los colores naranja y gris. El primero debido a que “posee, junto a su calidez, una energía natural” (Pawlik, J., 1996, P. 75), de igual forma por ser una mezcla entre rojo y amarillo tiene la relación con el sol y el fuego que de estos dos colores. “El naranja es entusiasmo, ardor, incandescencia, euforia” (Moreno, s/f P. 28). Mientras que el gris que “nos es un color, sino la transición entre el blanco y el negro, y el producto de la mezcla de ambos. Simboliza neutralidad” (Moreno, s/f P. 33). De igual forma, se utilizo el blanco y mucha luminosidad en el home page para dar el máximo sentido de limpieza y delicadeza posible.

Ahora bien, para la sección de Instituciones, debido a que despliega información acerca de las Escuelas de Comunicación Social del país, se decidió utilizar el color azul. Si bien este es un color frío, “está vinculado con la

circunspección, la inteligencia y las emociones profundas. Es el color del infinito, de los sueños y de lo maravilloso, y simboliza la sabiduría, fidelidad, verdad eterna” (Moreno, s/f P. 33).

Así, el apartado de Directorio se usó el color amarillo el cual según un manual de la Universidad de Londres es un color asociado con la inteligencia. “En su máxima pureza, siempre lleva consigo la naturaleza de lo claro y posee una propiedad alegre, despierta, suavemente excitante” (Pawlik, J., 1996, P. 71).

Para el caso de Iniciativas se continuó con los colores fríos y se utilizó el verde debido a su composición de gran equilibrio y ya que es la sección donde se agregarán proyectos constantemente, era necesario un color que “se lo asocia con las personas superficialmente inteligentes y sociales” (Moreno, s/f P. 32). Además de significar “realidad, esperanza, razón, lógica y juventud” (Moreno, s/f P. 32).

La Agenda por ser una de las partes de eventos, reuniones, entre otros de Comunicación Social se decidió buscar un color cálido. Por ello se escogió el blanco, pero se mezcló con el blanco para que así proyectara “frivolidad, inocencia y alegría juvenil”. (Moreno, s/f P. 32).

En el caso del Foro, debido a que será la sección de la página donde más interacción habrá se seleccionó el color rojo para ello. Este según Antonio Fernández-Oca en su libro Producción y diseño gráfico para la World Wide Web establece que este color refleja “fuerza, dinamismo” lo cual es apropiado para fomentar la discusión.

Para Oportunidades se usó un verde azulado con el cual se buscó reunir las mejores cualidades de ambos colores. Con esto se intentó transmitir la “calma, autoridad, respeto, dignidad, relajación, frescor” del azul y el “tranquilidad, quietud, paz” del verde.

Finalmente, para la sección de Noticias se escogió el púrpura debido a que se entiende como un color que si bien está en clasificación de frío da una sensación de seriedad (datos extraídos de Producción y diseño gráfico para World Wide Web de Antonio Fernández-Oca).

Tipografía

Toda página Web depende en gran parte de los textos que tenga allí dispuestos. Como mencionamos anteriormente, la Web, entre otras cosas, está diseñada bajo el concepto que el usuario va a leer información. De manera que el uso de una tipografía que facilite la lectura y no haga pesadas las horas frente a la pantalla del usuario es algo a considerar.

Para ello, para que se mantenga la legibilidad y la descifrabilidad de los textos, la tipografía preferiblemente utilizada es sans serif, sin serifa o palo seco. Por esta razón se escogió una tipografía que recogiera estas características: Arial.

Arial

Esta fuente, además de facilitar la lectura de la información, también se encuentra disponible en todos los ordenadores de los distintos usuarios, bien sea Mac o PC. Esto último juega mucho a su favor ya que asegura la lectura por completo del material sin que se distorsione el mismo; en caso que el visitante no posea la tipografía.

Usabilidad de cada pantalla

Toda página Web tiene un destino final y ese es que se encuentre en Internet, que tenga muchas visitas y que los usuarios la utilicen como referencia constante. Para poder lograr esto es indispensable que este pensada y diseñada para que el visitante se pasee libremente por las pantallas, indicando siempre dónde

está, lo fácil que es volver al inicio si se extravía, lo sencillo que es encontrar lo que está buscando y lo cómodo que se es estar en este sitio Web.

Por todo lo anterior, es sumamente importante que se tenga siempre presente la Usabilidad Web al momento de ejecutar el diseño de una página Web. En este sentido, significa que lo las cosas que hay que preocuparse es que la página funcione a cabalidad y que sea obvia, clara y evidente.

Según Steve Krug (2005), el usuario lo único que desea al entrar en una página Web es que no lo hagas pensar. De manera que, al diseñar este portal lo primero se estableció fue que el diseño del mismo fuere lo más limpio, claro y sencillo que se pudiese.

Por esta razón, se decidió que:

- 1) Instituciones: debido que en esta sección se podrán ver todas las escuelas de comunicación social del país con la información y ubicación de las mismas, el layout que se escogió fue el de un mapa. Así el usuario podrá ubicarla geográficamente que es el aspecto más importante y que, en un principio, distingue una casa de estudio de la otra.
- 2) Directorio: en este apartado de la página siempre se verán nombres, número de teléfonos, direcciones, entre otros. Se utilizó un fichero para poder desplegar la información más fácilmente y que el usuario de ubicara rápidamente en las 3 sub-secciones en la que se divide el directorio.
- 3) Agenda: esta sección le proporcionará al usuario los eventos que sucederán todas las universidades, instituciones, centros culturales, entre otros. Debido a que la asistencia al evento dependerá del día, el mes y el año en que está se desarrolle se tomó un modelo de calendario para que quiénes entre a este pueden ver claramente estos datos.

- 4) Noticias: su nombre lo dice, será una sección en la que los usuarios podrán ver información acerca de Comunicación Social. Por su carácter informativo, el despliegue de las notas se hará como un periódico.
- 5) Foro: ya que acá la interacción de los usuarios será constante se decidió utilizar un avatar para identificar a cada participante así como un cuadro de diálogo con un color que lo diferencie tanto del fondo de pantalla así como de los otros participantes.
- 6) Iniciativas: se escogió proporcionarle al usuario una búsqueda para que pueda encontrar el proyecto del tema en específico que desee. De igual forma, se verán las iniciativas que hayan ingresado a la página recientemente.
- 7) Oportunidades: debido a que en ésta sección el visitante estará buscando tanto opciones de trabajo como becas de estudio, se tomó la decisión de realizar dos buscadores que generen los resultados deseados dispuesto como ficheros.

Ahora bien, a lo largo de la página hubo un elemento que se utilizó una única vez: el scroll. “Uno de los pocos hechos bien documentados sobre el uso de la Web es que las personas tienden a invertir poco tiempo en leer la mayoría de páginas Web. Por el contrario, hojeamos rápidamente (o las leemos muy por encima) en busca de palabras o frases que capten la atención de nuestra vista” (Krug, S. 2005, P. 22). Tomando en cuenta esto, apelamos a que el usuario no leerá más allá de lo que se despliegue en una la pantalla. De manera que nos apoyamos en sistemas de búsqueda donde se pueda ir. También se trabajó con un sistema de flechas que llevara al visitante hacia adelante o hacia atrás, como en un libro, para mantener la información dentro del espacio de la pantalla.

Sin embargo, en la sección de Foro sí se utilizó el scroll debido a que es más fácil ubicarle visualmente al bajar o subir.

Así, buscamos que el diseño y la navegación de la página fuera de la forma más sencilla y fácil para el usuario. Tratando de que el usuario se sienta rápidamente ubicado en qué tipo de sitio Web se encuentra, en qué sección de sitio Web está y que encuentre lo más pronto posible lo que busca.

El dominio de RedComun Venezuela

Toda página Web tiene un dominio, el cual representa el sitio dónde estará alojada la misma. La terminación de la página determina la institución que lo administra. De esta manera, si una página termina en .edu es una institución educativa, .gov es gubernamental, .org es una organización social.

En nuestro caso, utilizamos la terminación .com, la cual funciona para cualquier tipo de organización que se encuentre detrás de la administración del sitio Web. En este sentido, incluimos el .ve para darla la ubicación al mismo. De manera que el dominio final de RedComun será: www.redcomun.com.ve.

Mantenimiento de RedComun

El funcionamiento de un portal depende la constante alimentación que sus administradores le dan al mismo. Por su carácter de disponibilidad inmediata, el contenido que se encuentre colgado en el sitio Web debe estar actualizado constantemente; cualquier retraso o error en la información allí dispuesto podría costar varias visitas.

Como mencionamos anteriormente, RedComun se mantendrá económicamente de las instituciones que deseen participar en este proyecto; universidades, colegios de periodistas, periódicos, revistas, agencias de comunicación, empresas, entre otros. Cada uno de los afiliados cancelará una mensualidad que garantizará la publicación de: a) información institucional y opciones de becas y estudios en el caso

de las universidades; b) opciones laborales en el caso de empresas y agencias que estén solicitando personal; c) publicación de noticias y material informativo de cada uno de los integrantes de la página para que aparezcan en la sección de noticias.

Ahora bien, estas cuotas mensuales servirán para cancelar el dominio de la página y el personal que labore creando y montando contenido. En cuanto a las personas que trabajen dentro de la página se necesitarán al menos periodistas, redactores, diseñadores y programadores que puedan mantener a flote tanto la operatividad de la página así como redacten y elaboren el contenido que allí estará dispuesto.

Este equipo de trabajadores deberá estar constantemente actualizando la información comprendido en su horario de trabajo. Este último por ser una página informativa será de lunes a viernes en horario de oficina. Sin embargo, se trabajarán a manera de pautas en la secciones informativas, como noticias, y puede ocurrir que en ocasiones éstas sean en horarios extralaborales. En las secciones como por ejemplo, Iniciativas, Directorio, Agenda e Instituciones el personal estará encargado de la constante actualización de las mismas. Mientras que en el Foro habrán persona encargadas de organizar los temas según la cantidad de gente que participe en ellos.

Para mantener en funcionamiento **RedComun Venezuela** está funcionará casi igual que una agencia de comunicaciones, con personal que estará asignado a secciones y tendrán que buscar información para la misma.

Personal **RedComun Venezuela**

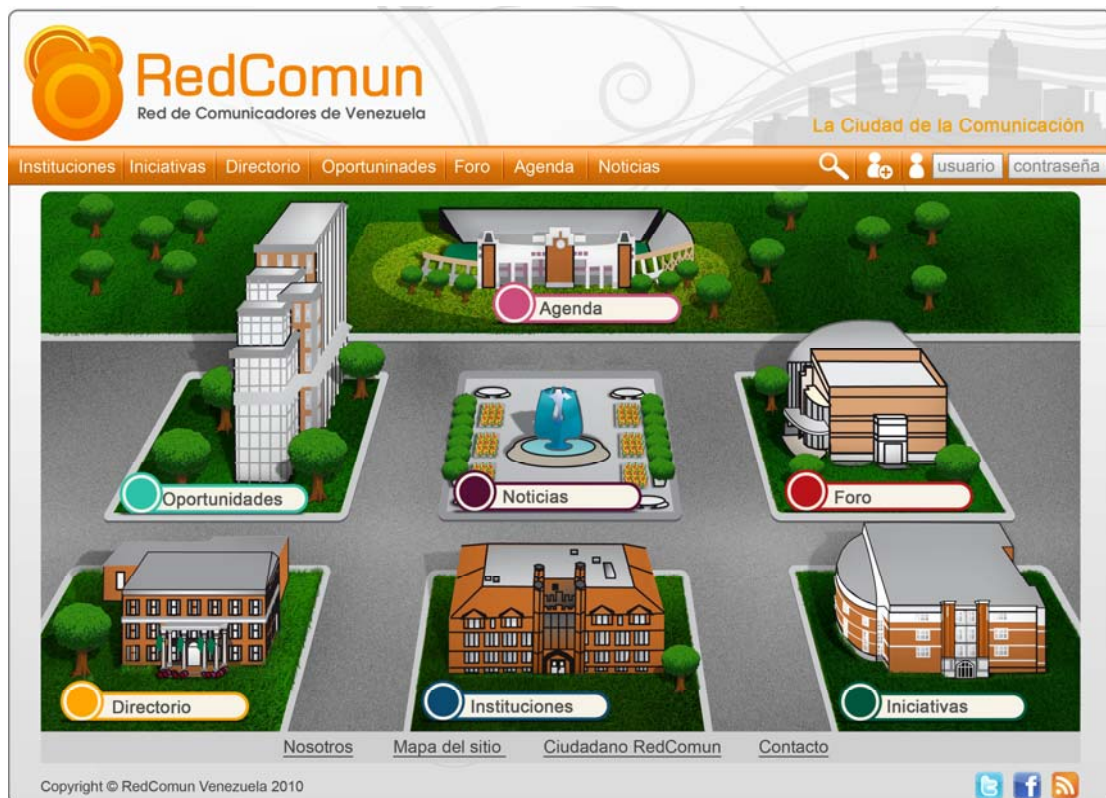
Las personas que trabajaran en la página web se distribuirán de la siguiente manera:

- 2 administradores Web encargados de la supervisión del personal y la correcta ejecución del Portal. De igual forma, se les delegará el mantenimiento de las secciones Foro y Directorio, así como la revisión y cheque de Ciudadano RedCommun.
- 6 Comunicadores Sociales distribuidos en las secciones noticias, iniciativas, oportunidades, instituciones y agenda que deberán verificar la información que los usuarios ingresen, generar noticias, cubrir ruedas de prensa, buscar eventos desarrollados en universidades, entre otros.
- 2 diseñadores Web que estarán presentes en la elaboración de todo material gráfico necesario para la página Web.
- 2 programadores Web encargados de la efectiva operatividad de la página.
- 1 Comunicador Social que servirá de puente entre las instituciones, empresas, agencias de publicidad y comunicaciones que se unirán a la página.
- 2 personas encargadas del área de publicidad y mercado para generar estrategias que nos ayuden a tener más presencia en la Web y en el mundo real y así más usuarios.
- 1 administrador para garantizar el pago de los empleados así como las cuotas de los afiliados.

Costos

Concepto	Cantidad	Costo Unitario (Bs.F)	Subtotal (Bs.F)
EQUIPOS			
Computador de escritorio (PC)	15	7000,00	105000,00
Acceso a Internet Banda Ancha (mensual)	4	250,00	2000,00
Acceso a Internet Móvil (mensual)	5	135,00	775,00
software (adobe creative suite 5- design premuin)	1 (licencia corporativa)	9495,00	9495,00
Alquiler de local	1	10000,00	10000,00
Alojamiento web por un año		800,00	800,00
Teléfono	2	300,00	600,00
Otros			
Sueldos de Licenciados	12	3500,00	42000,00
Sueldos pasantes	6	600,00	3600,00
Cuotas de Afiliados (universidades)	15	10000,00	150000,00
Cuotas Afiliados (empresas)	Por definir	120000,00	-
Total			324270,000

- Existen gastos que sólo se harán al inicio de la puesta en marcha del proyecto, como por ejemplo la compra de equipos, lo cual disminuirá considerablemente el mantenimiento de la página a nivel económico.



Página principal

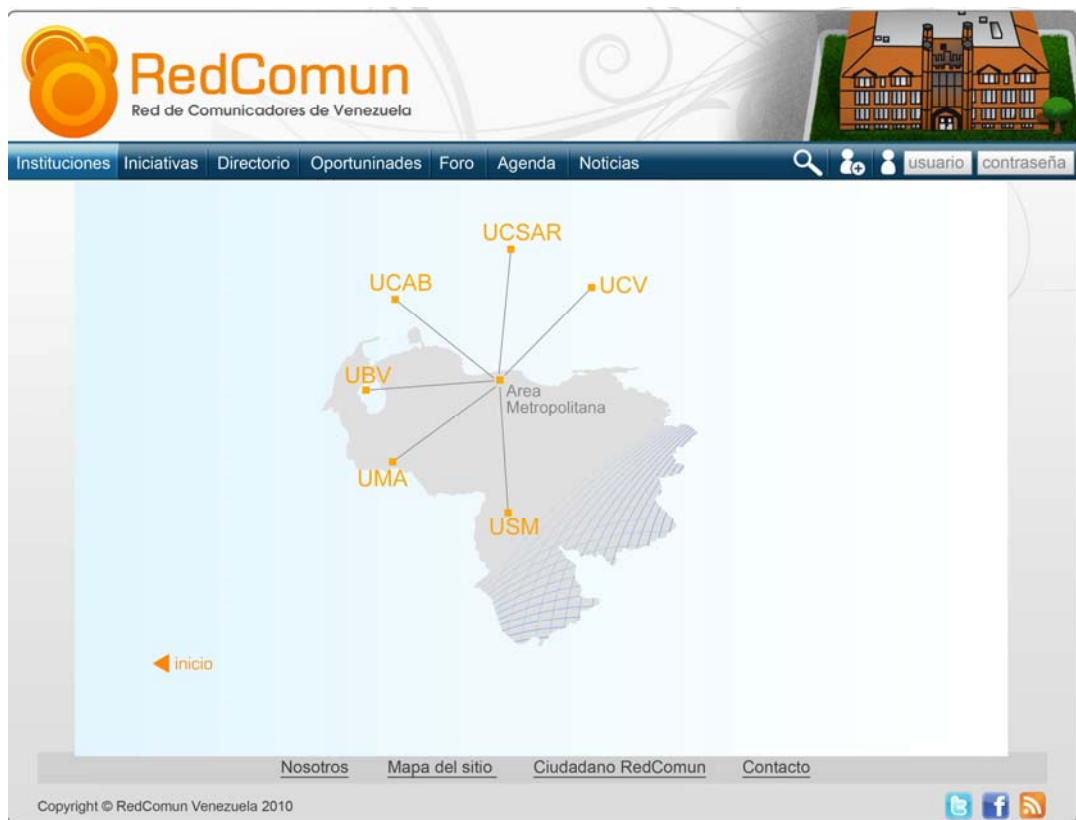
La página principal representa el mapa de un campus universitario, cada edificio es una sección. Si bien no tiene mucha interactividad como tal, está hecha para que el usuario pueda reconocer rápidamente dónde quiere ir. Además al funcionar a modo de mapa, posee el mismo sistema que el mapa que utilizamos para ubicarnos en una ciudad. Esto último funciona de marco referencial al momento de enfrentarse a esta página principal.

Instituciones

Al hacer clic en el icono de Instituciones aparecerá un mapa de Venezuela con botones que indicarán las ciudades en las que existen Escuelas de Comunicación.



Al entrar en alguna de las ciudades, el usuario verá todas las opciones que hay en la ciudad seleccionada.



A continuación, escogerá alguna de las opciones allí dispuestas y obtendrá información sobre pensum, perfil del egresado, horario, actividades de extensión y contacto

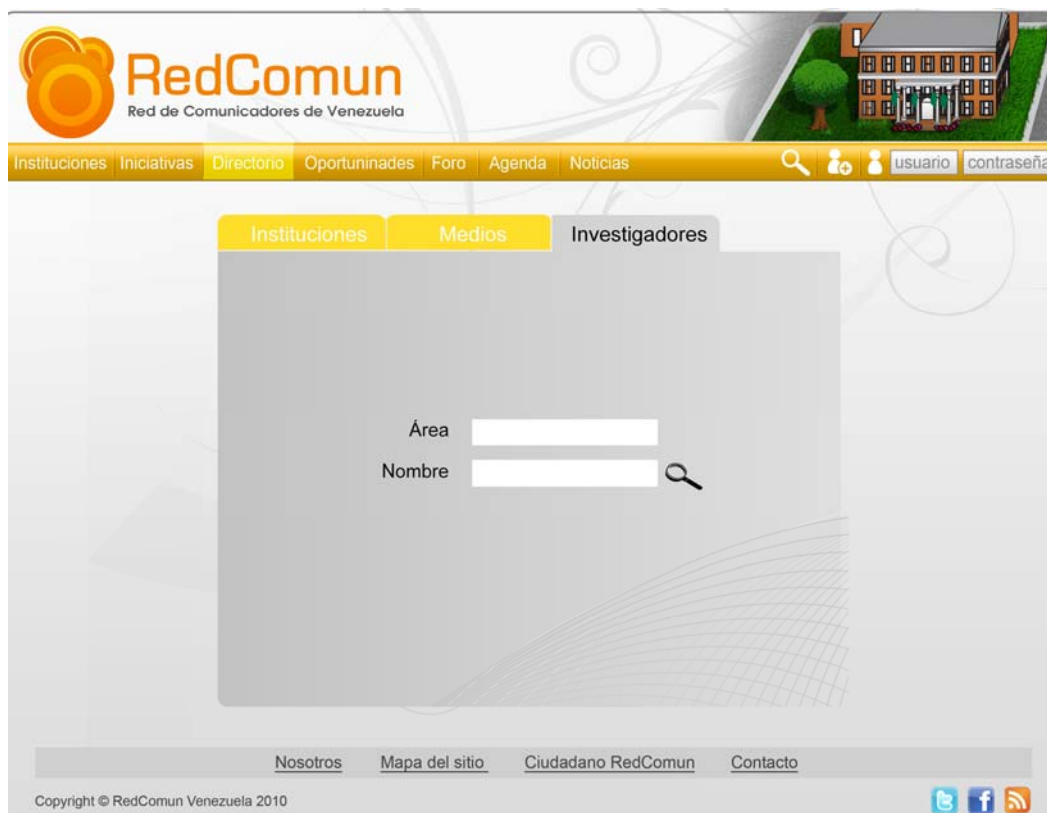
Directorio

Cuando el usuario ingrese al icono de Directorio se encontrará con un fichero en el que se dividirá la información en Instituciones, donde habrá datos de ministerio o instituciones gubernamentales así como empresas, medio de comunicación e investigadores de la Comunicación. Aquí tendrá que llenar campos de información para restringir su búsqueda y encontrar lo que desea.

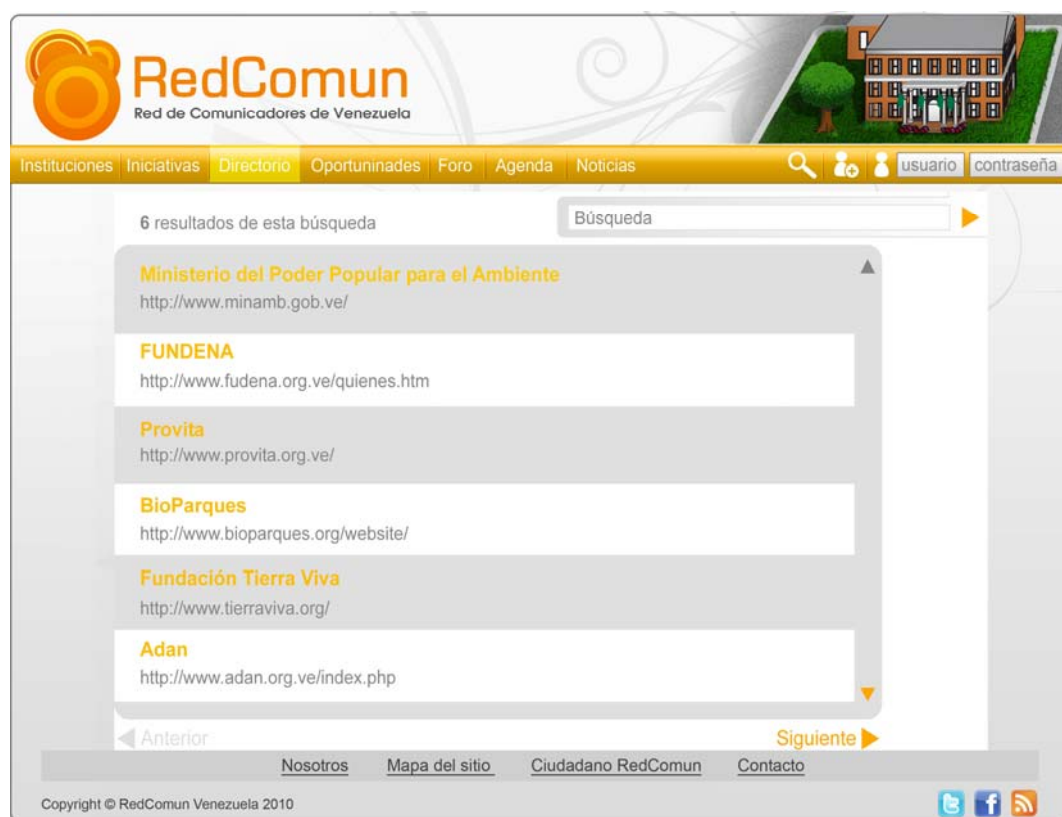
The screenshot shows the RedComun website interface. At the top, there is a logo for 'RedComun Red de Comunicadores de Venezuela' and a navigation bar with links: 'Instituciones', 'Iniciativas', 'Directorio', 'Oportunidades', 'Foro', 'Agenda', and 'Noticias'. To the right of the navigation bar are search and user login icons, with fields for 'usuario' and 'contraseña'. Below the navigation bar, there are three tabs: 'Instituciones', 'Medios', and 'Investigadores'. The 'Instituciones' tab is selected, and it contains a search form with the following fields:

- Tipo:
- Área:
- Nombre:

Below the search form, there is a magnifying glass icon. At the bottom of the page, there is a footer with links: 'Nosotros', 'Mapa del sitio', 'Ciudadano RedComun', and 'Contacto'. The footer also includes the copyright notice 'Copyright © RedComun Venezuela 2010' and social media icons for Twitter, Facebook, and RSS.



Tras llenar los campos, aparecerá un listado con las opciones que obtenga de la búsqueda realizada o con el nombre de la persona, institución o medio que está buscando.



Al seleccionar el nombre desea en el listado, aparecerá la ficha de nuevo con todos los datos como en un fichero de biblioteca.



RedComun
Red de Comunicadores de Venezuela



[Instituciones](#) [Iniciativas](#) [Directorio](#) [Oportunidades](#) [Foro](#) [Agenda](#) [Noticias](#)



[Instituciones](#)

[Medios](#)

[Investigadores](#)

■ **Atilio Romero**

Profesor | Investigador
Comunicación Visual

Resumen curricular

Arquitecto y comunicador social. Profesor del Departamento de Comunicación Visual de la Universidad Central de Venezuela.

Contacto

romeroat@gmail.com

Proyectos de interés

Metódica HazMedia

[Regresar](#)

[Nosotros](#)

[Mapa del sitio](#)

[Ciudadano RedComun](#)

[Contacto](#)

Copyright © RedComun Venezuela 2010



Iniciativas

En el caso de iniciativas la distribución cambia un poco. El usuario tendrá que seleccionar entre los distintos campos de búsqueda para visualizar el proyecto que estarán divididos por tipo de proyecto, investigación, la región dónde se desarrollan y el tema que abarcan. De igual forma, podrán poner una palabra que los llevará a un listado que le ofrecerá los distintos proyectos registrados. También podrán ver las 4 iniciativas publicadas recientemente en la página y moverse hacia adelante y hacia atrás para ver las otras que han sido publicadas.



The image is a screenshot of the RedComun website. At the top, there is a header with the RedComun logo (three orange circles) and the text "RedComun Red de Comunicadores de Venezuela". To the right of the logo is a small 3D illustration of a building. Below the header is a green navigation bar with the following links: "Instituciones", "Iniciativas", "Directorio", "Oportunidades", "Foro", "Agenda", and "Noticias". On the right side of this bar are search and user login icons, with labels "usuario" and "contraseña".

The main content area is partially obscured by a modal window titled "Nuevo proyecto" in orange text. The modal has a close button (X) in the top right corner. Inside the modal, there is a form with the following fields: "Tipo de proyecto", "Categoría", "Título", "Resumen", "Ubicación", "Documentos", "Contacto", and "Motivo de publicación". Each field has a corresponding input box. To the right of the "Documentos" field is a button labeled "EXAMINAR...". At the bottom of the modal are two buttons: "Guardar" and "Salir".

In the background, on the left side of the modal, there is a green sidebar with a list of categories: "Tipo de...", "Elija un...", "Tipo de...", "Elija un...", "Región", "Elija un...", "Tema", "Elija un...", "Palabras", and "Agre...". On the right side of the background, there is a section with a logo and the text "Siguiente" with a right arrow, and below it, the text "orte Filosofía Ciencia".

At the bottom of the website, there is a footer with the following links: "Nosotros", "Mapa del sitio", "Ciudadano RedComun", and "Contacto". Below these links is the copyright notice "Copyright © RedComun Venezuela 2010" and social media icons for Twitter, Facebook, and RSS.

Al ingresar al proyecto que el usuario seleccione finalmente, verá información así como dónde están desarrollando el mismo.

Agenda

En el caso de la agenda, se usó el modelo de un calendario. El usuario podrá hacer clic en el día y ver todos los eventos tanto de entrenamiento como académicos que desea. De igual forma, podrá colocar la fecha del día en que quiera asistir a un evento determinado y la página lo llevará al momento deseado.



Foro

Con el foro sucede que habrá una cantidad considerable de ellos, por lo que los temas más visitados serán los que aparecerán en la pantalla de inicio de esta sección. Al ingresar en algún título, el usuario entrará directamente en el foro, mientras que si llena el campo de palabras claves con el tema que está buscando aparecerá una lista en el que podrá escoger.





Una vez se escoja el tema en el que se desee participar aparecerá la siguiente pantalla, la cual tendrá los cuadros para escribir en gris y bloqueados hasta que el usuario ingrese a su sesión. También, existirá un avatar para identificar a cada participante y únicamente habrá *scroll* en los comentarios.

Noticias

Por ser la parte informativa del Portal, se diagramó el contenido similar a una página de un periódico. Aparecerán las noticias más destacadas y dos buscadores: 1) con palabras claves para ir directo a alguna noticia de un tema específico y 2) otro con día, mes y año para que el usuario puede ver las noticias de un periodo determinado.



Si el usuario decide utilizar las opciones de búsqueda tendrá un listado con todas las opciones que coinciden con lo que ha ingresado en los campos. Al hacer clic en alguno de ellos, lo llevará a la noticia.

**RedComun**
Red de Comunicadores de Venezuela

[Instituciones](#) [Iniciativas](#) [Directorio](#) [Oportunidades](#) [Foro](#) [Agenda](#) [Noticias](#)

[usuario](#) [contraseña](#)

6 resultados de esta búsqueda

Escuela de Comunicación Social de la UCV estrena su primera Aula de Cine
Con la presencia de la Rectora, Cecilia García Arocha, el Director de la Escuela de Comunicación, Miguel Ángel Latouche.
<http://www.ucv.ve/organizacion/rectorado/direcciones/direccion-de-informacion-y-comunicacion>

Convocatoria de la edición 2010 del "Premio a la Innovatividad Universitaria"
Se invita a todos los estudiantes de pregrado a ser ingeniosos. Abiertas las postulaciones...
<http://www.ucv.ve>

La UCV inicia Plan de Seguridad Operativo Vacacional 2010
En virtud del inicio del período de vacaciones, a partir de este mes de agosto la Universidad Central
<http://www.ucv.ve>

Nuevas Publicaciones UCAB
<http://www.ucab.edu.ve/noticias/items/nuevas-publicaciones-ucab-1462.html>

Unydos por Haití
Evento realizado por la Universidad Yacambú dentro de sus instalaciones en solidaridad...
<http://uny.edu.ve/galeria/2010/Unydosporhaiti/index.html>

LUZ cada vez más cerca de las comunidades
La Coordinación Central de Extensión se ha instalado en el corazón de las comunidades...
<http://www.agenciadenoticias.luz.edu.ve>

[Anterior](#) [Siguiendo](#)

[Nosotros](#) [Mapa del sitio](#) [Ciudadano RedComun](#) [Contacto](#)

Copyright © RedComun Venezuela 2010

Oportunidades

Esta sección funciona como un buscador de becas y opciones de estudio así como de ofertas de trabajo. El usuario llenará los campos que lo llevarán a un listado de opciones que coincidan con su búsqueda donde podrá ingresar al que más le llame la atención.

RedComun
Red de Comunicadores de Venezuela

Instituciones | Iniciativas | Directorio | **Oportunidades** | Foro | Agenda | Noticias

usuario contraseña

Busca tu beca | Busca tu empleo

País

Area

Grado

Tipo de beca

+ Enviar nueva beca

[Nosotros](#) | [Mapa del sitio](#) | [Ciudadano RedComun](#) | [Contacto](#)

Copyright © RedComun Venezuela 2010

**RedComun**
Red de Comunicadores de Venezuela

InstitucionesIniciativasDirectorioOportunidadesForoAgendaNoticias

usuariocontraseña

6 resultados de búsqueda

Búsqueda

Pasante de medios audiovisuales
Universidad Santa María Escuela de Derecho. Tiempo Completo. Caracas.

Redactor Creativo
Nexus. Tiempo Completo. Caracas
<http://www.bumeran.com.ve/empleos/11382260.html>

Analista de Compras
Cadena Capriles. Medio tiempo. Caracas
<http://www.perfilnet.com/AppCandidato/Publics/EscritorioCandidatoPublico.aspx>

Productor Audiovisual Jr.
Nexus. Tiempo Completo. Caracas.
<http://www.abcde.com/index>

Pasante de Comunicación Social
Gente al día. Medio tiempo. Caracas.
<http://www.bumeran.com.ve/empleos/14355190/trabajo-pasante-de-comunicacion-social.html>

Pasante - Merchandising
Promoting. Tiempo Completo. Barinas
<http://www.bumeran.com.ve/empleos/14535170.html>

Anterior

Siguiente

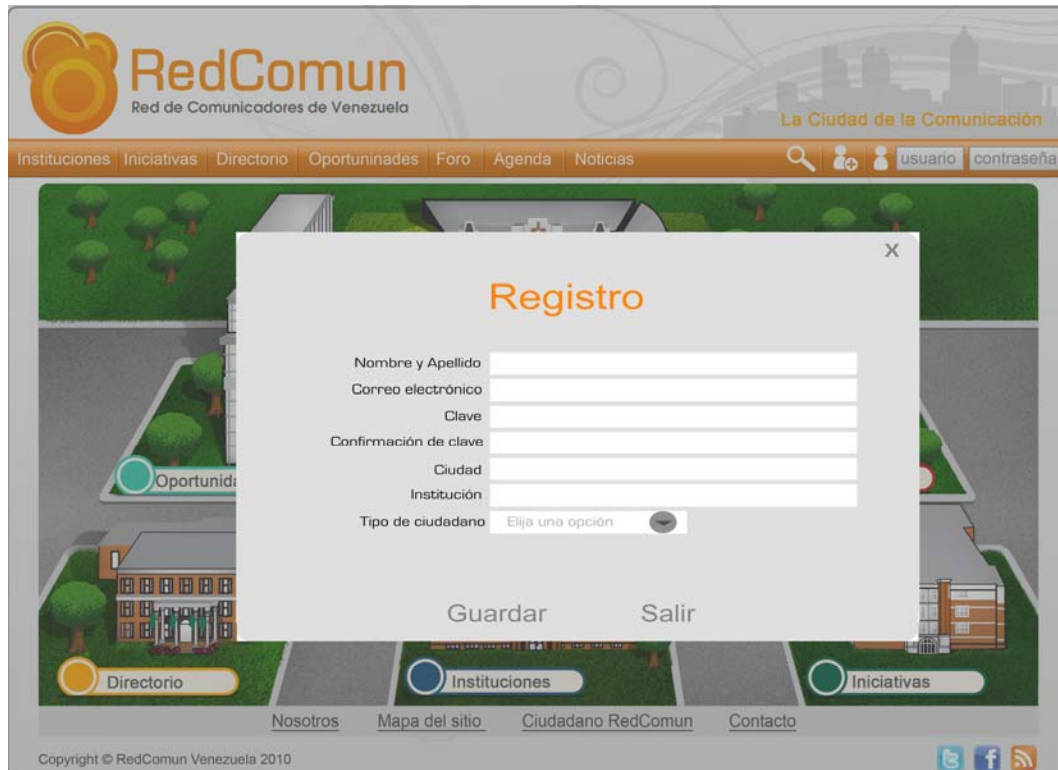
[Nosotros](#)[Mapa del sitio](#)[Ciudadano RedComun](#)[Contacto](#)

Copyright © RedComun Venezuela 2010



Ciudadano RedComun

Los usuarios que visiten RedComun tiene la opción formar parte de la comunidad de este portal. Para ello, en la página principal se encontrará un apartado donde podrán registrarse. Luego de llenar los campos, el visitante pasará a ser un Ciudadano RedComun y tendrá una identificación.



The screenshot displays the RedComun website interface. At the top, the logo "RedComun" is visible, with the tagline "Red de Comunicadores de Venezuela" and the slogan "La Ciudad de la Comunicación". A navigation bar includes links for "Instituciones", "Iniciativas", "Directorio", "Oportunidades", "Foro", "Agenda", and "Noticias". A search bar and user login fields are also present. The main content area features a large "Registro" (Registration) form overlay. The form includes fields for "Nombre y Apellido", "Correo electrónico", "Clave", "Confirmación de clave", "Ciudad", "Institución", and "Tipo de ciudadano" (with a dropdown menu labeled "Elija una opción"). Below the form are "Guardar" (Save) and "Salir" (Exit) buttons. The background of the website shows a stylized cityscape and a "Directorio" button. The footer contains copyright information "Copyright © RedComun Venezuela 2010" and social media icons for Twitter, Facebook, and RSS.

Este carnet tendrá una foto, nombre completo, institución a la que pertenece, nivel académico, entre otros, que le dará identidad y lo conectará con el resto de los usuarios; además hacerlo formar parte de la red. De igual forma, tendrá el número de proyectos que haya registrado, las entradas a la fotos y una valoración dado por los usuario según su desempeño en RedCommun.



RedComun

Red de Comunicadores de Venezuela

La Ciudad de la Comunicación

Instituciones
Iniciativas
Directorio
Oportunidades
Foro
Agenda
Noticias



Ciudadano RedComun

Nombre: Beledy

Apellido: González Calles

Ocupación: Estudiante Comunicación Social

Institución: UCV

Correo electrónico: beledy2401@gmail.com

Estudiante

Valoración de los usuarios	Entradas en el Foro	Proyectos
★★★★☆	18	3

Directorio
Instituciones
Iniciativas

Nosotros
Mapa del sitio
Ciudadano RedComun
Contacto

Copyright © RedComun Venezuela 2010



RedComun

Red de Comunicadores de Venezuela

La Ciudad de la Comunicación

Instituciones
Iniciativas
Directorio
Oportunidades
Foro
Agenda
Noticias



Ciudadano RedComun

Nombre: Giovanna

Apellido: Brunetta

Ocupación: Periodista

Institución: UMA

Correo electrónico: gbrunetta@gmail.com

Profesional

Valoración de los usuarios	Entradas en el Foro	Proyectos
★★★★☆	20	4

Directorio
Instituciones
Iniciativas

Nosotros
Mapa del sitio
Ciudadano RedComun
Contacto

Copyright © RedComun Venezuela 2010



Información Institucional:

Las pantallas a continuación le describen al usuario qué es RedComun Venezuela, el mapa del sitio, qué es Ciudadano RedComun y cómo ser uno y el número, correos electrónicos de contacto.







Programas operativos utilizados para su ejecución

Para la realización del diseño de RedComun Venezuela se utilizaron los programas FreeHand, Adobe Illustrator y Photoshop.

CONCLUSIONES

En las últimas dos décadas Internet se ha convertido en una de las vías de comunicación más efectivas y con mayor alcance a nivel mundial. La elaboración de este proyecto, partió de esa premisa, se sabía que Internet sobre pasaba a los otros medios en capacidad de almacenamiento de contenido y versatilidad, de manera que, fue sencillo calificarlo como la plataforma ideal para alojar un nuevo proyecto comunicacional. También se buscaba que el nuevo proyecto contribuyera a la promoción y a la unión del trabajo de la población de comunicadores sociales, así como del mundo de la Comunicación Social, en Venezuela.

Se trazó como objetivo la elaboración de una propuesta Web que sirviera de espacio para que los comunicadores sociales interactuaran entre sí, participaran en la producción de nuevos contenidos y promocionaran proyectos o actividades, esta propuesta es un espacio donde bachilleres interesados en la comunicación social, estudiantes, egresados e investigadores puedan confluir.

Con base en este objetivo, se realizó la propuesta de Red de Comunicadores de Venezuela; RedComun Venezuela, para la que se creó una interfaz con una arquitectura de la información sencilla que respondiera a las necesidades del usuario y garantizará su usabilidad. También se habilitaron espacios en los que a través de la colaboración de los usuarios se podrá alimentar al sitio Web de nuevo contenido.

De acuerdo a los objetivos planteados la presente propuesta cumple con las expectativas que se trazaron inicialmente dándose por realizado el estudio de la comunidad de comunicadores y su relación con los medios digitales y la elaboración de un proyecto comunicacional ajustado a los resultados obtenidos, manteniendo como norte la promoción de la inteligencia colectiva.

Ahora bien, ¿por qué realizar esta propuesta? En principio porque al realizar una búsqueda de portales de comunicación aparecieron diversas opciones de muchas partes del mundo salvo Venezuela. Si bien se encuentra el portal del Colegio Nacional de Periodistas, este está dirigido principalmente a egresados y las actualizaciones no son periódicas. También porque de todas las páginas de Escuelas de Comunicación Social de universidades venezolanas pocas tenían información actualizada. De igual forma, pocas universidades disponen de espacios digitales donde las personas interesadas puedan informarse de los currículos de profesores o proyectos de investigación elaborados por otros alumnos, entre otros recursos académicos.

Por otro lado, la creación de este portal no sólo responde a la necesidad de la presencia en la Web que la comunidad de comunicadores necesita. También responde a una falta de unidad que existe entre las distintas escuelas de formación de comunicadores en el país. A través de las investigaciones, nos dimos cuenta que los estudiantes entrevistados desconocen cómo funcionan otras escuelas de comunicación social en el país y ni las actividades que llevan cabo.

De igual forma, nos percatamos que en algunas universidades existen centros de apoyo estudiantil para facilitar la búsqueda de pasantías o el desarrollo de proyectos de investigación. Estos esfuerzos son aislados y benefician sólo a los estudiantes de la escuela en la que se prestan. Uno de los planteamientos de RedComun es migrar la atención que es necesitada por los comunicadores en formación a una plataforma de participación colectiva que amplíe el radio de personas beneficiadas.

Cada centro de estudios forma a un tipo de comunicador distinto, lo cual ha redundado más en un aislamiento de los estudiantes de comunicación social que en una integración efectiva de distintos perfiles o tipos de comunicadores. Sin embargo, la idea de unificar y hacer una red donde se pueda compartir conocimiento no es nueva: los estudiantes y profesionales de la Comunicación Social

han buscado a través de redes sociales, con la formación de grupos, cómo promocionar sus actividades. De igual forma, en distintas cátedras se han ejecutado interfases digitales para compartir proyectos e ideas. Estas iniciativas evidencian una búsqueda de integración que hasta ahora no ha impactado a la mayoría de los miembros de Escuelas de Comunicación Social, pero que se está gestando y de continuar siendo desarrollada desde distintos frentes en un futuro podría cambiar el panorama de aislamiento de las Escuelas y por el contrario encontraríamos inmensas redes de generación de conocimientos.

RedComun Venezuela se propone como un espacio que fomentará la interacción en la comunidad de comunicadores, al igual que la promoción de sus trabajos y actividades. Sin embargo, no es una solución única. Es necesario para la concatenación de la comunidad de comunicadores que la participación vaya más allá de la virtual. Los espacios de interacción también deben ser reales y de encuentro presencial para que así la población poco a poco se vaya uniendo.

De la participación y colaboración de la comunidad de comunicadores depende el éxito y utilidad del proyecto por lo que es necesario que las distintas casas de estudio asuman como objetivo crear vínculos entre sí y promuevan la participación de los estudiantes.

Para que esta participación sea efectiva es necesario que las universidades inviertan en tecnología y dispongan de plataformas digitales capaces de soportar grandes bases de datos y sostengan conexiones de alta velocidad, disponibles para los estudiantes.

Por otro lado, es necesario profundizar en el estudio de la comunidad de comunicadores en Venezuela, sus necesidades, expectativas y proyecciones, para ofrecer medios y recursos útiles para la gestión de nuevos conocimientos en materia de Comunicación Social.

GLOSARIO

Blog: el término es utilizado para denominar a páginas personales donde uno o varios usuarios recopilan cronológicamente textos, fotos, artículos, entre otros de diversos temas y los comparten con la comunidad Web; también son llamados bitácoras.

Foro Web: aplicación Web de mensajería instantánea que permita que diversos usuarios conversen y discutan temas de relevancia para ellos.

Hipertexto: texto que permite conectar de manera inmediata, a medida que se realiza la lectura, con otros textos. Texto en lenguaje html de estructura multilineal.

Hipermedia: modalidad de hipertexto que integra además recursos multimedia (audio, video, imágenes).

HTML: (HyperText Markup Language) Lenguaje de Marcas de Hipertexto, es el lenguaje de marcado más usado para la elaboración de páginas Web. Es usado para describir la estructura y el contenido en forma de texto, así como para complementar el texto con objetos tales como imágenes.

HTTP: (HyperText Transfer Protocol) Protocolo de Transferencia de Hipertexto, es el protocolo de comunicación que soporta a la World Wide Web (WWW).

Interfaz: es el sistema interactivo que usa el usuario para manipular los programas del ordenador o las páginas Web.

Interfaz gráfica de usuario: sistema interactivo de imágenes y objetos gráficos que representa la información y acciones disponibles en la interfaz.

Layout: diseño del contenido y disposición de los elementos gráficos en una página

Peer to peer: red de computadoras unidas por nodos y no un servidor fijo que permite el intercambio directo de información.

Redes sociales en Internet: se refiere a una estructura social compuestas por varias personas que se encuentran conectadas entre sí a través de la red

Scroll: se refiere al movimiento de arriba hacia abajo que realiza el usuario para desplazarse en una página Web.

Wiki: es un sitio Web cuyas páginas pueden ser editadas por múltiples voluntarios a través del navegador Web. Los usuarios pueden crear, modificar o borrar un mismo texto que comparten.

WWW: (World Wide Web) sistema de documentos de hipertexto conectados por vínculos a los cuales se puede acceder a través de internet.

Web 1.0: se refiere a la forma más básica en términos Web, esta está compuesta por página y buscadores únicamente de texto.

Web 2.0: se asocia al diseño Web que incluye elementos como la interacción y participación del usuario, la colaboración colectiva, el diseño de página de acuerdo a las necesidades de quienes visitan los portales, el uso de elementos como videos, fotos, entre otros.

REFERENCIAS

- ABREU, C. (2003) “Periodismo en Internet”, Editorial Fondo de la Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- ANDER-EGG, E. (2003) “Métodos y técnicas para la investigación social IV: técnicas para la recogida de datos e información”. Editorial Lumen, Argentina.
- Anónimo. “Principios básicos de diseño para Web” ponencia presentada en el Seminario para las Misiones Permanentes ante las Naciones Unidas de habla hispana: Internet, el instrumento esencial de la diplomacia del siglo XXI. Miércoles 16 de marzo de 2005. Documento disponible en: <http://www.un.org/spanish/Depts/dpi/seminario/pdf/principiosfireworks.pdf>
- BALZA, J. y PÁEZ-BRAVO, A. (2009) “www.ilustraalgo.com. Diseño y desarrollo de un Webzine en el contexto de la Web 2.0 que sirva de punto de encuentro de una comunidad por afinidad”. Trabajo de Grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- CASTELLS, M. (2001) “La galaxia Internet”, Editorial Areté, España. Disponible en: <http://www.scribd.com/doc/21180746/Castells-M-La-Galaxia-Internet-2001>
- CASTELLS, M. (1999) “Internet y la Sociedad Red” Disponible: <http://www.scribd.com/doc/6893698/Castells-Manuel-Internet-y-la-Sociedad-Red>
- CISCO (2010) “La hiperconectividad y la próxima era del zettabyte”. Documento en línea disponible en: www.cisco.com/web/LA/.../Cisco_Hyperconnectivity_WP_0610_LAS.pdf

- FEDUPEL (2006) “Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales”, Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Disponible en: <http://www.como-hacerlo.com/libros/upel-manual-de-trabajos-de-grado/1/>
- FIDIAS, A. (1999) “El Proyecto de Investigación”, Editorial Episteme, Caracas. Disponible en: <http://s3.amazonaws.com/ppt-download/fidias-arias-tercera-edicion-1212581320517999-9.pdf?Signature=Z%2BguvXRV5SHAHrg2ayGEnVGXKH8%3D&Expires=1273762647&AWSAccessKeyId=AKIAJLJT267DEGKZDHEQ>
- FUMERO A. y ROCA G. (2007) “Web 2.0” Fundación Orange, España. Disponible en: http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/publi_253_11.asp
- GORDON, B. y GORDON, M. (2008) “Manual de Diseño Gráfico Digital”, Editorial Gustavo Gili, extractos disponibles en: <http://www.ggili.com/extractos.cfm?IDIDIOMA=ES&IDPUBLICACION=1219>
- KRUG, S. (2005) “No me hagas pensar”, Editorial Pearson Prentice Hall, Madrid.
- KÜPPERS, H. (1993) “Fundamentos de la teoría de los colores”, Ediciones Gustavo Gili, Barcelona.
- MARCANO, C. y PACHECO, K. (2006) “ECS en Línea. El Portal de las Escuelas de Comunicación Social”. Trabajo de Grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- NIELSEN, J. (2001) “Usabilidad. Diseño de Sitios Web”, Editorial Anaya Multimedia, España. OJEDA, M. (2008) “El.Cafetín.net. Diseño y desarrollo de una red social virtual para todas las Escuelas de Comunicación Social de la República Bolivariana de Venezuela (estudiantes, profesores y egresados), comunicadores sociales y carreras afines del país”. Trabajo de Grado para

optar al título de Licenciado en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela, Caracas.

- PIERRE, L. (2004) “Inteligencia Colectiva”. Disponible: <http://www.scribd.com/doc/21792749/Inteligencia-Colectiva-Pierre-Levy>
- RIBES, X. La Web 2.0. El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva. Revista Telos. Artículo en línea, disponible en:
[file:///localhost/C:/Users/pc1/Desktop/Tesis%20al%2010-08/Tesis%20Referencias/REF II colaboracion/ %20revista%20TELOS%20%20Perspectivas%20 %20La%20Web%202.0. br El%20valor%20de%20los %20metadatos%20y%20de%20la%20inteligencia%20colectiva.mht](file:///localhost/C:/Users/pc1/Desktop/Tesis%20al%2010-08/Tesis%20Referencias/REF%20II%20colaboracion/%20revista%20TELOS%20%20Perspectivas%20%20La%20Web%202.0.%20br%20El%20valor%20de%20los%20metadatos%20y%20de%20la%20inteligencia%20colectiva.mht)
- ROSENFELD L. y MORVILLE P. (2002) “Information Architecture for the World Wide Web”, Editorial O’Reilly & Associates.
- SELLE, G. (1975) “Ideología y utopía del diseño”, Editorial Gustavo Gill, España.
- TRAMULLAS, J. (2002) “Arquitectura de la Información” Revista Clip N°39. Artículo disponible en: <http://www.sedic.es/clip39.pdf>
- TROTTA, M. y PIÑA, C. (2009) “www.novatosfuimostodos.blogspot.com”, blog producto de Trabajo de Grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- Varios autores (1997) “Breve historia de Internet” Primera Parte. Documento en línea disponible en:
<http://www.ati.es/DOCS/internet/histint/histint1.html>.
- WILLIAMS y TOLLETT (2006) “Diseño Web”, Editorial Anaya Multimedia, España.

ANEXOS

ANEXO 1

Escuelas de Comunicación Social en Venezuela

1.1 Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela

Ubicación	Caracas
Año de fundación de la escuela	1946
Menciones	No posee menciones
Duración de la carrera	10 semestres
Desarrollo Web	La Escuela cuenta con su propio portal informativo, dinámico, en el cual hay enlaces para promocionar otros medios propios de la escuela. También cuenta con un blog para el departamento de coordinación académica.
Perfil del egresado	“El egresado de la Escuela de comunicación Social debe ser un profesional comprometido con los valores de la democracia, la defensa y la promoción de los Derechos Humanos, en especial los relativos a la libertad de información y expresión, la defensa de la identidad y la soberanía nacional. Es un profesional provisto de una sólida formación cultural y técnica de carácter integral que le permite intervenir y apoyar los procesos de desarrollo político, social, cultural y comunicaciones de un país. Igualmente, debe estar capacitado en el uso adecuado del idioma y en la comprensión de la lógica del funcionamiento de los medios de comunicación social.”

(Portal de la ECS-UCV)

1.2 Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello

Ubicación	Caracas, Ciudad Guayana (Edo. Bolívar)
Año de fundación de la escuela	1961
Menciones	Artes audiovisuales, comunicaciones publicitarias, periodismo
Duración de la carrera	10 semestres sede central; 5 años, sede Ciudad Guayana.
Desarrollo Web	El desarrollo Web de la escuela se limita a su sección dentro del portal informativo de la universidad que es de carácter estático y actualizado constantemente.
Perfil del egresado	“El egresado de la escuela de Comunicación Social de la universidad Católica Andrés Bello deberá ser un licenciado con una sólida formación humanística y ética, que posea los conocimientos académicos (teóricos y prácticos) que le permitan desenvolverse con versatilidad y soltura en la aplicación de las distintas técnicas de Comunicación Social, independientemente de la especialidad elegida para su perfil profesional.”

(Portal de la UCAB)

1.3 Escuela de Comunicación Social de la Universidad Santa María

Ubicación	Caracas, Barinas (Edo. Barinas), Puerto la Cruz
Año de fundación de la escuela	1998
Menciones	Periodismo impreso, periodismo audiovisual, comunicación corporativa.
Duración de la carrera	10 semestres.
Desarrollo Web	El desarrollo Web de la escuela se limita a su sección dentro del portal informativo de la universidad que es de carácter estático.
Perfil del egresado	“El profesional egresado de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Santa María tiene una formación integral, orientada hacia la práctica profesional de acuerdo con parámetros de excelencia en el uso del lenguaje, capacidad estratégica, principios éticos y destrezas instrumentales. Por tanto, está capacitado para el trabajo productivo en el desempeño de toda actividad comunicacional; entendida ésta como la investigación, recolección y procesamiento de información para la creación de mensajes adecuados a los requerimientos de las tecnologías y los nuevos medios. Además, es un profesional que se caracteriza por su flexibilidad, responsabilidad y creatividad, que son condiciones consustanciales a su función básica de encauzamiento de los flujos de información. El profesional de Comunicación Social de la Universidad Santa María se entrena y aprende la utilización de los conceptos, las técnicas, los procesos, las formas y los métodos propios de la disciplina comunicacional, para comprender y comunicar la realidad existente, como paso inicial de una acción que contribuya realmente con el progreso de la sociedad a la que pertenece. Es pues, la cuna de un profesional con gran creatividad y dominio exhaustivo de las herramientas del oficio.”

(Portal de la USM)

1.4 Escuela de Comunicación Social de la Universidad Monteávila

Ubicación	Caracas.
Año de fundación de la escuela	1998
Menciones	No posee menciones.
Duración de la carrera	10 semestres.
Desarrollo Web	El desarrollo Web de la escuela se limita a su sección dentro del portal informativo de la universidad que es de carácter estático.
Perfil del egresado	“En la Facultad de Ciencias de la Comunicación y la Información de la Universidad Monteávila el alumno puede cursar la carrera de Comunicación Social. Allí el estudiante se prepara para el ejercicio fundamental de la actividad mediadora propia del comunicador, logrando experiencias importantes en todas las áreas de especialización. No se trata de formar en el conocimiento parcelado de la comunicación, sino de dominar las claves del ejercicio profesional del comunicador. Por ello, el comunicador social de la UMA invierte tiempo y esfuerzo en consolidar su capacidad para producir mensajes, más allá de las tecnologías cambiantes.”

(Portal de la UMA)

1.5 Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Santa Rosa

Ubicación	Caracas.
Año de fundación de la escuela	1999
Menciones	Periodismo impreso, comunicación organizacional, comunicación audiovisual.
Duración de la carrera	10 semestres.
Desarrollo Web	El desarrollo Web de la escuela se limita a su sección dentro del portal informativo de la universidad que es de carácter estático.
Perfil del egresado	“El egresado en Comunicación Social de la Universidad Católica Santa Rosa, está capacitado para desempeñarse en las áreas de comunicación impresa, audiovisual y organizacional, con la finalidad de crear un material destinado a educar, informar y entretener. El comunicador de impreso, redacta artículos sobre hechos noticiosos que marcan pauta y conforman la noticia. Escriben reportes sobre noticias generales, deportes, política, economía, cultura y sociales. El comunicador organizacional realiza evaluaciones de entorno de forma original y eficaz, para la creación y ampliación de condiciones favorables en el área de las comunicaciones corporativas. Diseña y aplica programas de imagen, comunicación y relaciones públicas de empresas e instituciones. El comunicador de la mención audiovisual realiza y dirige producciones para el cine, la radio y la televisión, elaborando un material de calidad que instruya y a la vez divierta a un público cautivo.”

(Portal de la UCSAR)

1.6 Escuela de Comunicación Social de la Universidad Bolivariana de Venezuela

Ubicación	Caracas, Valencia (Edo. Carabobo), Ciudad Bolívar (Edo. Bolívar), Maturín (Edo. Monagas), Punto Fijo (Edo. Falcón).
Año de fundación de la escuela	2003
Menciones	Periodismo impreso, comunicación organizacional, comunicación audiovisual.
Duración de la carrera	4 años- Título: Licenciado en Comunicación Social; 2 años- Título: Técnico Superior Universitario en Producción de Medios.
Desarrollo Web	El desarrollo Web de la escuela se limita a su sección dentro del portal informativo de la universidad que es de carácter estático.
Perfil del egresado	“El Programa Grado en Comunicación Social de la Universidad Bolivariana tiene como objetivo formar profesionales capacitados teórica y técnicamente para el desempeño comunicacional tanto en comunidades, organizaciones sociales, instituciones y organizaciones públicas y privadas, organismos internacionales como instituciones educativas, con una visión crítica y reflexivas sobre las condiciones históricos-culturales del momento en que vive y plena conciencia de la trascendencia de su labor en el seno de la sociedad.”

(Portal de la UBV)

1.7 Escuela de Comunicación Social de la Universidad Fermín Toro

Ubicación	Cabudare (Edo. Lara), Araure (Edo. Portuguesa)
Año de fundación de la escuela	1989
Menciones	Periodismo, publicidad y relaciones públicas.
Duración de la carrera	10 semestres.
Desarrollo Web	El desarrollo Web de la escuela se limita a su sección dentro del portal informativo de la universidad que es de carácter estático.
Perfil del egresado	El egresado de la Universidad Fermín Toro en la carrera de Comunicación Social, debe tener: • “Capacidad para ubicar, obtener y usar fuentes de información mediante la utilización de la tecnología y recursos humanos disponibles. • Capacidad para comprender, analizar y evaluar los acontecimientos que ocurren a nivel Regional, Nacional y Mundial. • Actitud ética y honesta en el desempeño de su rol de comunicador social. • Actitud favorable constructiva ante el desarrollo del arte en todas sus manifestaciones, de la conciencia nacional, la protección y defensa del medio ambiente.”

(Portal de la Universidad Fermín Toro)

1.8 Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Los Andes

Ubicación	San Cristóbal (Edo. Táchira)
Año de fundación de la escuela	1983
Menciones	Comunicación para el desarrollo económico, comunicación para el desarrollo científico, comunicación para el desarrollo humanístico.
Duración de la carrera	10 semestres.
Desarrollo Web	El desarrollo Web de la escuela se limita a su sección dentro del portal informativo de la universidad que es de carácter estático.
Perfil del egresado	“Serán profesionales de nivel superior capacitados para: 1.1. Ejercer como periodistas profesionales, según lo establece el artículo 3ro de la Ley del Periodismo 1.2. Ejercer las mismas funciones como periodistas con formación específica en las áreas económicas, científicas y humanísticas respectivamente, siendo un analista crítico y objetivo del acontecer nacional, particularmente vigilante de todo lo que atañe a los más altos valores de nuestra cultura. 1.3. Desempeñarse como comunicadores sociales al servicio del desarrollo nacional en las áreas antes mencionadas, contribuyendo al necesario fortalecimiento de las estructuras educativas del país en todo lo relacionado con los programas de educación sistemática.”

(Portal de la ULA)

1.9 Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia

Ubicación	Maracaibo (Edo. Zulia)
Año de fundación de la escuela	1989
Menciones	Periodismo impreso, periodismo audiovisual, publicidad y relaciones públicas.
Duración de la carrera	10 semestres.
Desarrollo Web	El desarrollo Web de la escuela se limita a su sección dentro del portal informativo de la universidad que es de carácter estático.
Perfil del egresado	“Este profesional está en capacidad de: • Elaborar mensajes públicos noticiosos o de opinión, para transmitirlos a través de los medios de comunicación masiva. • Manejar y procesar información en periódicos, diarios, revistas, publicaciones, al igual que en radio, cine y televisión. • Desempeñarse como reportero, diagramador, diseñador, fotógrafo y gerente de información y redacción en el medio impreso y audiovisual. • Laborar en oficinas públicas y privadas, como relacionista público y gerente de comunicación. • Planificar, producir y elaborar mensajes de carácter informativo y de opinión. • Planificar, programar, desarrollar e implementar estrategias comunicacionales que le permitan influir en la opinión pública y aceptación masiva de las ideas que genera.”

(Portal de la LUZ)

1.10 Escuela de Comunicación Social de la Universidad Rafael Bellosó Chacín

Ubicación	Maracaibo (Edo. Zulia)
Año de fundación de la escuela	1997
Menciones	Periodismo impreso, audiovisual, publicidad y relaciones públicas.
Duración de la carrera	10 semestres.
Desarrollo Web	El desarrollo Web de la escuela se limita a su sección dentro del portal informativo de la universidad que es de carácter estático.
Perfil del egresado	“Periodismo impreso: el profesional egresado de Comunicación Social mención Periodismo Impreso estará en capacidad de formar parte de equipos multidisciplinarios; investigar, aplicar técnicas de búsqueda de información, redactar, diseñar estrategias, políticas y proyectos comunicacionales, dirigir equipos de redacción y empresas periodísticas tradicionales y tecnológicas para difundir los hechos noticiosos y orientar la opinión de los públicos sobre el quehacer regional, nacional e internacional, así como organizacional. Audiovisual: el profesional de Comunicación Social egresado en la mención Audiovisual, estará en capacidad de planificar, producir, dirigir programas de diversa naturaleza, así como gerenciar medios de comunicación masiva (radio y televisión) de manera atractiva y en función a la audiencia, los objetivos y recursos institucionales. Publicidad y Relaciones Públicas: el profesional en Comunicación Social egresado en la mención Publicidad y Relaciones Públicas estará en capacidad de informar y presentar programas, realizar campañas de promoción, estudio de mercado y manejo de imagen institucional, gerenciar los medios comunicacionales o departamentos respectivos de empresas públicas y privadas, de las oficinas regionales de información estatales y de la oficina central de información.”

(Portal de la URBE)

1.11 Escuela de Comunicación Social de la Universidad Yacambú

Ubicación	Barquisimeto (Edo. Lara)
Año de fundación de la escuela	1997
Menciones	Periodismo impreso, audiovisual, publicidad y relaciones públicas.
Duración de la carrera	10 semestres.
Desarrollo Web	El desarrollo Web de la escuela se limita a su sección dentro del portal informativo de la universidad que es de carácter estático.
Perfil del egresado	“El propósito de la carrera-programa de Licenciatura en Comunicación de la UNY se orienta hacia la formación de un profesional integral con una amplia formación cultural, una sólida formación ética y un entrenamiento profesional actualizado; capacitado tanto teórica, como práctica y metodológicamente para desempeñar diferentes funciones en el campo de la comunicación para promover el desarrollo, la cultura y la educación de la sociedad y del ciudadano.”

(Portal de la Universidad Yacambú)

1.12 Escuela de Comunicación Social de la Universidad Bicentennial de Aragua

Ubicación	Maracay (Edo. Aragua)
Año de fundación de la escuela	1985
Menciones	Periodismo, publicidad y relaciones públicas, comunicación y desarrollo.
Duración de la carrera	10 semestres.
Desarrollo Web	El desarrollo Web de la escuela incluye su sección dentro del portal informativo de la universidad que es de carácter estático y un grupo en la red social Facebook.
Perfil del egresado	“El Comunicador Social egresado de la Universidad Bicentennial de Aragua es un investigador activo capaz de enviar un mensaje efectivo y coherente gracias a las tecnologías más mediáticas con un alto grado de sensibilización social. La evidente premisa de esta afirmación sugiere que este profesional tiene conciencia plena de su labor como servidor público, el cual es de preponderante influencia en los procesos de cambio. El comunicador es entonces formativo e informativo, y en virtud de ello su ejercicio profesional deberá estar enfocado en el rol de líderes que la transformación del país requiere.”

(Portal de la UBA)

1.13 Escuela de Comunicación Social de la Universidad Cecilio Acosta

Ubicación	Maracaibo (Edo. Zulia)
Año de fundación de la escuela	1984
Menciones	Desarrollo social.
Duración de la carrera	8 semestres (puede ser presencial o a distancia); 6 semestres: Técnico Superior Universitario en Artes Audiovisuales.
Desarrollo Web	El desarrollo Web de la escuela se limita a su sección dentro del portal informativo de la universidad que es de carácter estático.
Perfil del egresado	“El egresado en Comunicación Social, mención Desarrollo Social tiene competencias básicas, genéricas y específicas que le permitirán insertarse laboralmente en la sociedad de la Información y del conocimiento desde el campo de la comunicación para el desarrollo. Puede comprender, interpretar y producir mensajes orales, escritos, audiovisuales y digitales. Valora, analiza y conceptualiza los elementos y procesos de la comunicación. Está en capacidad de aplicar las tecnologías de la información y comunicación a los procesos de investigación, producción y difusión de mensajes. Promueve y gestiona planes, programas y proyectos comunicacionales en organizaciones sociales públicas y privadas que faciliten la participación de diversos actores en los procesos de cambio sociocultural y de desarrollo humano sustentable.” “El TSU en Artes Audiovisuales de la Unica es un profesional capacitado, técnica y humanísticamente para desempeñarse en las áreas técnicas de la televisión, con criterios y principios estéticos de la imagen y el sonido en la producción, dirección y postproducción audiovisual, con una sólida formación en el área de la gerencia y la dirección de los medios audiovisuales con dominio de las tecnologías de la información y la comunicación, y apto para desempeñar diversos roles en canales de televisión, productoras audiovisuales, emisoras de radio, teatros y salas de cine, así como en el montaje y asistencia técnica de espectáculos públicos masivo.”

(Portal de la UNICA)

1.14 Escuela de Comunicación Social de la Universidad Arturo Michelena

Ubicación	San Diego (Edo. Carabobo)
Año de fundación de la escuela	2001
Menciones	Desarrollo social.
Duración de la carrera	10 semestres.
Desarrollo Web	El desarrollo Web de la escuela se limita a su sección dentro del portal informativo de la universidad que es de carácter estático.
Perfil del egresado	“Funciones: periodismo informativo, publicidad, relaciones públicas, producción audiovisual en radio, cine, televisión y fotografía. Protocolo y organización de eventos. Conocimientos: teorías y desarrollo de la comunicación social. Desarrollo de la comunidad, lingüística., procesos de la comunicación, redacción, entrevistas, encuestas, reseñas, reportajes. Habilidades y destrezas: investigador social, reflexivo, crítico y analítico. Capacidad de orientar la opinión pública. Analista de temas. Interpretar el hecho comunicacional. Habilidad para manejar diferentes fuentes y organizar la información. Actitudes: disciplinado, observador, analítico, juicioso, comunicador, integrador, reflexivo, critico, creativo. Valores: ética, patriotismo, estética, honradez, veracidad, honestidad, solidaridad, responsabilidad, autenticidad, tolerancia, veracidad, solidaridad, responsabilidad, autenticidad.”

(Portal de la UAM)

1.15 Escuela de Comunicación Social de la Universidad Santa Inés

Ubicación	Barinas (Edo. Barinas)
Año de fundación de la escuela	2005
Menciones	No disponible
Duración de la carrera	No disponible
Desarrollo Web	El desarrollo Web de la escuela se limita a su sección dentro del portal informativo de la universidad que es de carácter estático.
Perfil del egresado	No disponible

(Portal de la USI)

ANEXO 2

Los 30 países con el mayor número de usuarios en Facebook, para el 1ro de julio de 2010

Número de usuarios de Facebook						
Posición	País	jul-08	jul-09	jul-10	% de incremento en los últimos 12 meses	% de incremento en los últimos 24 meses
1	EEUU	27,811,560	69,378,980	125,881,220	81.4%	352.6%
2	RU	11,171,540	18,711,160	26,543,600	41.9%	137.6%
3	Indonesia	209,76	6,496,960	25,912,960	298.9%	12253.6%
4	Turquía	3,464,640	12,382,320	22,552,540	82.1%	550.9%
5	Francia	2,461,140	10,781,480	18,942,220	75.7%	669.7%
6	Italia	491,1	10,218,400	16,647,260	62.9%	3289.8%
7	Canadá	9,621,820	11,961,020	15,497,900	29.6%	61.1%
8	Filipinas	162,64	2,719,560	14,600,300	436.8%	8877.1%
9	México	1,042,820	3,644,400	12,978,440	256.1%	1144.6%
10	España	695,9	5,773,200	10,610,080	83.8%	1424.7%
11	India	711,52	3,236,140	10,547,240	225.9%	1382.4%
12	Argentina	417,98	4,906,220	10,542,040	114.9%	2422.1%
13	Colombia	2,412,000	5,760,300	10,226,820	77.5%	324%
14	Alemania	618,08	3,136,680	9,949,760	217.2%	1509.8%
15	Australia	3,217,380	6,053,560	9,009,660	48.8%	180.0%
16	Malasia	450,58	1,995,040	7,317,520	266.8%	1524.0%
17	Chile	2,105,820	4,830,680	6,944,540	43.8%	229.8%
18	Taiwan	71,34	685,46	6,745,160	884.0%	9355%
19	Venezuela	966,7	3,578,740	6,686,300	86.8%	591.7%
20	Brasil	119,08	1,015,400	4,757,200	368.5%	3895%
21	Tailandia	114,18	697,34	4,216,760	504.7%	3593.1%
22	Suecia	1,141,700	2,287,240	3,798,020	66.1%	232.7%
23	Egipto	783,44	1,618,040	3,581,460	121.4%	357.2%
24	Belgium	531,74	2,372,460	3,505,920	47.8%	559.3%
25	Hong Kong	837,9	2,087,580	3,408,240	63.3%	306.7%

Número de usuarios de Facebook						
Posición	País	jul-08	jul-09	jul-10	% de incremento en los últimos 12 meses	% de incremento en los últimos 24 meses
27	Sur África	878,12	1,720,820	2,884,080	67.6%	228.4%
28	Grecia	505	1,638,980	2,838,700	73.2%	462.1%
29	Polonia	83,18	619,18	2,772,540	347.8%	3233.2%
30	República Checa	51,68	1,088,020	2,686,040	146.9%	5097.5%

Tomado de: Facebook usage statistics by country - July 2010 compared to July 2009

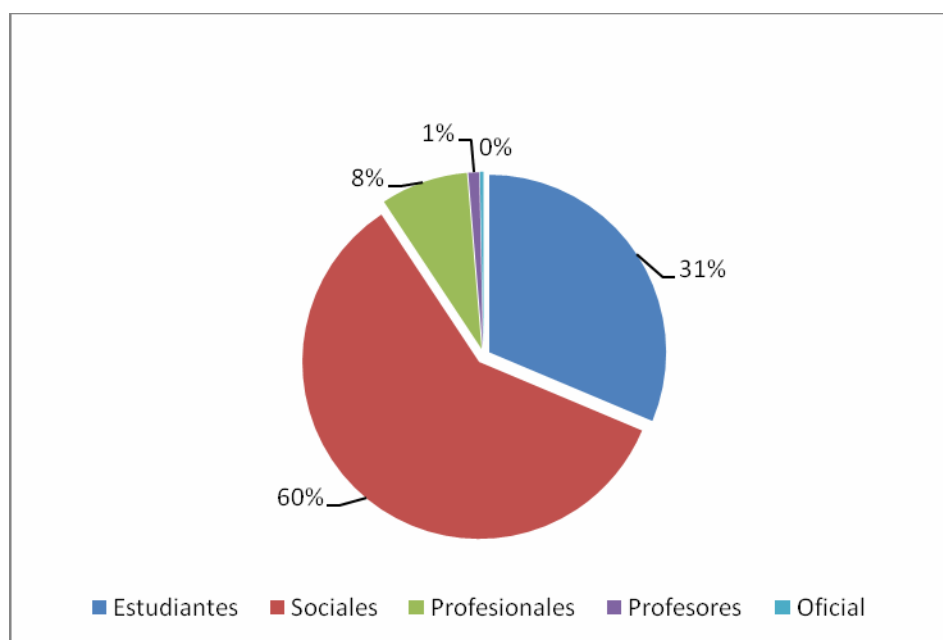
and July 2008 (2010) Información disponible en:

<http://www.nickburcher.com/2010/07/facebook-usage-statistics-by-country.html>

Anexo 3

Grupos de comunicadores venezolanos en Facebook

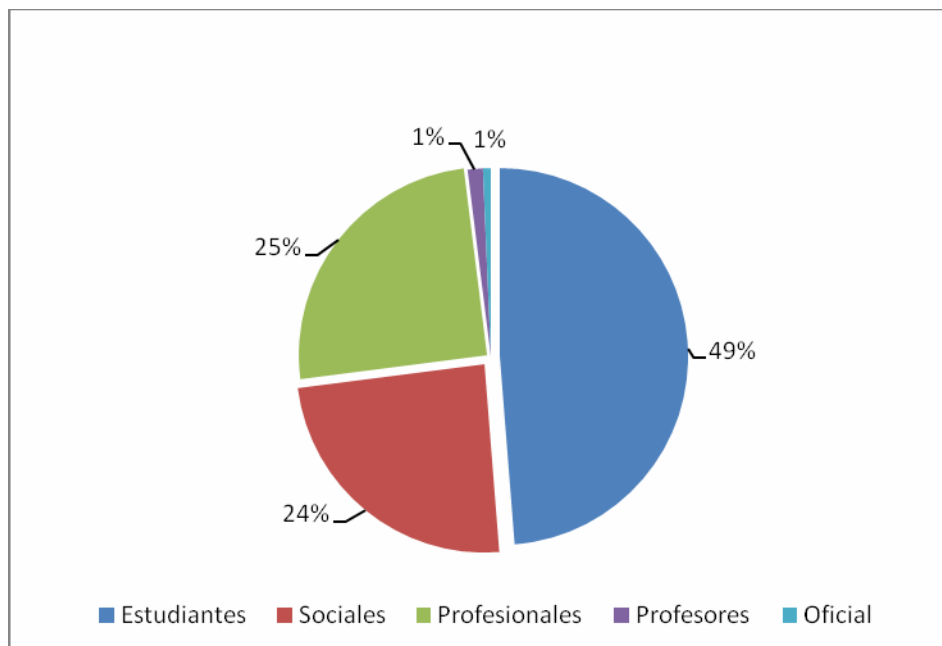
3.1 Distribución de los tipos de grupos de la comunidad de comunicadores en Venezuela creados en Facebook



Tipo de grupo	Número de grupos
Estudiantes	94
Sociales	178
Profesionales	24
Profesores	3
Oficial	1
Total	300

Elaboración propia, datos tomados de www.facebook.com entre el 4 y 8 de agosto de 2010.

3.2 Distribución de los miembros de los grupos de la comunidad de comunicadores en Venezuela creados en Facebook



Tipo de grupo	Número de miembros
Estudiantes	24614
Sociales	12234
Profesionales	12644
Profesores	656
Oficial	345
Total	50493

Elaboración propia, datos tomados de www.facebook.com

entre el 4 y 8 de agosto de 2010.

ANEXO 4

Entrevista grupal a estudiantes y egresados de Escuelas de Comunicación Social

venezolanas

E: ¿La universidad que escogieron llenó completamente sus expectativas o les habría gustado estudiar en otra universidad?	
María Alejandra	Yo estoy bien contenta con la católica
Alejandra	Bueno sí, aunque había profesores que no dieron todo lo que tenían que dar.
Verónica	En mi caso si me habría gustado estudiar en la católica, pero no tiene nada que ver con mi escuela, sí llenó mis expectativas la central, claro salvo una que otra cosita.
E: ¿Al ingresar tenían información suficiente sobre la oferta académica de la escuela que seleccionaron?	
María Alejandra	En este país nada te llega antes.
Giovanna	Por lo menos en el caso de mi universidad nos dan un cuadernillo, claro te lo dan el día que empiezas, pero ahí tienes la información de los horarios, de los profesores, del pensum de cada materia
Verónica	Yo particularmente busqué los pensum tanto de la católica como de la central, de la católica sí me fue más fácil conseguir el pensum, no está dividido ni por semestre ni por año, pero lo encontré. En el caso de la central sí me costó bastante conseguir el pensum, lo conseguí en otra página que no aparece como página de la UCV, pero yo si necesite ver el pensum para escoger la universidad que yo quería, no tanto por la calidad de la universidad sino por lo que yo quería como profesional.
Alejandra	En mi universidad la página es la peor de todas te metes ahí casi no consigues los horarios ni el pensum, además que ahí dan educación y comunicación social, consigues información ahí por encimita, si quieres ver qué profesor da una materia o los horarios no lo vas a conseguir.

E: ¿Cómo escogieron la escuela donde iban a estudiar?	
María Alejandra	Yo en la católica porque bueno hace muchos años no había tantas escuelas de comunicación social en ese momento y era de las que estaba mejor posicionada no solamente en el tema de nivel académico, sino que también era en cuestión de infraestructura, computadoras, todo ese tema, era la carrera más difícil de entrar en toda la universidad, al igual que en la central.
Alejandra	En mi caso porque es más fácil el acceso y porque es la más barata y la vi en el libro ese de oportunidades que te dan en quinto año y la escogí.
Giovanna	Yo escogí mi universidad, aunque en el momento que yo la conocí era pequeña y no todo el mundo la conocía, pero ellos hacían como visitas a colegios y agarraban y te daban toda la información, la verdad cuando terminé el colegio yo estaba muy indecisa en cada universidad dejé materias diferentes en la Metro dejé que si administración, en la católica creo que había dejado ingeniería y en la Monteavila dejé comunicación social y tuve mi año sabático afuera y ahí decidí que ingeniería ni de broma que lo mío es comunicación social, tenía el cupo reservado era en la Monteavila entonces regresé y empecé ahí.
Verónica	Yo tenía mejores referencia de la Católica porque conozco más gente que estudia en la Católica y la de la central sabía por mi mamá que estudiaba letras y siempre está el cliché de que la central es la mejor universidad y que es gratis sobre todo la parte de que era gratis y nunca pensé en quedar pero en vista de que quedé pues fino.
E: Al realizar investigaciones ¿Cómo fue el proceso de búsqueda de fuentes?	
Alejandra	La gente es muy abierta, a mí me tocó hacer un reportaje en el puente de las fuerzas armadas, la gente pensaba que nosotras éramos periodistas de un canal solo porque teníamos una cámara pequeña ni siquiera era una cámara profesional y la gente te daba toda la información.
E: Pero más allá de la gente, figuras importantes, autoridades políticas.	
Verónica	Ahí sí yo parí, porque me tocó hacer un reportaje de barrio adentro, me tocó ir al sitio y ya por toda la parte política, nadie me podía dar información, tenía que ir al ministerio y en el ministerio no había ese acceso de tú hablar con una figura importante, tienen su departamento de comunicaciones que te dan la información que a ellos les conviene dar,

	que viene siendo la parte corporativa, pero esa información que uno necesita más allá de una opinión, es verdad lo que ella dice la calle es más fácil, pero ya tratar de tener acceso a una organización un poquito más de cómo quien dice, lo por debajo, es más difícil, tiene que ser que uno conoce a alguien que te da el número, yo vine de parte de no sé quien, para que te atiendan y es complicado.
Alejandra	En mi universidad te dan una carta si necesitas algo de una empresa, yo busco la persona de contacto y les llevo una carta de parte de la universidad que valida que eres estudiante.
E: ¿Cómo hallaron las pasantías o los primeros trabajos?	
María Alejandra	Por lo menos en la época en la que yo hice pasantías era después del paro, no había muchas opciones, eran pocas y sin paga, yo nunca trabajé de gratis y no había oportunidades muy grandes porque la gente no estaba dispuesta a pagar y la recesión económica era muy grande, pero en general siempre había, uno podía encontrar.
E: ¿Cómo te enteraste? ¿A través de carteleras en la escuela?	
María Alejandra	Sí, carteleras en la escuela, además tienes el correo del semestre y también un correo de egresados, con las ofertas ya en este caso laborales, la carrera está organizada por correos de cada semestre y a este semestre le mandas esto a este lo otro, los de octavo de arriba le mandan a los de octavo de arriba.
E: ¿Con las otras universidades tuvieron algún contacto, ofertas pasantías, eventos en otra universidad?	
Giovanna	Por lo menos en la mía siempre han sido las carteleras, eventos que fuesen en otras universidades o en la misma universidad era en carteleras, en el caso de pasantías la universidad tiene a una muchacha que ella se encarga y de hecho ella como que es la que tiene el contacto con las empresas y ya las empresas saben que es ella y cuando necesitan pasantías lo que hacen es que le mandan un correo a ella y ella lo remite a la lista obviamente de estudiantes que ella tiene que están en ese periodo, y en el caso de egresados es tal cual tienen la lista de las personas que egresan y a mi todavía me llegan propuestas laborales, decirte que hay mira no sé, Kraft está buscando un analista con este perfil y ahí tú ves.

Alejandra	En mi universidad es en una cartelera tal empresa necesita pasantes, obvio cuando tu llevas el currículum ya eres la numero mil quinientos y las pasantías las tienes que buscar tú por tu cuenta, ellos no te dicen, no te dan una opción donde tú puedas ir a buscar.
E: En el caso de ustedes que sí tenían ese servicio desde la universidad, ¿lo utilizaron?	
Giovanna	En mi caso no la verdad pero porque yo siempre me enteraba de una pasantía y hacía llegar mi currículum, hacía la entrevista y era seleccionada y en otra oportunidad que fue cuando estuve en polar me postulé a través de Boomerang y ellos me llamaron e hice todo el proceso, pero las otras si fueron porque yo las busqué, o sea me enteré y mandé mi currículum, y todo pero no a través de eso, pero si tengo muchos compañeros que fue a través de la universidad.
María Alejandra	Primero en la Católica las pasantías no son obligatorias sino que son una electiva, yo de verdad las pasantías que obtuve no fueron por la Católica, las obtuve por mis medios, pero todavía me están informando y si necesitas buscar algo, puedo escribir a la escuela y la escuela remite lo que estás buscando.
E: ¿Durante la carrera asistieron a eventos en otras universidades, foros, congresos, eventos deportivos, eventos de ocio, se enteraron de estas actividades, así sea después de que hubieran ocurrido?	
Verónica	Yo me enteraba pero porque conozco gente de otras universidades
E: ¿Asistir habría enriquecido su formación?	
María Alejandra	Lo que pasa es que es complicado, yo lo veo, bueno mi perspectiva es, es complicado, no es tan fácil el cambiar, por ejemplo decir: voy por tercer año de carrera no me está terminando de convencer el pensum de esta universidad ya me voy a cambiar, eso no es tan sencillo, o sea tú no puedes agarrar y decir como en estados unidos, ay me voy a California, ese es mi sueño y me voy a estudiar los dos años que me quedan allá, yo no nunca lo intente porque la verdad era perder un poco el tiempo y yo estaba conforme con mi pensum y si había una que otra cosa como todo en la vida que no estabas del todo de acuerdo o había algo que no te llegaba a gustar tu se lo hacías llegar a la escuela, bueno mira no estoy de acuerdo como se está dando esta materia, no estoy de acuerdo con tal profesor de esta materia y hacían evaluaciones semestrales todo el

	tiempo, entonces no lo veo así.
E: ¿Antes de ingresar a la carrera te habría sido útil encontrar esta información?	
María Alejandra	Lo que pasa es que siento que uno en 5to año te pueden decir todos los pensum y tu no lo vas ni a entender, o sea en primer semestre yo veía una materia que se llamaba morfosintaxis yo me inscribí y me fui al diccionario a ver qué era eso porque yo no tenía ni idea que significaba o sea es complicado, en 5to año no siento que uno esté eligiendo tanto por el pensum si no también como la ubicación geográfica, el costo, son muchas variables y el pensum no es la más fuerte. Yo quiero estudiar comunicación social y todas estas están avaladas, cual me queda cerca de la casa, cuales puedo pagar, cuales tienen mejor reputación y entre todas esas tu intentas ingresar o por lo menos a mí me paso, que yo era una buena estudiante, ni siquiera es que yo andaba espalomada por la vida, el pensum, yo confiaba en la Católica, lo que me dijera la Católica estaba bien.
E: ¿Actualmente tienen contacto con una página web con foros, para conversar de temas de comunicación social, o algún otro tipo de herramienta participativa?	
María Alejandra	Sí claro, yo estoy inscrita en el colegio Nacional de Periodistas, y te informan constantemente, están los comunicados de la católica, también el grupo de comunicadores en Facebook y para buscar información tengo la página de verdad el Centro Gumilla ha hecho un trabajo importante digitalizando la revista comunicación por lo menos desde el año 2007, y también se está distribuyendo internamente aquí en Venezuela Dircom, la comunicación corporativa particularmente también esta Twitter que tenemos: Proa, Publicis Group, Grupo Gherzi, todas estas agencias están teniendo también Twitter y eso hay unas que no me interesan tanto pero las que me interesan las sigo.
Verónica	Yo no participo como tal pero sé que hay una página que se llama clases de periodismo creo que es chilena pero tiene mucha información con respecto a foros y cosas así y esa es la que conozco por fuera de resto la pagina del centro nacional de periodistas y eso es ya gremial.
E: ¿No las revisan por falta de tiempo o porque no les interesa?	
Giovanna	Yo es por falta de tiempo, las consulto pero de repente en la noche cuando llego a la casa o de repente estoy en el trabajo y me llega un correo de la universidad de un foro que se va a hacer o algo y es así como

	que ah ok, pero lo leo y sigo con el día a día pues pero creo que es por tiempo más que todo
María Alejandra	Yo nunca fui de participar en foros, no lo hice adentro no lo hago fuera de la academia.
E: En el desarrollo de proyectos de investigación, ¿cómo fue el proceso de ubicación de fuentes?	
Giovanna	Por lo menos en mi universidad ellos, la verdad no se cual es el criterio si te soy sincera, pero aparte de que ellos se quedan con una copia obviamente como todos en la biblioteca, ellos en la página web publican las tesis, no sé qué criterio es, me imagino que no son todas, pero sé que publican, me imagino que serán las mejores o algo, pero ellos yo se que la cargan en la web, porque de hecho había una tesis que yo tenía que consultar y la profesora me dijo metete en la página web mira aquí y aquí, me guio y ahí estaba.
María Alejandra	De la Metropolitana también puedes consultar las tesis, por lo menos de posgrado, están en la web y en la católica yo si sabía que eran las tesis y no solo de mi sección sino de todo el grupo, estoy hablando de 150 personas, yo tenía idea de que era la tesis de todos.
E: ¿Cómo tenías idea?	
María Alejandra	Por carteleras, todos los anteproyectos y todos esos temas, tu veías el titulo y además los profesores te motivaban si aunque no estudiáramos juntos, si teníamos temas similares aprovechen y háganlo juntos además está el centro de estudios de comunicación de la Católica hay unas investigaciones que tú haces sobre prensa, tu televisión y tu radio, entonces había muchas tesis que no eran en conjunto pero era el mismo enfoque, pero ya antes o después de mi si tendría que meterme en la base de datos y buscar.
Alejandra	En mi universidad está la biblioteca, y si te enteras porque no pueden haber dos tesis con el mismo tema ni con el mismo enfoque, ni con nada parecido, sino que todas las tesis tienen que ser distintas, dos personas no pueden hacer una revista de responsabilidad social, tienen que ser dos cosas diferentes, te enteras es por eso, los profesores están comentando además que es una población pequeña de estudiantes.
E: ¿Asistieron a otras universidades para buscar recursos?	

María Alejandra	Bueno tuve que ir a la universidad, a la UCV, porque no tenias un sistema tan grande por web, aun si vas no siembre había todo.
E: ¿Contactaron durante la carrera a investigadores externos a su universidad?	
Giovanna	Por lo menos a nosotros si nos guiaban mucho los profesores y si necesitábamos algún contacto si los profesores lo tenían nos los daban o si nos sugerían fulanito que se yo tiene contacto con tal empresa o con el que fuera que necesitáramos nos daba el teléfono, nosotros llamábamos al profesor y el profesor nos ayudaba de verdad en mi universidad ese tema de llama a fulanito que él conoce a este y ...
E: ¿Encontraban apoyo?	
Giovanna	Sí
María Alejandra	No comprendo la pregunta, por lo menos yo entreviste a 50 personas para mi tesis, porque era un reportaje, y yo hable con profesores de la central con profesores de la Católica, con especialistas del área, que yo estaba trabajando en ese momento y unos si los contacte yo sola, porque yo leí el libro que me pareció genial y fui y lo llame, como mi tutor me ayudaba y me decía mira María Alejandra te doy este contacto porque yo te lo acerco, y nosotros también tuvimos dos talleres de tesis en el último año y ellos te daban datos.
E: ¿La universidad tenía un sistema donde te daban los contactos?	
María Alejandra	Claro, porque a veces tu pensabas que estabas contactando a todos los que eran y ellos te decían no pero te estás perdiendo a fulano y a mengano que saben más que ellos
E: No todas las universidades tienen ese servicio	
Verónica	En mi caso los contactos te los dará tu tutor
Giovanna	Es eso por lo menos en mi universidad no era tanto como un servicio de que mira este es el centro, ven y pregunta y te lo van a dar sino que era tu tutor que te guiaba y te decía ah mira este profesor trabaja en tal agencia y por decirte algo ve y habla con el
E: ¿Era más personal?	
Giovanna	Exacto era más personal

María Alejandra	En mi caso el taller de tesis y el tutor no era la misma persona
E: ¿Taller de tesis sí era una figura en la que te ayudaban y te asistían con fuentes?	
María Alejandra	y un millón de cosas, el enfoque y te obligaba a ir al día
E: ¿En la Central cómo es este proceso?	
Verónica	Usted vaya hija y busque lo que pueda, y usted ve como lo consigue, ahí más que todo el tutor que tienes te puede dar los contactos, vemos seminario de tesis pero es más que todo como hacer la tesis, tú ves como te resuelves y si tienes contactos ahí no hay una base de datos que te ayude, que te diga no sé si quieres hablar con el jefe de redacción del diario tal este es el nombre y este es el numero, ahí cada quien tiene que buscar la manera de encontrar, no hay una base de datos, si acaso la gente que conoce el tutor o los mismos profesores uno les pregunta si saben de algo, mire profe no se qué y ellos te remiten, o algo así, pero tiene que ser directamente de persona a persona porque no existe.
E: Al final del día todos conseguimos los objetivos, pero ¿pudo haber sido más fácil?	
Verónica	Es preferible siempre centralizar la información o al menos clasificarla, porque uno muy novato no tiene ni idea por dónde empezar, no sabes a quien acudir, no sabes a quien decirle.
María Alejandra	Yo creo que sería bueno, pero la verdad a mi no me preocupa.
Giovanna	Yo igual, los profesores nos ayudaron mucho, no era que esta información es confidencial sino que ellos nos apoyaron mucho, pero obviamente si tienes un lugar donde ir y buscarlo obviamente que te va a quitar tiempo y ya tu sabes también a quien quieres a quien no y no tienes que ir de repente, no que lo tiene fulanito, entonces obviamente si sería bueno.