

Galileo
UNIVERSIDAD

La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de manual digital para el manejo y actualización con plantilla WordPress del sitio web de la línea de textos en idioma inglés marca Richmond. Editorial Santillana. Guatemala, Guatemala, 2014.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la
Comunicación
Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Brenda Mariela Morales Cienfuegos
09001235

Para optar por el título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 2014

Diseño de manual digital para el manejo y actualización con plantilla WordPress del sitio web de la línea de textos en idioma inglés marca Richmond. Editorial Santillana.

Brenda Mariela Morales Cienfuegos

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nueva Guatemala de la Asunción, febrero, 2014

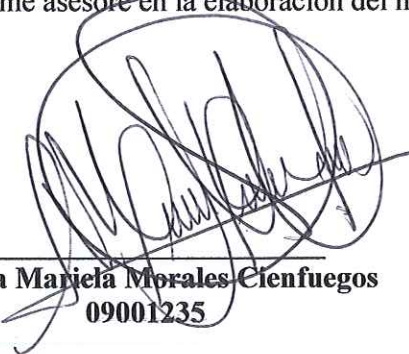
Guatemala 05 de junio de 2013

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
**DISEÑO DE MANUAL DIGITAL PARA EL MANEJO Y ACTUALIZACIÓN
CON PLANTILLA WORDPRESS DEL SITIO WEB DE LA LÍNEA DE
TEXTOS EN IDIOMA INGLÉS MARCA RICHMOND. EDITORIAL
SANTILLANA. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Así mismo solicito que la
Licda. Lissette Pérez, sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Brenda Mariela Morales Cienfuegos
09001235



Licda. Lissette Pérez
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2013

**Señorita
Brenda Mariela Morales Cienfuegos
Presente**

Estimada Señorita Morales:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MANUAL DIGITAL PARA EL MANEJO Y ACTUALIZACIÓN CON PLANTILLA WORDPRESS DEL SITIO WEB DE LA LÍNEA DE TEXTOS EN IDIOMA INGLÉS MARCA RICHMOND. EDITORIAL SANTILLANA. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Lissette Pérez, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación**



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de enero de 2014

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo
Presente

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MANUAL DIGITAL PARA EL MANEJO Y ACTUALIZACIÓN CON PLANTILLA WORDPRESS DEL SITIO WEB DE LA LÍNEA DE TEXTOS EN IDIOMA INGLÉS MARCA RICHMOND. EDITORIAL SANTILLANA. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por la estudiante: Brenda Mariela Morales Cienfuegos, con número de carné: 09001235, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Licda. Lissette Pérez
Asesor

Ciudad de Guatemala, 28 de julio de 2014.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MANUAL DIGITAL PARA EL MANEJO Y ACTUALIZACIÓN CON PLANTILLA WORDPRESS DEL SITIO WEB DE LA LÍNEA DE TEXTOS EN IDIOMA INGLÉS MARCA RICHMOND. EDITORIAL SANTILLANA. GUATEMALA, GUATEMALA 2014***, de la estudiante Brenda Mariela Morales Cienfuegos, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 05 de mayo de 2014

Señorita
Brenda Mariela Morales Cienfuegos
Presente

Estimada Señorita Morales:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 12 de junio de 2014

Señorita
Brenda Mariela Morales Cienfuegos
Presente

Estimada Señorita Morales:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MANUAL DIGITAL PARA EL MANEJO Y ACTUALIZACIÓN CON PLANTILLA WORDPRESS DEL SITIO WEB DE LA LÍNEA DE TEXTOS EN IDIOMA INGLÉS MARCA RICHMOND. EDITORIAL SANTILLANA. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por la estudiante: Brenda Mariela Morales Cienfuegos, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto

Dedicatoria

A Dios: Por haberme dado la vida, la sabiduría y la luz divina para actuar de forma correcta, especialmente durante mi formación profesional.

A mi mamá: Brenda Cienfuegos, por dedicarme su tiempo y apoyarme en mis ideales, porque es la primera persona que cree en mí.

A mis abuelitos: René Cienfuegos y Elma Urrea de Cienfuegos, porque siempre me han apoyado y confiado en que lograría alcanzar todo lo que me propusiera, ya que desde niña me inculcaron valores morales y éticos para ser persona responsable. Gracias por sus sabios consejos.

A la empresa Editorial Santillana, por haberme dado la oportunidad de realizar mi proyecto, además de darme la accesibilidad de conocer cada área de la empresa y permite crecer en el ambiente laboral.

A mí misma, por haberme esforzado y así concluir este proyecto que se pondrá en práctica para muchos docentes que deseen actualizarse en la tecnología.

A mi patria, Guatemala, el país de la eterna primavera. Con lealtad y respeto, a quien serviré como ciudadana responsable.

Podría escribir el nombre de otras personas que me brindaron su apoyo durante esta meta tan esperada. Lo que antes era un sueño, ahora se vuelve una realidad, lo cual es el inicio de una profesión. Cada conocimiento adquirido forjó mi mente, espíritu y carácter para emprender un nuevo camino.

Resumen

La empresa Editorial Santillana y su línea de negocio, Richmond no cuenta con un manual que les permita a los colaboradores utilizar la página web de esa línea. Richmondcan.com

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseño de manual digital para el manejo y actualización con plantilla WordPress del sitio web de la línea de textos en idioma inglés marca Richmond. Editorial Santillana.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por personas de un nivel socio-económico C+, B-, B y B+ quienes poseen nivel de educación superior, estudiantes universitarios y licenciaturas, comprende hombres y mujeres entre los 23 y 45 años de edad. Entre otros y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

Se logró el diseño del contenido para estructurar el manual para los colaboradores que utilizan el sitio web de Richmond, de la empresa Editorial Santillana, para facilitar la comprensión del mismo.

Se recomienda que el departamento de Marketing asigne a una persona que se encargue de mantener actualizado el contenido de la marca, publicar la información que le sea enviada, reunir información y crear nuevos proyectos, que haga más útil la herramienta, según las necesidades que surjan en la empresa.

Autoría

Para efectos legales únicamente la autora es responsable de este proyecto.

Índice	
Capítulo I:	1
1.1 Introducción	1
Capítulo II:	3
2.1 Contexto	3
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.	4
2.3 Justificación	4
2.3.1 Magnitud	4
2.3.2 Vulnerabilidad	8
2.3.3 Trascendencia	8
2.3.4 Factibilidad	8
2.3.4.1 Recursos Humanos	8
2.3.4.2 Recursos Organizacionales	8
2.3.4.3 Recursos Económicos	9
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos	9
Capítulo III: Objetivos de diseño	10
3.1 Objetivo general	10
3.2 Objetivos específicos	10
Capítulo IV: Marco de referencia	11
4.1 Información general del cliente	11
Capítulo V: Definición del grupo objetivo	16
5.1 Perfil geográfico	16
5.2 Perfil demográfico	16
5.3 Perfil psicográfico	17
5.4 Perfil conductual	17
Capítulo VI: Marco teórico	19
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	19
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño	46
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias	67
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	91
7.1 Aplicación de la información obtenida en el Marco Teórico	91
7.2 Conceptualización	96
7.2.1 Método	96
7.2.2 Definición del concepto	97

7.3 Bocetaje	98
7.4 Propuesta preliminar	108
Capítulo VIII: Validación técnica	109
8.1 Población y muestreo	109
8.2 Método e instrumentos	110
8.3 Resultados e interpretación de resultados	115
8.4 Cambios en base a los resultados	128
Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final	131
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución	180
10.1 Plan de costos de elaboración	180
10.2 Plan de costos de producción	180
10.3 Plan de costos de reproducción	181
10.4 Plan de Distribución	181
10.5 Cuadro de Resumen	181
Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones	182
11.1 Conclusiones	182
11.2 Recomendaciones	183
Capítulo XII: Conocimiento general	184
Capítulo XIII: Referencias	186
Capítulo XIV: Anexos	192

Capítulo I:

1.1 Introducción

La empresa Editorial Santillana, S.A. proporciona soluciones para la educación de hoy por medio de libros de texto en español y en inglés, plataformas educativas, herramientas tecnológicas y de servicios de soporte académico. Sin embargo, la marca Richmond creó su sitio web, pero no cuenta con un manual para que los colaboradores utilicen adecuadamente las herramientas tecnológicas de la página. Por tal motivo, se destaca la importancia de proporcionar a los colaboradores un manual que facilite el uso del sitio web, y que el personal de soporte disminuya las horas de trabajo destinadas para esta labor.

Al realizar un estudio con la empresa y sus clientes, se detectó la importancia de diagramar un material visual para los colaboradores, para que ellos puedan interactuar y observar a detalle los pasos para utilizar correctamente las herramientas tecnológicas de la página.

En respuesta a la necesidad planteada, se presenta el siguiente proyecto titulado: "Diseño de manual digital para el manejo y actualización con plantilla WordPress del sitio web de la línea de textos en idioma inglés marca Richmond. Editorial Santillana". Se investigará sobre los temas relacionados con el diseño web, como parte de la conceptualización para aplicarlo a dicho proyecto.

Dentro de las ciencias auxiliares que lo respaldan están: Andragogía, Semiología, Semiótica, Sociología y Estadística.

El objetivo general planteado corresponde a: Diseño de manual digital para el manejo y actualización con plantilla WordPress del sitio web de la línea de textos en idioma inglés marca Richmond. Editorial Santillana.

El proyecto está enfocado a una investigación experimental, cualitativa y cuantitativa. La primera corresponde a una investigación de la empresa, el cliente y el grupo objetivo para saber con exactitud lo que desean satisfacer por medio del Manual. La segunda servirá para cuantificar los resultados obtenidos del grupo objetivo, de la empresa y expertos del área de comunicación y diseño. A través del enfoque cualitativo se evaluará el

nivel de importancia que le da el manual visual a los colaboradores que trabajan en la página web de richmondcan.com.

El instrumento de encuesta se aplicará a 25 personas del grupo objetivo, entre ellas, personas de la empresa Editorial Santillana, S.A. (Directores, coordinadores y colaboradores) y 7 expertos en el área de comunicación y diseño. Todos ellos, hombres y mujeres comprendidos entre 18-60 años.

El principal hallazgo, entre otros, es que el 98% de las personas encuestadas opinó que un manual interactivo para colaboradores que utilizan el sitio web de richmondcan.com les permitirá mejorar el uso las herramientas tecnológicas del sitio web, porque tienen texto e imágenes.

El manual visual será destinado como recurso didáctico para colaboradores, pues ayudará a utilizar las herramientas tecnológicas de richmondcan.com correctamente, porque tiene instrucciones detalladas, lenguaje comprensible e imágenes que puntualizan cada paso, que es un recurso funcional para que los colaboradores se motiven e interesen en el uso de la página web, sin verlo como un trabajo extra, sino como aprendizaje.

Capítulo II: Problemática

La empresa Editorial Santillana, S.A. proporciona soluciones tecnológicas y servicios educativos. Desde 1995 ha trabajado constantemente para apoyar el desarrollo de la sociedad con opciones integrales para la educación del siglo XXI. Dentro de sus proyectos está un portal educativo de Formación Docente y Proyectos Institucionales, páginas web para cada línea de negocio que posee la organización y centros de evaluación e interacción en línea para docentes y coordinadores. Sin embargo, no cuenta con un manual que explique el uso de las herramientas tecnológicas y actualización de la página web de Richmond y que el equipo de colaboradores de marketing tengan un material de guía para utilizar la página y el personal de soporte minimice el tiempo de capacitación y gastos administrativos.

Actualmente la organización editorial no cuenta con una manera de capacitar al personal en el uso, manejo y actualización con plantilla WordPress del sitio web de la marca Richmond. Es por ello que nace la necesidad de la creación de un manual para que se aproveche el potencial de su sitio web y que a su vez esto genere un crecimiento como institución y genere un posicionamiento en su mercado meta.

2.1 Contexto

Editorial Santillana es una empresa que se dedica a la creación de contenidos educativos innovadores que sobrepasen las necesidades pedagógicas de la actualidad. Santillana, también abarca el campo de servicios de formación para docentes, coordinadores y directores de centros educativos, lo cual genera un plus importante a los contenidos formativos impresos. Su principal objetivo es obtener el monopolio en el mercado guatemalteco como la mejor empresa de servicios educativos integrales.

Editorial Santillana es una empresa paraguas para sus líneas que son: Santillana Texto, Richmond, Formación Docente y Tecnología Educativa, Sistemas de Enseñanza y Prisa Ediciones.

Mediante el acercamiento con la empresa durante el período de 3 meses, siendo estos los meses de febrero a abril de 2013, se logró determinar que la organización tiene como estrategias primordiales de mercadeo el acercamiento a sus clientes a través de visitas personales, conferencias y asesoramiento por medio del sitio web de Richmond.

El sitio web de Richmond está generado por medio de WordPress, que es un sistema de gestión de contenido enfocado a la creación de blogs, lo cual no permite que el sitio se pueda modificar y ajustar a las características del grupo objetivo. La información sobre la línea de negocio, Richmond, no está actualizada, no informa sobre los servicios que ofrece, el catálogo e interacción con los clientes; por lo que no es eficiente, no ha causado el impacto deseado en quienes lo visitan. Es un recurso que no ha logrado beneficiar a la empresa de la manera que se esperaba.

A través del diseño gráfico y la comunicación, se espera cumplir con las expectativas del cliente y resolver la problemática detectada.

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño

La empresa Editorial Santillana y su línea de negocio, Richmond no cuenta con un manual de uso, manejo y actualización con plantilla WordPress de su sitio web richmondcan.com.

Al analizar la importancia de contar con un manual de guía para los colaboradores que utilizan el sitio web y que puedan contar con tiempo y soporte en capacitaciones, la empresa Editorial Santillana ha solicitado la elaboración de un manual interactivo para facilitar el aprendizaje de los trabajadores, acerca de las herramientas tecnológicas de la página web para utilizarlas de forma correcta y tener acceso al manual.

2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención de la comunicadora y diseñadora, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud, b) vulnerabilidad, c) trascendencia y d) factibilidad.

2.3.1. Magnitud

Editorial Santillana cuenta con sedes en toda Latinoamérica, la región de interés para el presente proyecto la conforma 3 países, Guatemala, El Salvador y Honduras, constituida como Región Centro América Norte. Región que tiene como meta utilizar la página web de Richmond como herramienta tecnológica. Este dato fue proporcionado por el Director de Marketing de la Empresa Editorial Santillana. La cantidad de colaboradores necesitados de un manual para utilizar el sitio web es un total de 18

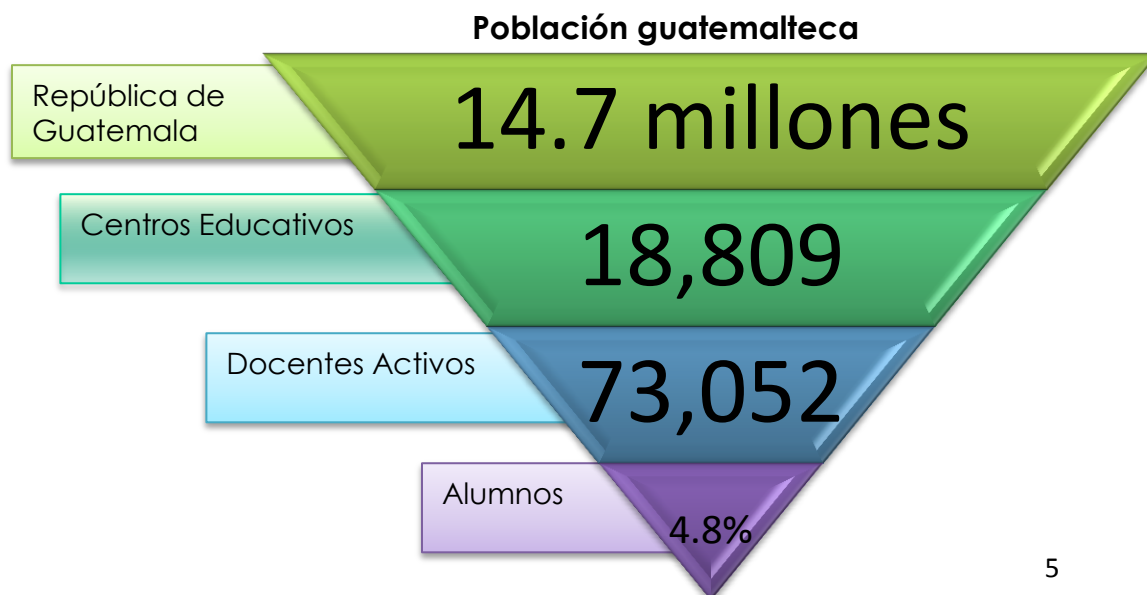
personas para darle soporte a la página y que sea utilizada como recurso y asesoramiento a más de 1000 docentes en los 3 países que conforman la región Centroamérica Norte.

Según el Instituto Nacional de Estadística, Guatemala C.A. (INE), Guatemala en el año 2013 tuvo una población de 14.76 millones de guatemaltecos. Un alto porcentaje de esta población se encuentra en la capital, siendo este un promedio de 4.5 millones de habitantes. Según datos de los últimos censos de población, el 63% de los guatemaltecos son mestizos y blancos de ascendencia europea en su mayoría española y el 36.5% de la población es indígena.

En el país existe un total de 7.003.337 hombres y 7.358.328 mujeres de los cuales se dividen por edades, según la siguiente estadística:

Edad	Total	Porcentaje	Hombres	Mujeres
0-14	5,878,677	40.9%	3,027,304	2,851,373
15-64	7,772,024	54.1%	3,682,854	4,089,170
65-adelante	620,965	4.3%	293,177	327,788

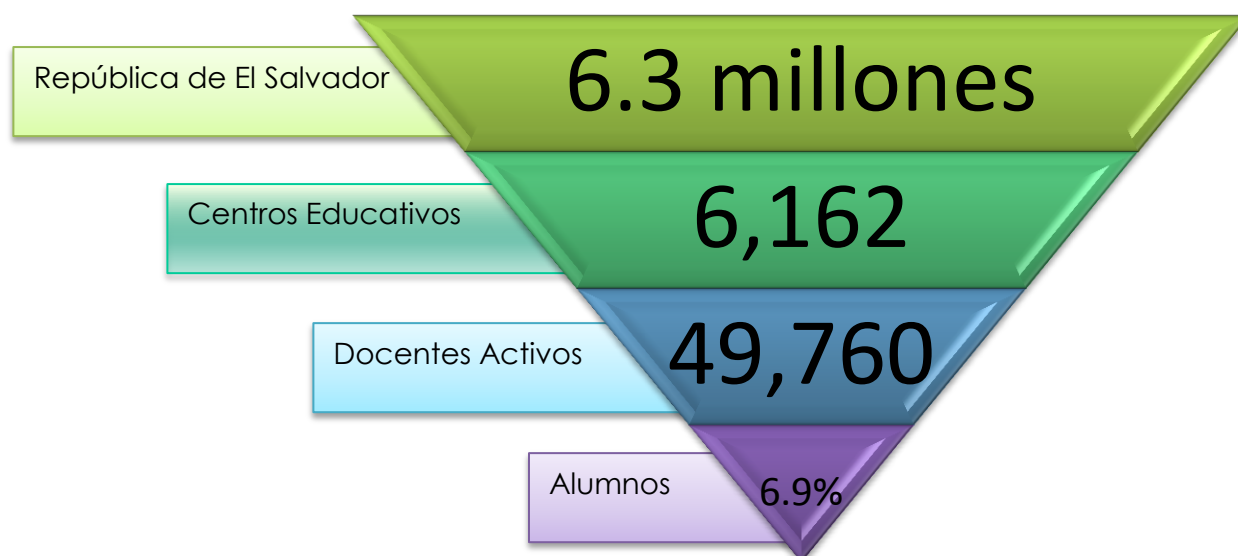
Dentro de esta población existen 18,809 escuelas registradas en el Ministerio de Educación, este sector cuenta con la labor de 4,942 docentes activos, que educa a un total de 700,230 estudiantes.



La población de El Salvador es de 6,288,899 habitantes (2013); el 84% de la población es mestiza, es decir, mezcla de indígenas con europeos. El 15% lo componen blancos de ascendencia española y de otros lugares de Europa. El área metropolitana de San Salvador tiene una población de 2,290,790 habitantes, que es cerca del 37% de la población total. Aproximadamente el 37% de la población salvadoreña vive en zonas rurales. El ente oficial encargado de los registros y estudios demográficos es la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC) del Ministerio de Economía.

Dentro de esta población existen 6,162 escuelas registradas en el Ministerio de Educación, este sector cuenta con la labor de 49,760 docentes activos, que educa a un total de 433,245 estudiantes.

Población salvadoreña

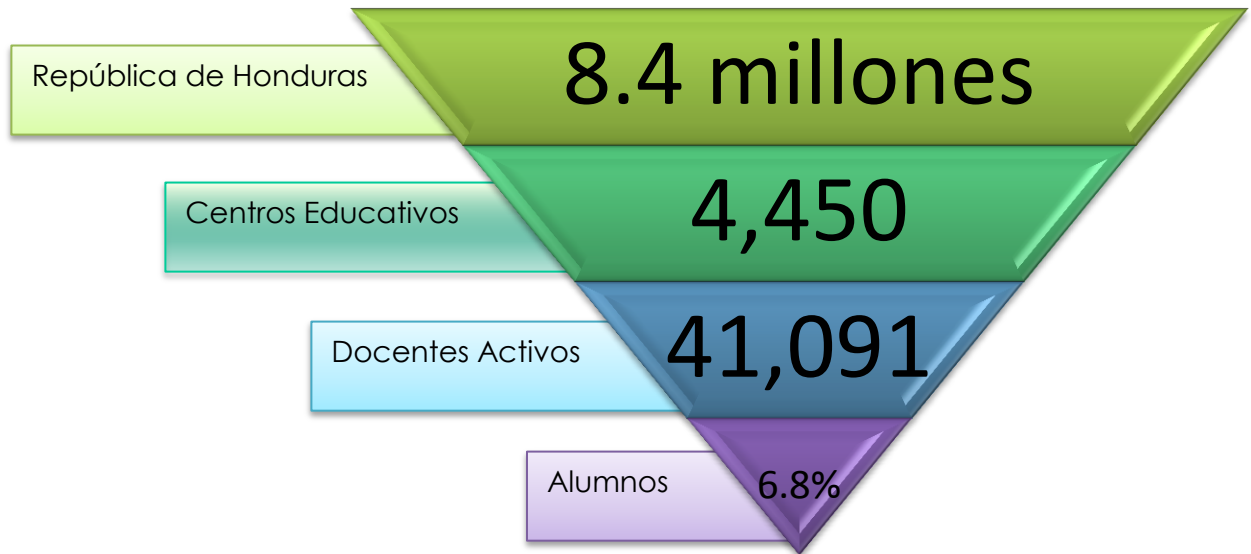


Luego del último censo del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) del 2011, Honduras avanza a completar los nueve millones de habitantes, pues en la actualidad registra 8.4 millones.

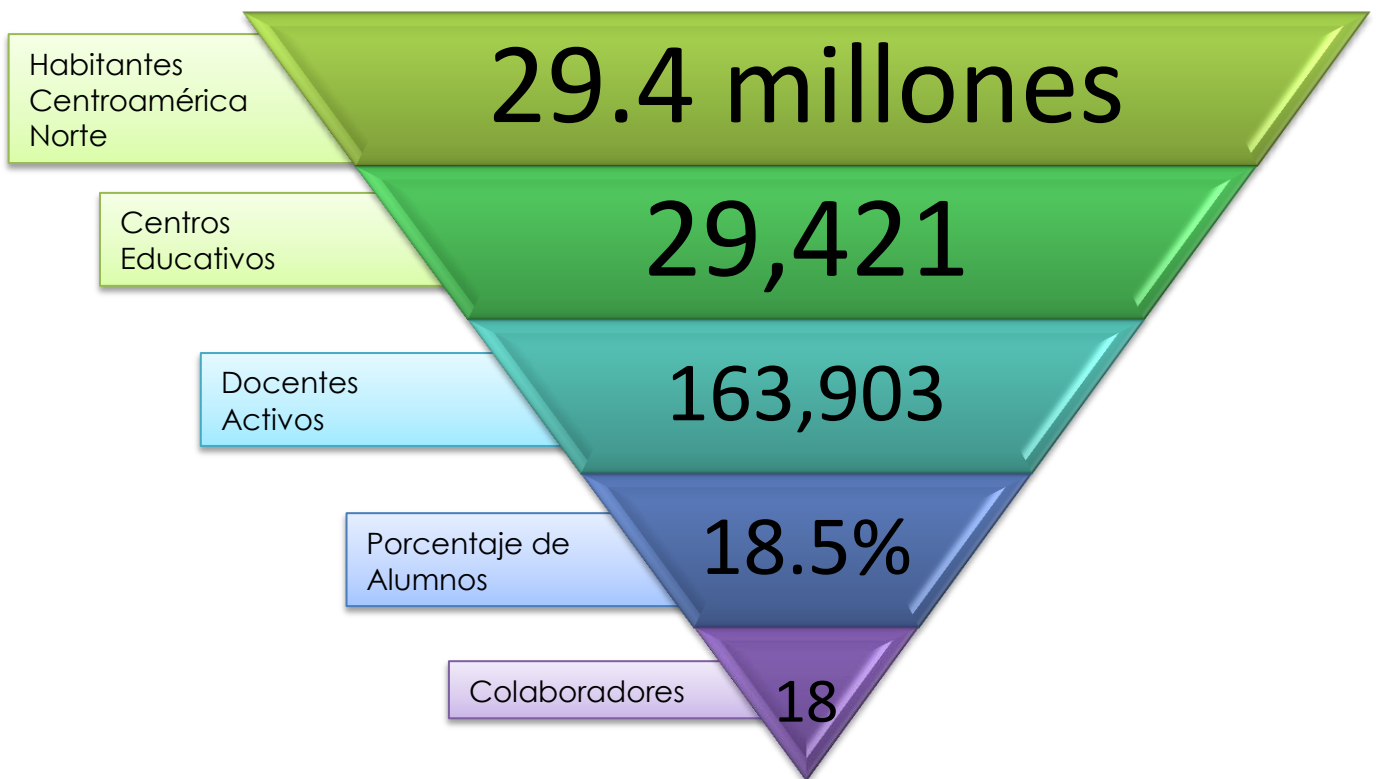
De acuerdo al informe, tres millones 987 mil 236 son hombres y cuatro millones 213 mil 559 son mujeres. Se estima que la tasa de crecimiento anual es de 1.888 por ciento.

Dentro de esta población existen 4,450 escuelas registradas en el ministerio de educación, este sector cuenta con la labor de 41,091 docentes activos, que educa a un total de 560,238 estudiantes.

Población hondureña



Resumen Centroamérica Norte



2.3.2. Vulnerabilidad

La empresa Editorial Santillana por medio del manual interactivo para colaboradores, aumentará así 80% a más la capacidad de los trabajadores de adquirir conocimientos sobre el sitio web, pues en el manual integrará diseño para áreas educativas y tecnológicas, basado en los principales componentes del diseño, entre los que se destacan: tipografía, diagramación, imágenes, colores adecuados, voz y textos.

2.3.3. Trascendencia

Al contar con un manual para uso y manejo del sitio web, se disminuirá la falta de conocimiento del uso adecuado de la página web de Richmond por parte de los colaboradores. Además, el área de soporte de la empresa Editorial Santillana podrá tener más tiempo de atender a sus clientes al resolver las dudas que se le presente únicamente por vía telefónica o correo electrónico.

2.3.4 Factibilidad

El proyecto de un manual interactivo para colaboradores sí es factible porque posee el apoyo de la empresa Editorial Santillana, que cuenta con los siguientes recursos:

2.3.4.1 Recursos humanos: Permitirá conocer e investigar los datos de la empresa, al contar principalmente con el apoyo del Director General de Editorial Santillana Lic. Luis Guillermo Bernal.

- Director General CAN de la Editorial.
- Director de Marketing.
- Coordinador de contenidos digitales
- Ingenieros en Sistemas.
- Técnicos
- Administradores de empresa.
- Personal de ventas.
- Personal de soporte y desarrollo.
- Personal de marketing y comunicación.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales: Los ejecutivos de la empresa autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

- Planeación
- Organización

- Dirección y control en la parte administrativa.

2.3.4.3 Recursos económicos: El Director está consciente de los gastos que el mantenimiento y consumo mensual de internet genera la región Centroamérica Norte.

La profesional de la comunicación y el diseño donará la elaboración de este manual, costo que asciende a Q. 6,525.00.

2.3.4.4 Recursos tecnológicos: Permitirá la creación del sitio web: computadora con hardware apropiado para la realización del sitio, software necesario.

- La realización del proyecto permitirá aumentar el reconocimiento de la empresa y proyectará a Editorial Santillana en un alto nivel tecnológico en el campo de la innovación educativa.
- Tienen servidores alojados en España, Estados Unidos, México y Guatemala, con un servicio de 24 horas, sin importar los días festivos.
- Cuentan con un sistema de trabajo en línea, para realizar cada uno su tarea sin importar en el lugar donde se encuentran.
- Poseen un sistema de llamadas múltiples.
- Dichos recursos apoyan en la elaboración e implementación de un manejo eficiente del sitio web, pues el manual será entregado por medio de Cd, en formato PDF.

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 Objetivo general

Diseño de manual digital para el manejo y actualización con plantilla WordPress del sitio web de la línea de textos en idioma inglés marca Richmond. Editorial Santillana.

3.2 Objetivos específicos

- Investigar información relacionada con aspectos de comunicación y diseño, que constituya el respaldo teórico, para fundamentar el presente proyecto de graduación.
- Recopilar la información relevante para establecer el uso de las herramientas tecnológicas del sitio web Richmond de la empresa Editorial Santillana incluyendo el servicio de la página web richmondcan.com, para plasmarlo en el manual para colaboradores.
- Diagramar el contenido del manual interactivo para los colaboradores que utilizan el sitio web de Richmond de la empresa Editorial Santillana, para facilitar la comprensión del mismo.

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Perfil general del cliente, Editorial Santillana

Editorial Santillana es una empresa que se dedica a la creación de contenidos educativos innovadores que sobrepasen las necesidades pedagógicas de la actualidad. Santillana, también abarca el campo de servicios de formación para docentes, coordinadores y directores de centros educativos, lo cual genera un plus importante a los contenidos formativos impresos. Su principal objetivo es llegar a obtener el monopolio en el mercado guatemalteco como la mejor empresa de servicios educativos integrales.

Editorial Santillana es una empresa paraguas para sus líneas que son: Santillana Texto, Richmond, Formación Docente y Tecnología Educativa, Sistemas de Enseñanza y Prisa Ediciones.

Datos generales de la empresa Editorial Santillana

Nombre de la empresa: Editorial Santillana, S.A.

Dirección: 26 avenida 2-20 zona 14

Teléfono: 2429-4352

Director General: Lic. Luis Guillermo Bernal

Valores dentro de la empresa Editorial Santillana

- **Respeto:** reconocer, aceptar, valorar las cualidades del prójimo y sus derechos.
- **Honradez:** ajustarse a la norma moral especialmente en lo relativo a la veracidad y respeto a la propiedad ajena (fidelidad, honestidad y lealtad).
- **Equidad:** juzgar o tratar con imparcialidad según un sentido imparcial de la justicia.
- **Responsabilidad:** reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos.

Misión de la empresa Editorial Santillana

Contribuir a la transformación de la educación y la cultura de Guatemala, al elaborar contenidos innovadores y ofrecer servicios diferenciados que promuevan la formación integral de la persona para que mejore su calidad de vida e influya en la construcción de una sociedad más equitativa.

Visión de la empresa Editorial Santillana

Ser la empresa referente en innovación de contenidos y servicios educativos y culturales, que respondan a las necesidades de la sociedad y a las exigencias de la era digital, contando con colaboradores competentes y comprometidos con el liderazgo humanista.

FODA

Fortalezas	Editorial líder en el mercado
	Contenidos educativos con la más alta innovación
	Equipo de formación docente
	Contenidos digitales e impresos
	Contenidos educativos para todos los niveles
	Respaldo internacional
	Certificado por el Ministerio de Educación
Oportunidades	Creación de contenidos en otros idiomas
	Monopolio educativo
	Desarrollo de nuevos sistemas de enseñanza
	Alianzas estratégicas con empresas de tecnología
	Avances educativos
	Cobertura de varios segmentos de mercado
	Costos competitivos
Debilidades	Dirección matriz desde España
	Precios más altos que la competencia
	Capacitación para la fuerza de ventas
	Canales de distribución lentos
	Rotación de personal
	Poco presupuesto para Marketing y Publicidad
	Infraestructura poco explotada
Amenazas	Parámetros del Ministerio de Educación, Región Centroamérica Norte
	Desarrollo de nuevos contenidos de la competencia
	Refuerzo en el equipo de ventas de la competencia
	Costos bajos de la competencia
	Poca fidelización de los consumidores
	Mercado competitivo
	Innovaciones de la competencia

COMPETENCIA

Español

- Editorial Norma
- Susaeta
- Piedra Santa







Inglés

- Cambridge
- Oaxford
- Pearson
- Macmillan

Líneas de negocio de la empresa Editorial Santillana

Santillana Texto



Richmond	 Richmond richmondcan.com
Formación Docente	 <p>CENTRO DE FORMACIÓN DOCENTE y TECNOLOGÍA EDUCATIVA</p>
Academic Support Team, AST	 <p>AST growing TOGETHER</p>
Prisa Ediciones	 PRISA EDICIONES
Santillana Compartir	 <p>SANTILLANA.COMPARTIR</p>
Sistema Uno	 UNO [®] INTERNACIONAL

Capítulo V: Definición de Grupo Objetivo

Son hombres y mujeres que habitan la región central de la ciudad de Guatemala, entre los 23 y 45 años, con ingresos aproximados de Q8 mil, con estudios superiores; con un nivel económico que les gusta elegir las características económicas que les permite decidir comprar productos y servicios que se acomodan a sus gustos, antes que comprar algún producto de bajo costo y calidad; interesados en construir o mejorar su estilo de vida a través de la constante participación de la creación de contenidos pedagógicos innovadores.

5.1. PERFIL GEOGRÁFICO

- **País:** Guatemala.
- **Región:** Central, Ciudad de Guatemala, La Nueva Asunción.
- **Área geográfica:** La ciudad está localizada en un valle en el área sur central del país.
- **Población:** En la ciudad habitan 4.103.865 de personas.
- **Zona:** Urbana.
- **Clima:** Templado entre los 9 y 21°C.
- **Altitud:** 1,592 metros
- **Latitud:** 14° 37' 15'' N
- **Longitud:** 90° 31' 36'' O
- **Extensión:** 996 Km²

5.2. PERFIL DEMOGRÁFICO

- **Edades:** 23 a 45 años.
- **Género:** masculino y femenino
- **Ciclo vital de la familia:** familias ya constituidas que cuentan con dos o tres hijos.
- **Educación:** Superior, Licenciatura.
- **Desempeño:** Ejecutivo medio, asesor, comunicador, docente, puestos en centros educativos.
- **Ingreso mensual:** base Q8 mil.
- **Vivienda:** Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 habitaciones, 2-3 baños, 1 sala, estudio área de servicio, garaje para 2 vehículos.
- **Otras propiedades:** Sitios/terrenos interior por herencias.
- **Personal de servicio:** Por día, 3 veces por semana.
- **Educación grupo:** Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o públicas.

- **Vehículo:** Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera.
- **Bienes de comodidad:** 1 teléfono mínimo, 1-2 celulares, cable, internet dedicado, equipo de audio, 2 TV, máquina de lavar ropa, computadora/familia electrodomésticos básicos.
- **Diversión:** Cine, CC, parques temáticos locales.

5.3. PERFIL PSICOGRÁFICO

Acostumbran viajar al menos una vez al año con todo el núcleo familiar, la mayoría de veces dentro del país y en algunas ocasiones al extranjero. Sus actividades principales suelen girar en torno a su vida profesional, les agrada compartir con su familia y practican por lo menos un deporte o asisten al gimnasio para mantenerse saludables.

5.4. PERFIL CONDUCTUAL

Su nivel económico les permite decidir la calidad ante el precio cuando van a comprar algún producto, les gusta elegir las características que se acomodan a sus gustos, antes que comprar algún producto de bajo costo y calidad.

5.4.1 Personalidad

- Comprenden y distinguen las diferentes formas, programas y procedimientos que ofrece la tecnología para buscar, procesar y presentar información que contribuye a la construcción del conocimiento.
- Aseguran la equidad en el acceso a los recursos tecnológicos.
- Identifican, comunican y sirven de modelo en las prácticas sociales, éticas y legales que promueven el uso responsable de la educación y la tecnología.
- Promueven y refuerzan prácticas saludables y ambientalmente seguras en el uso de la tecnología.

5.4.2 Conducta

- Usan la tecnología para obtener y analizar datos, interpretar resultados y comunicar hallazgos con el fin de mejorar las prácticas educativas y el aprendizaje de los estudiantes y prácticas laborales.
- Modelan el uso rutinario, intencionado y efectivo de la tecnología.

- Crean y participan en comunidades de aprendizaje que estimulan, alimentan y apoyan a profesores y administradores en el uso de la tecnología para aumentar la productividad.

5.4.3 Ocasión

- Emplea la tecnología para la comunicación y colaboración entre colegios, personal, padres, estudiantes y la comunidad en general.

5.4.4 Beneficios de compra

Están atentos a las tecnologías emergentes y su potencial uso en educación. Se comprometen a largo plazo en programas de mejoramiento profesional relacionado con su trabajo al utilizar recursos tecnológicos.

Utilizan la tecnología adecuada para enriquecer y apoyar la instrucción y el currículo basado en estándares que conduzcan a niveles altos de logro en los estudiantes.

Facilitan y apoyan ambientes de colaboración enriquecidos por la tecnología que conduzcan a innovaciones para mejorar el aprendizaje.

Facilitan el uso de tecnologías para apoyar y mejorar métodos que desarrollen el pensamiento de orden superior, la toma de decisiones y la capacidad para la solución de problemas.

Capítulo VI: Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:

6.1.1 La educación

Estrada, Enrique (1993) "La educación se refiere a la influencia sistemática e intencional ejercida sobre una persona para formarle o desarrollarse; la acción ejercida por una generación adulta sobre una joven para transmitir y conservar su existencia colectiva, sea una educación esencial. La educación por otra parte, es la que da vida a la cultura."

Estrada, Enrique (1993) "La pedagogía es la reflexión sistemática que se hace sobre la educación; está constituida por principios, relaciones y consecuencias que la elevan a la categoría de una ciencia; de ahí que se llame a la pedagogía, "Ciencia de la educación"."

La pedagogía es una reflexión metódica, una teoría, una idealidad, la educación.



Foto: educación
Recuperado de:
www.monografias.com/trabajos94/principios-didacticos-proceso-educacion

Historia de la Educación

Susana, escribe una "Línea de tiempo desde la prehistoria de la educación", en un artículo publicado en la página web:

"La educación en las culturas primitivas existió en forma de 'enculturación', o sea la transmisión de la cultura de una generación a otra, más que un proceso de educación como el que conocemos hoy. Para estas culturas primitivas, el entorno concreto conformaba la totalidad de su mundo, por lo que el proceso de 'enculturación' era transmitido con muy poca variación de una generación a otra permitiendo que lo que se enseñaba y aprendía fuese muy estático. La educación primitiva se centraba en lograr que los niños o jóvenes adquirieran la suficiente cultura para ser buenos miembros dentro de su tribu o clan, y con gran énfasis en el paso de la niñez/pubertad a la etapa adulta. Es por esto que la educación de esta etapa se basa en la observación e imitación de patrones. Los niños aprenden haciendo, imitando patrones que observan en sus padres y/o comunidades. Uno de los elementos de la educación que podemos decir se repetía en diferentes tribus o clanes era 'la iniciación', el paso formal de la pre-pubertad a la post-pubertad. Este paso, o rito era importante porque fijaba en el aprendiz conceptos relacionados con mitos, creencias, valores, historia y filosofía de la tribu. Una historia del tiempo muy resumida sería: Al principio todo era transmitido en forma verbal (época pre-histórica)."

- **3000 AC** Aparecen los 'templos escuela' en Egipto, donde los curas enseñan religión, ciencia y escritura.
- **2000 AC** Aparecen las primeras escuelas formales en China.
- **1500 AC** Los monjes en India enseñan religión, escritura, filosofía y ciencias.
- **850 AC** La educación en Grecia se produce solo para los hombres libres, los esclavos no tienen acceso a educación.
- **550 AC** Enseñanzas de Confucio en China. Énfasis en el respeto, el bien, generosidad, etc.
- **400 AC** Enseñanzas de Sócrates en Grecia. Énfasis en el pensamiento lógico y la búsqueda de la verdad.
- **385 AC** Platón establece el concepto de 'Academia' como escuela en Atenas y escribe sobre su visión de la sociedad perfecta y la educación basada en la sociedad. Aristóteles también comienza una escuela 30 años después.

- **100 AC** Educación organizada en Roma, enfoque en las ciencias y el arte.
- **Año 0** Enseñanzas de Jesús en Jerusalén.
- **100 DC** Se crea el papel en China.
- **1000 DC** Sistema numérico Árabe en Europa.
- **1100 DC** Movimiento escolástico. Separa la enseñanza puramente religiosa del pensamiento filosófico y científico.
- **1150 -1250** Aparecen las universidades como las conocemos hoy. En Paris, Cambridge, Oxford.
- **1450** Nace la imprenta.
- **1500** Periodo del Renacimiento. Nace un gran interés por aprender. Italia se convierte en un actor importante en historia de la educación.
- **1517** Periodo de la Reforma y literatura. La Biblia se imprime en diferentes idiomas
- **1592** El teatro es un lugar donde se educa a través de las obras. Las obras de Shakespeare tienen un impacto significativo.
- **1609** Galileo inventa el telescopio y anuncia que el sol es el centro del universo. Se aplica censura en la educación por parte de la Iglesia Católica.
- **1780** Primera escuela primaria. Suiza y Alemania.
- **1852** Educación gratis por primera vez. Estado de Massachusetts, USA.
- **1920** Énfasis en la educación temprana. María Montessori, italiana, desarrolla métodos de enseñanza para niños a temprana edad.
- **1950** El televisor es usado como medio de enseñanza en USA. Ya en los 60s y 70s hay programas de cocina y para niños.
- **1954** Integración racial en colegios de USA 1960 Educación a través de métodos multimedia. Proyectoras, grabadoras, cintas son usadas como medio de instrucción.
- **1980** Comienza la era de la computación.
- **2000** Aparece internet y el concepto de conectividad. Una nueva era para la educación. Hoy en día existen programas de estudio únicamente on-line. Es interesante pensar a dónde nos llevará la tecnología en el futuro, mi opinión es que sea lo que ocurra, esta interconectividad nunca logrará reemplazar el rol del docente en el aula.

Tendencias innovadoras de la educación en el siglo XX

Teresa, María (2003), *ibidem*, hace énfasis en los temas innovadores sobre la educación:

- La pedagogía individual, que acentúa el valor de la personalidad individual.
- La pedagogía psicológica, que hace énfasis en el estudio sistemático psicológico del niño y la aplicación a su educación.
- La pedagogía experimental, que tiende a la utilización del método experimental en el estudio del niño en sus relaciones con la educación.
- La pedagogía activa, que tiende a activar el proceso de aprendizaje de los educandos y en la que se polarizan todas las tendencias contemporáneas.



Foto: Educación y tecnología
Recuperado de: www.messengermania.net/252Fwp-content/252Fuploads/252F2009/252F03/252Fnino_tecnologia-300x262.jpg

Tendencias de la época actual de la educación en Guatemala, siglo XXI

El panorama educativo guatemalteco se ha visto renovado en múltiples aspectos, tales como:

La educación universitaria ha ido ampliando su radio de acción, fundándose nuevas universidades privadas: Francisco Marroquín, Rafael

Landívar, Universidad del Valle, Universidad Galileo, y otras extensiones universitarias departamentales, cuyo plan de estudios se inició con los profesorados de Segunda Enseñanza y después con las licenciaturas.

Las tendencias surgidas, tanto en el nivel medio como en el universitario, por establecer nuevas carreras, según lo demandan las especializaciones que se dan en el comercio, la industria, la banca, la comunicación etc., en donde la nación ya requiere y exige un personal calificado especializado.

Uso de la tecnología informática como elemento de gestión en los centros educativos de Guatemala

Teresa, María (2003), *ibidem* hace énfasis en la tecnología en los centros educativos: "El avance tecnológico en informática y computación ha sido un elemento de extrema importancia en el desarrollo de la gestión de calidad. El fundamento de la gestión de calidad se basa en el principio de mejoramiento continuo y este proceso requiere la recolección, el manejo de datos y el análisis de información para verificar progreso".

Estrada, Enrique (1993) dice: "Cada institución educacional debe utilizar equipo computacional y los programas de software que se ajusten a sus necesidades y sean contingentes con el presupuesto institucional."

En la actualidad el uso intensivo y extensivo de computadores y tecnología informática es una necesidad crítica e inevitable en el sector educacional.

El uso de computación ofrece utilidad para manejar y evaluar la gestión educacional y obedece al creciente imperativo de integrar a profesores y alumnos al mundo de la tecnología informática y de la instrucción.

Costos y beneficios de la tecnología computacional en los centros educativos de Guatemala

- La adquisición de un equipo de computación es inversión importante para cualquier institución.
- Conexión permanente a Internet para facilitar el proceso educacional y realización de cursos a distancia.
- Programas de tecnología informática y tecnología de instrucción.

→ Programas de entrenamiento para personas con acceso a equipos y programas, incluyendo la dirección, administración, profesores y alumnos.

Estrada, Sandoval (1993) dice "Para muchos profesores especialmente para los de más edad, la tecnología computacional es un instrumento que no dominan y por lo tanto esta situación los hace sentirse en una posición de desventaja o mayor vulnerabilidad frente a sus alumnos. Esta preocupación es nueva en educación y requiere atención inmediata pues el uso de computadores e Internet será inevitable. Tan inevitable como lo será el uso de la tecnología como método de enseñanza."

Las instituciones educacionales que aumenten el uso de la tecnología como instrumento pedagógico, ya sea por una razón utilitaria, como instrumento de gestión, o con el propósito de aumentar competitividad frente a otras instituciones, deben tener sensibilidad para entender la preocupación de los profesores y proveer facilidades y programas especiales para entrenarlos en el uso de nuevas metodologías educacionales.

La tecnología de instrucción tiene relación con el diseño de cursos y programas para impartirlos a través de Internet, lo cual da la oportunidad a los alumnos de tener acceso a la información desde localidades remotas a la sala de clases. Este servicio educacional puede ser un complemento a clases presenciales un instrumento para ofrecer programas de educación a distancia, como sustituto de programas tradicionales.



Foto: niño usando tecnología
Recuperado de:
[http://www.lapuertapequena.com/
aprender-jugando/ninos/tecnologia-
infantil-ninos](http://www.lapuertapequena.com/aprender-jugando/ninos/tecnologia-infantil-ninos)

La tecnología de instrucción requiere especialistas en computación; diseñadores de programas de computación y páginas Web, para asistir a los

profesores en el proceso de diseñar cursos y ponerlos en las páginas Web e Internet.

6.1.2 Docentes

Estrada, Sandoval (1993) concluye que “docente es aquel individuo que se dedica a enseñar o que realiza acciones referentes a la enseñanza. La palabra deriva del término latino docens, que a su vez procede de docēre (traducido al español como “enseñar”). En el lenguaje cotidiano, el concepto suele utilizarse como sinónimo de profesor o maestro, aunque su significado no es exactamente igual.

El docente o profesor es la persona que imparte conocimientos enmarcados en una determinada ciencia o arte. Sin embargo, el maestro es aquel al que se le reconoce una habilidad extraordinaria en la materia que instruye. De esta forma, un docente puede no ser un maestro (y viceversa). Más allá de esta distinción, todos deben poseer habilidades pedagógicas para convertirse en agentes efectivos del proceso de aprendizaje.

El docente, en definitiva, reconoce que la enseñanza es su dedicación y profesión fundamental. Por lo tanto, sus habilidades consisten en enseñar de la mejor forma posible a quien asume el rol de educando, más allá de la edad o condición que éste posea.

Un ejemplo del uso y significado del término docente puede ser el siguiente: “Sara era alabada por sus compañeros como una magnífica docente pues sabía perfectamente como impartir las clases de Geografía e Historia para conseguir que sus alumnos se interesaran por la materia”.

Cabe resaltar que existen docentes en todos los niveles (primario, secundario, terciario y universitario), que pueden ejercer su trabajo en la enseñanza pública o en instituciones privadas. Un docente puede trabajar por cuenta propia (como profesional libre) o bajo alguna modalidad de contratación con su empleador.

Además de establecer que existen docentes en diversos niveles también hay que subrayar que estos también pueden clasificarse en función de las asignaturas o materias que impartan en los centros educativos en los que trabajen. De esta manera, podemos encontrar docentes especializados en

Matemáticas, en Lengua y Literatura, en Geografía e Historia, en Biología o en Física y Química.

La docencia, entendida como enseñanza, es una actividad realizada a través de la interacción de tres elementos: el docente, sus alumnos y el objeto de conocimiento. Una concepción teórica e idealista supone que el docente tiene la obligación de transmitir sus saberes al alumno mediante diversos recursos, elementos, técnicas y herramientas de apoyo. Así, el docente asume el rol de fuente de conocimientos y el educando se convierte en un receptor ilimitado de todo ese saber. En los últimos tiempos, este proceso es considerado como más dinámico y recíproco.



Foto: docente

Recuperado de: <http://prodefensadelaeducaciontk.blogspot.com/2013/07/denuncia-docente-que-le-descuentan.html>

6.1.3 Alumnos

Estrada, Enrique (1993) “Los alumnos son aquellos que aprenden de otras personas. Etimológicamente, alumno es una palabra que viene del latín *alumnus*, participio pasivo del verbo *alere*, que significa ‘alimentar’ o ‘alimentarse’ y también ‘sostener’, ‘mantener’, ‘promover’, ‘incrementar’, ‘fortalecer’. Se dice de cualquier persona respecto del que la educó y crió desde su niñez, aunque uno puede ser alumno de otra persona más joven. De hecho, al alumno se le puede generalizar como estudiante o también como aprendiz. También es alumno el discípulo respecto de su maestro, de

la materia que aprende o de la escuela, colegio o universidad donde estudia. El estudiante es un alumno”



Foto: alumno

Recuperado de: <http://loquehayquever-autor.blogspot.com/2012/08/los-alumnos-independientes-wayne-w-dyer.html>

6.1.4 Colegio

Estrada, Enrique (1993) Colegio es un término que procede del latín *collegium*. Este vocablo, a su vez, tiene su origen en el verbo *colligere* (“reunir”). Un colegio es un establecimiento dedicado a la enseñanza. Por ejemplo: “Voy a anotar a mi hijo en un colegio salesiano”, “Ayer hubo un robo en la esquina del colegio”, “Dicen que éste es el mejor colegio de la ciudad”, “Juan está contento porque mañana no tiene que ir al colegio y podrá dormir hasta más tarde”.

La noción de colegio se utiliza para nombrar tanto a la institución de enseñanza como al edificio en sí y a las clases que se dictan en su interior: “La cuota es muy alta, vamos a tener que cambiarlo de colegio”, “Pintaron el colegio y quedó como nuevo”, “Los maestros hacen huelga, así que mañana no hay colegio”.

Es posible clasificar los colegios según su titularidad o nivel de enseñanza. En el primer caso, se puede hablar de colegio público (cuya propiedad y gestión está en manos del Estado) o colegio privado (una institución educativa con fines de lucro, pero que de todas formas está sometida a ciertos controles y normativas estatales).

Respecto al nivel de enseñanza, los colegios pueden dedicarse a la enseñanza básica o primaria (en este caso, generalmente se conocen como escuela), la enseñanza secundaria (colegio secundario, instituto o liceo) o la enseñanza preuniversitaria o universitaria (colegio superior).

6.1.5 Imprenta

El nacimiento de la imprenta se remonta a China, en el año 593, cuando se reproducen por primera vez y de forma múltiple, dibujos y textos con la ayuda de caracteres de imprenta tallados en tablas de madera (xilografía). El invento se debe a los monjes budistas, que impregnaban las tallas de color para imprimir con ellas sobre seda o papel de trapos. Si bien el primer libro impreso (un sutra budista con ilustraciones) data del año 868. Esta necesidad de imprimir libros surge de las disputas entre los eruditos a cerca de la autenticidad de los textos antiguos, decidiendo a partir de ese momento reproducir mediante grabado los textos de importancia cultural, para su difusión popular. Los caracteres móviles de imprenta y, con ellos, la composición tipográfica, se deben al alquimista chino Pi Cheng (1040). Éste conjugará los años de tradición de la xilografía con la herencia obtenida durante más de dos mil años de técnicas de estampación con sellos, creando tipos estándar que podían fabricarse en serie. Los signos creados correspondían a palabras completas. Se realizaban con arcilla sobre moldes en negativo y posteriormente se cocían. Una vez terminados se unían sobre un marco metálico componiendo frases, unidos todos con masa adhesiva, y se procedía a la impresión. Con la composición tipográfica surgió un modo de impresión mucho más rápido y flexible que la xilografía. A partir de entonces, la cultura pudo llegar a todas las capas de la sociedad.

En 1796, el austriaco Alois Senefelder inventa la técnica de impresión denominada litografía. Se trata del primer proceso de impresión en plano

Para esta técnica se emplean como soporte placas de piedra caliza que absorben las sustancias grasas y el agua, aunque éstas no se mezclan entre sí. Si se dibuja o escribe sobre dicha piedra con un color graso y acto seguido se humedece la superficie con agua, ésta penetrará en la piedra sólo en aquellos lugares no cubiertos por los trazos escritos. Si se aplica después tinta grasa de impresión sobre la piedra, las zonas mojadas no la aceptan, mientras que queda adherida al resto de la plancha, pudiendo procederse así a la impresión. Posteriormente, en 1826, Alois patentaría la litografía en color, logrando una técnica simplificada para lo que hasta ese momento sólo podía realizarse a mano.

En 1846, el inglés Smart inventa una rotativa para la impresión litográfica, en la que todo el proceso se automatiza excepto para la entrada (alimentación) y salida (retirada) del papel. Surge así la primera imprenta de offset automática.

Así, en 1848 el diario londinense The Times pone en funcionamiento por primera vez una rotativa rápida de este tipo. Esta máquina fue perfeccionada por Augustus Applegath y Edward Cooper, ingenieros ingleses, siguiendo el principio de la máquina inventada por Hoe, aunque seguía trabajando únicamente con pliegos sueltos de papel. Algunos años después, en 1851, el constructor británico T. Nelson logra por fin desarrollar una rotativa para la impresión sobre bobinas continuas de papel y, más tarde, en 1863, el inventor estadounidense William A. Bullock obtendrá la patente de la primera prensa rotativa para la impresión de libros sobre papel continuó, modelo para las rotativas posteriores. A partir de este momento se darán algunos problemas, que van a ser corregidos años después. Son, por ejemplo, los cuellos de botella producidos en las fases de cortado y plegado del material impreso, así como la lenta tarea de la composición de los textos a mano. Será en 1884 cuando Ottmar Mergenthaler logre mecanizar este último proceso con la linotipia.

Es importante mencionar también a los técnicos ingleses Johnson y Atkinson, que en 1853 consiguieron construir una máquina completa de fusión de caracteres de imprenta, que era capaz de fabricar hasta 30.000 caracteres diarios. Este dato es especialmente relevante porque desde el instrumento manual ideado por Gutenberg para fundir tipos, apenas había variado esta técnica.

En 1884 destaca un hito importante en la historia de la impresión, el invento de la linotipia por parte del relojero alemán Ottmar Mergenthaler, basado en la composición totalmente automatizada de los textos.

La innovación consistía en la posibilidad de escribir una a una las líneas del texto mediante un teclado, en lugar de ir componiéndolas letra a letra con sus correspondientes tipos de plomo manualmente. Así, una vez finalizada la composición de una línea, se fundía el molde de impresión en negativo, con plomo líquido, obteniéndose un sello de plomo para la impresión.

En 1904 la técnica de la litografía, y en general y mundo de la impresión, llega a su punto máximo con el desarrollo de la impresión en offset, utilizada en la actualidad. El offset fue desarrollado por dos técnicos de forma independiente.

Actualmente la autoedición, con la incorporación de los ordenadores a las múltiples facetas y etapas de la edición, ha supuesto una revolución de consecuencias impredecibles en este campo. Una ventana abierta a la libertad de edición en el ya cercano siglo XXI (Internet, CD-ROM, multimedia, edición de documentos desde el propio domicilio o centro de trabajo, etc.).

El 16 de julio de 1660, el obispo de Guatemala, fray Payo Enríquez de Rivera, introdujo la primera imprenta en nuestro país.



Foto: imprenta moderna
Recuperado de:<http://imprentas.com.pe/wp-content/uploads/2012/11/Que-es-Imprenta.jpg&imgrefurl=http://imprentas.com.pe>

6.1.5.1 Beneficios de la imprenta:

- Aumento de la demanda del libro gracias a una mayor alfabetización de la población, al papel de las universidades y centros de estudios, a las inquietudes religiosas de la época y a la curiosidad e interés por la investigación del hombre renacentista.
- Incremento del poder adquisitivo de los europeos, que se beneficiaban de las nuevas rutas comerciales abiertas y en plena expansión. La imprenta también se beneficiaría de las rutas comerciales europeas para su difusión por todo el continente.
- Avances en los conocimientos sobre metales y sus aleaciones, que permitieron encontrar las fórmulas adecuadas para la fabricación de punzones y matrices, así como las tintas capaces de imprimir sin engrasar el papel o traspasarlo.
- Aparición de la industria del papel, que comienza a vencer al pergamino desde 1350. El pergamino era muy grueso para poder ser utilizado con facilidad por las prensas y no era lo suficientemente plano para que la impresión se hiciera bien. Por otra parte, al multiplicarse vertiginosamente el número de libros se habría llegado en poco tiempo a la extinción de las especies que abastecían el mercado de pergaminos.
- Cambio en la mentalidad del hombre, en el concepto de ciencia, que se hace más amplio y experimental y en los métodos de trabajo que ahora permiten el ensayo y la experimentación en busca de nuevas metas.



Ilustración: Material didáctico impreso

Recuperado de:

<http://taredelosmaterialesdidacticos.blogspot.com>

6.1.6 Editorial

Susana, describe una empresa editorial como “casa editora o empresa dedicada a la impresión y distribución de publicaciones”, por último, también recibe el nombre de editorial. Esta actividad estuvo vinculada durante muchos años a la publicación de libros, revistas y periódicos a través de sistemas de imprenta. Sin embargo, el avance de las nuevas tecnologías permite la existencia de editoriales que imprimen materiales a pedido o que se limitan a publicar los textos en formato digital.

La entrega del original, la evaluación por parte de la editorial, la corrección de estilo y la revisión filológica, la diagramación, la composición, la impresión, los acabados, la encuadernación y la puesta a la venta y circulación son concretamente todas las fases del trabajo de una empresa editora. Como ves, comprenden desde el momento en el que el autor presenta su obra ante aquella hasta que finalmente la misma se encuentra en el mercado y ofrece la posibilidad de que cualquier lector pueda comprarla en librerías y tiendas especializadas.

Las editoriales suelen organizar concursos para encontrar nuevos autores o premiar a los escritores más talentosos. Su actividad, por lo tanto, trasciende la evaluación, gestión y publicación de los libros.

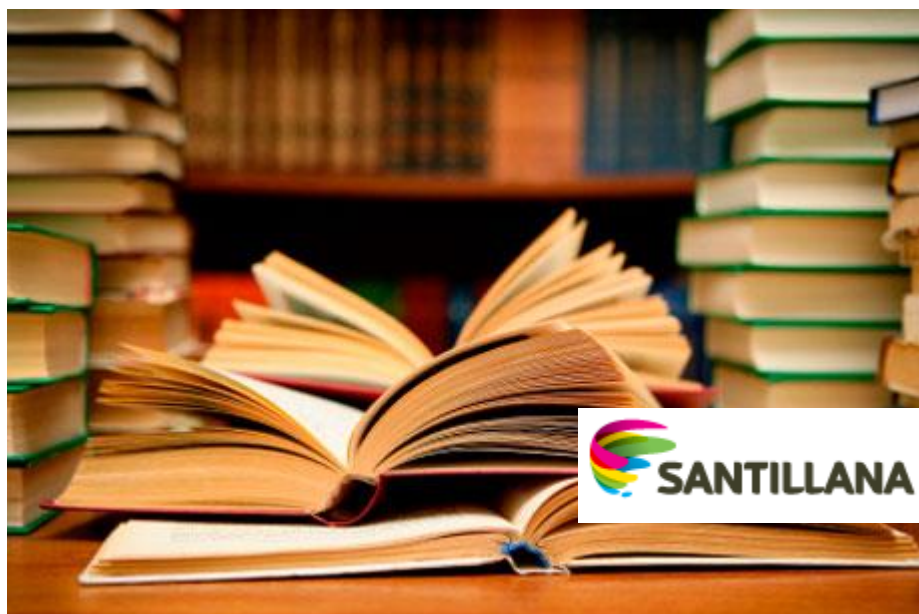


Foto: casa editora, Santillana
Recuperado de:
<http://www.vanguardia.com.mx/eneuloslibrosdepapelnopierdenlectores-1926727.html>

6.1.7 Libros

Un libro de texto es un manual estandarizado que se usa en contextos formales de estudio como los ambientes de la escuela secundaria y la universidad.

Un libro es una obra impresa en papel y palpable, o publicada de manera virtual, de una extensión no menor a las cincuenta páginas (requerimiento según la UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura). Los libros pueden presentarse en distintos soportes, entre ellos: papel, CD-ROM, disquete, E-Book, e Internet.

Un libro puede contener ilustraciones, textos, o una combinación de ambas cosas.

Las partes del libro son: la tapa (en la cual usualmente se encuentra el nombre del libro y del autor o autores), la contratapa (a veces contiene una síntesis del libro, y datos del autor), y el lomo (contiene al igual que la tapa el nombre del libro, para hallarlo más velozmente si se encuentra en una biblioteca).

Dentro del libro encontramos el índice, que es de gran utilidad pues organiza la información y nos ayuda a encontrar lo que estamos buscando sin la necesidad de leer todo el libro. Además, los libros contienen una ficha biográfica, que posee los datos fundamentales del libro, como su título, el nombre del autor, la editorial, y el año en que fue publicado.

Entre los antecedentes del libro como lo conocemos hoy en día, se encuentra la tablilla (utilizada en la antigua Mesopotamia) y el papiro egipcio, ambos del siglo VII a.C.; la primera estaba hecho de arcilla blanda, mientras que el segundo, de las fibras de una planta sagrada. Luego, en el siglo III apareció el rollo griego, un pergamino elaborado con piel de animal (cabra, cordero o becerro).

Historia

En la antigua Grecia, los libros de texto se usaban específicamente con propósitos educativos. Mientras que aún se usan para la educación, el formato y el contenido de los libros de texto se han estandarizado con la producción masiva.

Libros de texto en educación superior

La mayoría de los establecimientos de educación superior exige a los alumnos que busquen y paguen por sus propios libros de texto, que son elegidos por los profesores. La mayoría de los estudiantes espera pagar altos precios por sus libros en la librería de la escuela, incluso si se las arreglan para encontrar copias usadas. En algunos países europeos, mientras que los estudiantes pagan por sus libros, la educación es gratuita o relativamente barata.

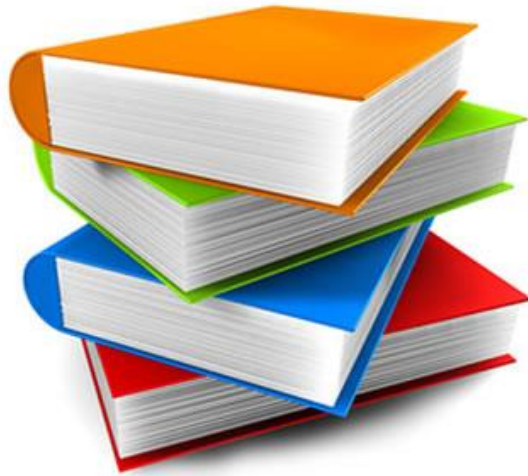


Ilustración: libros de texto
Recuperado de:
<http://www.concienciaeco.com/2013/08/06/los-10-libros-mas-recomendados>

6.1.8 Informática

Según el sitio web <http://definicion.de/informatica/> señala que el término informática proviene del francés *informatique*, implementado por el ingeniero Philippe Dreyfus a comienzos de la década del '60. La palabra es, a su vez, un acrónimo de *information* y *automatique*.

De esta forma, la informática se refiere al procesamiento automático de información mediante dispositivos electrónicos y sistemas computacionales. Los sistemas informáticos deben contar con la capacidad de cumplir tres tareas básicas: entrada (captación de la información), procesamiento y salida (transmisión de los resultados). El conjunto de estas tres tareas se conoce como algoritmo.

La informática reúne a muchas de las técnicas que el hombre ha desarrollado con el objetivo de potenciar sus capacidades de pensamiento,

memoria y comunicación. Su área de aplicación no tiene límites: la informática se utiliza en la gestión de negocios, en el almacenamiento de información, en el control de procesos, en las comunicaciones, en los transportes, en la medicina y en muchos otros sectores.

La informática abarca también los principales fundamentos de las ciencias de la computación, como la programación para el desarrollo de software, la arquitectura de las computadoras y del hardware, las redes como Internet y la inteligencia artificial. Incluso se aplica en varios temas de la electrónica.

Se considera que la primera máquina programable y completamente automática de la historia fue el computador Z3, diseñado por el científico alemán Konrad Zuse en 1941. Esta máquina pesaba 1.000 kilogramos y se demoraba tres segundos para realizar una multiplicación o una división. Las operaciones de suma o resta, en cambio, le insumían 0,7 segundos.



Foto: mundo de la informática
Recuperado de: <http://www.mastermagazine.info/termino/5368.php>

6.1.9 Página Web

La empresa Informática Milenium, S.A. de C.V. (2010) en su página web, <http://www.informaticamilenium.com>. [x/paginas/espanol/sitioweb.htm#dpagina](http://www.informaticamilenium.com/x/paginas/espanol/sitioweb.htm#dpagina) hace referencia al término Página web: "Una página web es un documento electrónico adaptado para la web, la cual tiene información de un tema en específico, conectado a la internet, para que cualquier persona pueda consultar el contenido de la misma desde cualquier parte del mundo. Una página web contiene texto combinado con imágenes para

hacer que el documento sea dinámico y permita que se pueda ejecutar diferentes acciones."



Imagen: páginas web

Recuperado de:

<http://www.google.com.gt/imgres?imgurl=http://www.neothek.com/images/crear-paginas->

6.1.10 Digital

La empresa Informática Milenium, S.A. de C.V. (2010) en su página web, <http://www.informaticamilenium.com.mx/paginas/espanol/sitioweb.htm#dpagina> hace referencia al término **digital** se usa comúnmente para referirse a todos aquellos sistemas que representan, almacenan o usan la información en sistema binario, esto es, a casi todos los aparatos electrónicos e informáticos que nos rodean actualmente.

Muchos usuarios han retomado sin embargo el significado más antiguo de la palabra digital (referido a los dedos o extremidades del ser humano), y le otorgan el calificativo de digital a los aparatos informáticos que pueden operarse con los dedos, como pantallas táctiles, móviles, teclados... etc... su razonamiento se basa en que si no se usan los dedos, no deben ser llamados así.

También se usa frecuentemente el término digital para aquellos aparatos que transmiten la información por medios de números (dígitos). Así, un reloj podría ser digital, del mismo modo que una calculadora... etc.

De cualquier modo, el uso más extendido del término es el primero, equiparando los sistemas que usan códigos digitales (con dígitos) a los sistemas digitales. El código digital más extendido es el binario, que usan casi todos los ordenadores y que otorga dos posibles valores (uno y cero) a cada unidad de información, construyéndose está a través de enormes cadenas

lineales de ceros y unos. Del mismo modo, nuestro sistema numérico es también un sistema digital, puesto que usa dígitos del 0 al 9. No es frecuente, pero algunas máquinas se pueden basar en él.

Lo digital es lo contrario de lo analógico. En general la información a través de un medio analógico permite infinitos valores y gradaciones (es continua), mientras que en un medio digital está limitada a la información que se pueda representar con las variaciones del sistema binario. Por poner un ejemplo, un reloj digital puede marcar las 8:30 y luego pasa de repente a las 8:31. Uno analógico va desplazándose lentamente marcando todos los estadios intermedios de ese valor. Lo que podría parecer una ventaja se transforma en un grave inconveniente cuando lo que queremos es transmitir información de manera precisa y fiable. Para que dos máquinas se entiendan deben identificar el mensaje que les llega desde la otra, y eso con el sistema analógico es mucho más difícil de conseguir.

Afortunadamente casi todo hoy en día puede convertirse de analógico a digital, con mayor o menor esfuerzo. La música de los vinilos, una vez transmitida en ondas, por ejemplo, puede ser codificada y copiada fielmente por un grabador digital. Es por eso que hoy en día los sistemas digitales están extendidos por todas partes... tenemos televisión digital, ordenadores digitales, pantallas, mandos, música, y vídeo.



Imagen: Mundo digital

Recuperado de:

<http://www.posgradoenmarketing.com/que-es-el-marketing-digital>

6.1.11 Manual

El término manual ostenta dos acepciones diferentes que coinciden en que ambas son ampliamente utilizadas por el común de la gente.

Por un lado, el término manual puede hacer referencia a aquello que se realiza o produce con las propias manos, como puede ser el caso de cualquiera de los trabajos manuales que existen y que se les ocurran, la pintura, el tejido, la escritura, la gastronomía, entre otras y por el otro, con la misma palabra también podemos querer referir a aquel o aquella persona que produce trabajo con sus manos, tal es el caso de un operario de una fábrica que realiza sus quehaceres manualmente sin la ayuda de ningún tipo de máquina o apoyo por el estilo.

En tanto y como bien señalamos al comienzo de esta reseña, el término manual ostenta otro significado, porque con la palabra manual también podemos hacer referencia a aquel libro que recoge lo esencial, básico y elemental de una determinada materia, como puede ser el caso de las matemáticas, la historia, la geografía, en términos estrictamente académicos o también, es muy común, la existencia de manuales técnicos que vienen generalmente acompañando a aquellos productos electrónicos que adquirimos y que requieren de su lectura y la observación de las recomendaciones que contienen antes de poner en funcionamiento los mencionados.

Otro tipo de manual muy común y que adquiere especial significación en las unidades administrativas de las organizaciones, es el conocido como Manual de procedimiento y, asimismo, como todo manual. El manual de procedimiento, es aquel documento que contendrá la descripción de las actividades que deben ser observadas en la realización de las funciones de una unidad administrativa o varias de ellas.

En él se incluye, para que no existan complicaciones en el desarrollo eficiente de la misma, los puestos y unidades administrativas con sus correspondientes participaciones y responsabilidades y también todos aquellos recursos, informaciones y elementos necesarios que contribuyen al funcionamiento de excelencia de una empresa.



Imagen: Manual de procedimientos
Recuperado de: <http://marketingneando.es/wp-content/gallery/nextgen-blog/manual.jpg&imgrefurl=http://marketingneando.es/index.php/manual-google/&usg>

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño:

6.2.1 Comunicación

Es un proceso de transmitir ideas o bien símbolos, que tienen el mismo significado para dos o más sujetos que intervienen en una interacción. Es la utilización de un código específico para la transmisión de un mensaje, o bien de determinada experiencia en unidades semánticas con el objeto de permitir a los hombres relaciones entre sí.



Foto: comunicación efectiva
Recuperado de:
<http://jcvalda.wordpress.com/category/comunicacion/>

Información

Es un conjunto de mecanismos que le permiten a un sujeto retomar y reelaborar los datos del medio ambiente para estructurarlos de manera específica con el objeto de que le sirvan como guía de acción.



Imagen: información
Recuperado de:
<http://eleconomista.com.mx/entretencion/2012/03/02/infoxicacion-sindrome-exceso-informacion>

Modelos de comunicación

La empresa Alipso (2009) en su página web <http://www.alipso.com/monografias/definicion2/> hace una publicación de la comunicación:

“Por fuente, entendemos el origen primario de la información de la cual el emisor selecciona aquella que considera importante para estructurar el mensaje que va a transmitir.”

Emisor: Es la persona que tiene una información, necesidad o deseo, así como un propósito para comunicárselo a otra persona o a varias.

Mensaje: La información total que el emisor ha codificado con el objeto de ser transmitida por medio del habla, gestos, escrita, movimientos corporales, etc., y la cual va a ser captada por el receptor.

Canal: El medio formal de comunicación entre un emisor y un receptor.

Decodificador: Implica la interpretación del mensaje enviado por el emisor.

Receptor: Aquella persona que recibe el mensaje del emisor con el objeto de volver a cambio otra información que lo convierte en un emisor y dar origen al proceso denominado retroalimentación.

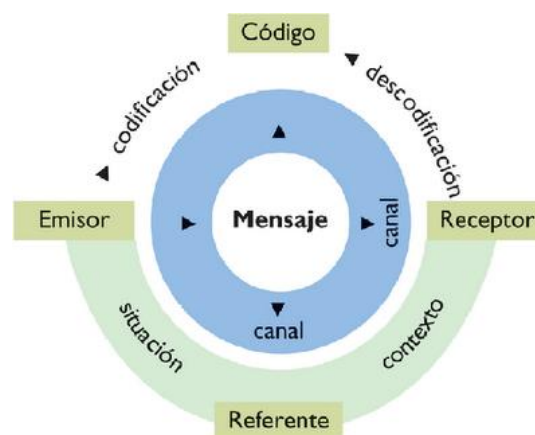


Imagen: modelo de comunicación
Recuperado de: <http://elblogdenataliayelena.blogspot.com/>

Facilitadores de la comunicación

Habilidad: Conjunto de actividades o conocimientos que un sujeto puede realizar de manera fácil y efectiva aunque no exista aprendizaje previo (y cuando existe aprendizaje, esa actividad se desarrolla con gran precisión)

Capacidad: Todo un conjunto de posibilidades o de conductas que un sujeto tiene como características naturales

Actitud: Son determinadas posiciones que toman un emisor o un receptor con receptor a una determinada situación y estas pueden ser positivas o negativas.

Código: Es un conjunto de signos gráficos, auditivos, táctiles, etc., que tienen un significado común para el emisor y para el receptor lo cual les permite relacionarse de manera más eficaz.

Contenido: Se refiere a toda aquella información o bien todos aquellos significados que el receptor debe conocer según el criterio del emisor.

Tratamiento: Es la estructura o la forma en que se relacionan los códigos y los contenidos para que sean accesibles a los receptores.

Denotativo: Se refiere al significado exacto de los términos, figuras, señales, utilizados.

Connotativo: Es la interpretación que un sujeto da a las diversas señales, términos, palabras, etc., de un mensaje específico.

Barreras de la comunicación

Se pueden clasificar en:

a) Barreras fisiológicas: Implica cualquier diferencia de tipo orgánico corporal que puede ser tanto del receptor como el emisor y que obstaculiza por esta razón el proceso de la comunicación.

b) Barreras filosóficas: Son todas aquellas que resulta de las diferentes formas que tienen el emisor y el receptor de comprender e interpretar las situaciones cotidianas a las que se enfrenta en el transcurso de su vida por ejemplo: cuando el emisor y el receptor no se ponen de acuerdo con relación de algo bueno o malo de cualquier situación.

c) Barreras psicológicas: Existen diferentes procesos psicológicos que nos lleva a analizar o eliminar o distorsionar los eventos por lo tanto hacemos representaciones de nuestras diferentes formas de pensar lo que puede ser o no una barrera.

d) Barreras culturales: Se presentan cuando existen diferencia de conocimientos entre el emisor y el receptor y por lo tanto esto impide la comprensión de los mensajes.

e) Barreas Semánticas: Se refiere a la interpretación diferente que le dan tanto el emisor como el receptor a los términos o conceptos que utilizan en el proceso de la comunicación.

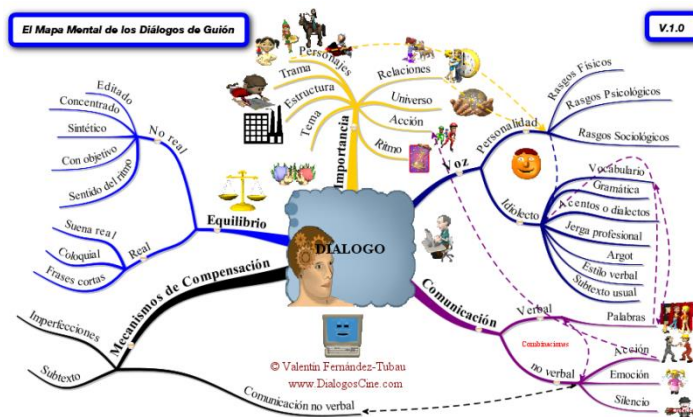


Imagen: barreras y funciones de la comunicación
 Recuperado de: <http://www.google.com.gt/imgres?imgurl=&imgrefurl=http%3A%2F%2Fwww.dialogoscine.com%2FMapa-Mental-Dialogos>

Audiovisuales

El lenguaje audiovisual es como el lenguaje verbal que se utiliza ordinariamente al hablar o escribir, tiene unos elementos morfológicos, una gramática y unos recursos estilísticos. Está integrado por un conjunto de símbolos y unas normas de utilización que nos permiten comunicarnos con otras personas. Sus características principales son:

- Es un sistema de comunicación multisensorial (visual y auditivo) donde los contenidos icónicos prevalecen sobre los verbales.
- Promueve un procesamiento global de la información que proporciona al receptor una experiencia unificada.
- Es un lenguaje sintético que origina un encadenamiento de mosaico en el que sus elementos sólo tienen sentido si se consideran en conjunto.

→ Moviliza la sensibilidad antes que el intelecto. Suministra muchos estímulos afectivos que condicionan los mensajes cognitivos. “Opera de la imagen a la emoción y de la emoción a la idea” (Eisenstein).

Está claro que los mensajes audiovisuales facilitan la comunicación (vale más una imagen que 1.000 palabras), resultan motivadores y aproximan la realidad a las personas. Por lo tanto, su utilización en los entornos educativos resulta muy recomendable. Ahora bien, hay que ser crítico frente a la alienación que genera un consumo masivo, disperso e irreflexivo de imágenes. Umberto Eco ya nos advierte: “La civilización democrática sólo se salvará si se hace del lenguaje de la imagen una provocación a la reflexión crítica y no una invitación a la hipnosis”.

En el lenguaje audiovisual, como en los lenguajes verbales, se pueden considerar diversos aspectos o dimensiones:



Imagen: equipo audiovisual
Recuperado de: <http://veracruzcity.olx.com.mx/equipo-audiovisual-en-veracruz-iid-416888639>

Aspectos morfológicos:

De la misma manera que cuando se elaboran mensajes con los lenguajes verbales se utilizan nombres, verbos, adjetivos y otros elementos morfológicos, los mensajes audiovisuales se construyen al usar los siguientes elementos morfológicos:

Elementos visuales, LAS IMÁGENES. Sus elementos básicos son: puntos, líneas, formas y colores. Con estos elementos las imágenes pueden representar cosas que existen y también cosas que nunca han existido.

Las principales características de las imágenes son las siguientes: Iconicidad o abstracción, según que las imágenes sean o no un reflejo de la realidad:

→ Figurativas: tratan de representar fielmente la realidad; de una fotografía.

- Esquemáticas o simbólicas: tienen alguna similitud con la realidad; de un icono que indica donde están las escaleras de un almacén.
- Abstractas: su significado viene dado por convenciones de las palabras de un rótulo.

No obstante, las imágenes nunca serán la realidad, ya que diversos factores (encuadre, luz...) pueden modificarla. La máxima iconicidad la tienen los objetos, la máxima abstracción la encontramos en las ecuaciones y textos.

Denotación y connotación. Las imágenes difícilmente serán monosémicas, generalmente serán más o menos polisémicas según su ambigüedad, capacidad de sugestión y posibles interpretaciones que susciten.

Simplicidad o complejidad. Dependerá de su iconicidad, organización y relación entre los elementos, el contexto...Las imágenes complejas (que no siempre deben su complejidad al hecho de tener muchos elementos) requieren más tiempo y más atención para su análisis.

Originalidad o redundancia: Según que sus elementos sean nuevos o ya muy utilizados y conocidos (estereotipos). Una imagen demasiado original puede ser difícil de interpretar por el receptor.

Elementos sonoros

- Música.
- Efectos de sonido.
- Palabras.
- Silencio.

En cualquier caso, las funciones de los elementos morfológicos son básicamente tres:

- a. Informativa, testimonial, formativa...
- b. Recreativa, expresiva...
- c. Sugestiva: publicidad (relacionada con las cosas), propaganda relacionada con las ideas y los valores de las personas.

Aspectos sintácticos: Para construir un mensaje verbal, no es suficiente mezclar una serie de nombres, verbos y adjetivos, hay que seguir unas

normas sintácticas que permitirán elaborar frases significativas. De la misma manera, cuando creamos un mensaje audiovisual tenemos que seguir unas normas sintácticas que, además, podrán influir poderosamente en el significado final de nuestro mensaje.

Aspectos semánticos: Además de las funciones narrativo-descriptivas y estéticas, todos los elementos formales de un producto audio-visual tienen una función semántica. El significado de los elementos morfosintácticos de una imagen depende de su articulación dentro del mensaje que se quiere transmitir. Hay que considerar: El significado denotativo (objetivo), propio de la imagen. No obstante hay que considerar que en un audiovisual, el significado de cada elemento depende del anterior y del siguiente (1+1=3). “Dos imágenes juntas crean una tercera totalmente diferente” (Einstein).

Los posibles significados connotativos (subjetivos), que dependen de las interpretaciones que haga el lector.

Teorías de la comunicación

Ruesch y Bateson especifican que existen 4 niveles de redes de comunicación, una de las cuales está enfocada a los Grupos, el cual consiste en que un emisor manda un mensaje a muchas personas.

Ruesch y Bateson: Especificación a cuatro niveles de las redes de comunicación		
NIVEL	ORIGEN DEL MENSAJE	TRANSMISOR
1. Intrapersonal “dentro de uno”	Órganos sensorreceptores o dentro de la comunicación.	
2. Interpersonal, “uno a uno”	Centro de la comunicación de la persona que emite el mensaje	Órgano efector de la persona que lo envía.
3. A Grupo “De uno a muchos” (mensaje centrífugo). B Grupo “De uno a muchos” (mensajes centrípetos)	Centro de la comunicación del grupo: cabeza directiva o comité.	Persona especializada en ser el portavoz o ejecutivo del centro comunicativo.

<p>4. A Cultural “mensajes especialmente ligados” de “muchos hacia muchos”.</p> <p>B. Cultural Mensajes de “muchos hacia muchos” temporalmente ligados.</p>	<p>Muchos grupos no conocidos por el nombre de sus miembros sino por su rol, y que expresan opiniones morales, estéticas por ejemplo: el clero, los niños, etc.</p> <p>Muchos grupos no específicos, cuyos miembros o bien son más viejos que los receptores, o bien han muerto.</p>	<p>Grupos especializados en la formulación de las normas de vida: legisladores.</p> <p>La tradición, frecuentemente figuras históricas o míticas.</p>
<p>Fuente: Díaz Bernabé y De Cavalho, Horacio. M “Hacia nuevas formas de pensar en comunicación”, incluido en la antología de Sánchez Rivera y de la Mora Medina, Ciencias de la comunicación p. 240</p>		

Tendencias de la comunicación

Gross, Manuel (2010) publica un artículo sobre las tendencias actuales de la comunicación haciendo referencia al año 2010 en la página web <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/713464/10-Tendencias-de-comunicacion-para-2010.html>

“Ultra-localismo: Información centrada en áreas cada vez más pequeñas. Servicios y noticias de pueblos y comarcas en portales centralizados y usables. En ese sentido, Eduardo Manchón y Ubaldo Huerta crearon en 2009 ascaro.com, «una web para resolver necesidades e intercambiar información en el barrio, vecindario o lugar de trabajo».

Los móviles y la información de proximidad: nuestros teléfonos móviles saben dónde estamos. Esto abre un gran abanico de posibilidades para desarrollar aplicaciones que se sirvan de la geo-localización para ofrecer servicios.”

“Los nuevos dominios: Sufijos privados. ICANN, es el organismo que regula los dominios en internet, planea aceptar propuestas de cualquiera que quiera crear un nuevo sufijo para la próxima primavera. Y se aceptarán caracteres cirílicos, chinos y arábigos. ¿El precio? 185.000 dólares de nada y una prueba de capacitación de la gestión del dominio.

Google Wave: Algunos lo llaman el «correo electrónico, tal como sería se hubiera inventado este año». Otros lo ven como la manera definitiva para el trabajo a distancia, o el protocolo perfecto para las noticias online en tiempo real.

El directo: Tendencia permanente. Es un valor indiscutible y diferenciador de la red. Jeff Jarvis menciona Google wave como la futura herramienta perfecta para proporcionar este valor a los medios online. Desde luego, Twitter es otra.

Los e-readers: En 2009, Tom Standange de Economist, cifraba en seis millones los e-readers circulando por el mundo (cuatro millones de ellos en EE.UU.). Las previsiones para 2010 son 12 millones de e-readers vendidos. Las editoriales ya cuentan con los ingresos de esta herramienta. La mayoría de los principales periódicos estadounidenses están disponibles en Kindle a cambio de una suscripción conjunta. Cada vez hay más firmas que ofrecen nuevos aparatos. Apple amenaza con el inminente lanzamiento de su propio lector -imaginemos un iphone gigante- para 2010. Aunque esta tecnología aún no está lista para salvar los periódicos, algunos esperan que acuda al rescate en la próxima década. Seguramente el propio Standange haya escrito este artículo al respecto en Technology Quaterly. Por supuesto, dado que The Economist no desvela la identidad de sus editorialistas, no es posible asegurarlo.

El análisis visual y el periodismo de enlaces: El texto de un artículo pudo ser la unidad mínima de comunicación durante buena parte del siglo XX, pero en internet ya no funciona. Se ha demostrado que un texto de 140 palabras con un par de enlaces muy calientes funciona mejor que el más sesudo de los análisis de 1.400 palabras. Llámelo nuevas narrativas o mejor páginas temáticas, pero ahora es necesaria otra cosa.”

6.2.3 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

6.2.3.1 Diseño gráfico

Vivanco, Manuel (2006), publica en la página web: <http://www.colormagenta.cl> "El diseño es un proceso o labor destinada a proyectar, coordinar, seleccionar y organizar un conjunto de elementos para producir y crear objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados."



Foto: diseño gráfico
Recuperado de:
http://www.colormagenta.cl/html&h=0&w=0&sz=1&tbnid=WHald3DTGBW5xM&tbnh=163&tbnw=310&zoom=1&docid=f_mZe7XHFMdGgM&ei=9M52UqPJFJLwkQe6_oHoCw&biw=1366&bih=624

Aspectos básicos del diseño

- a. **Lenguaje Visual:** Saber comunicar el mensaje adecuado, con los recursos oportunos, dependiendo del grupo de personas o público al que vaya dirigido el mensaje.
- b. **Comunicación:** Conocer los procesos de comunicación, para poder captar los mensajes que el diseño ha de comunicar.
- c. **Percepción Visual:** Estar informados, la manera en que las personas ven y perciben lo que ven. Aspectos tan importantes, como el campo visual, el recorrido de la vista, el contraste, la percepción de las figuras, fondos, trayectoria de la luz.
- d. **Administración de recursos:** Conocer todos los recursos de los que se dispone, y aplicarlos lo mejor posible.

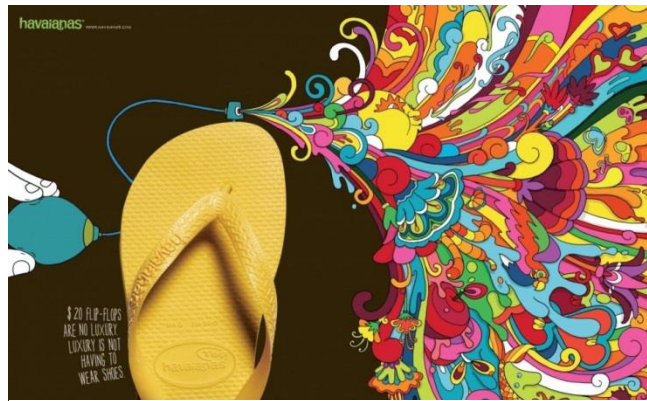


Foto: diseño aplicado a productos
Recuperado de:
<http://editandoemociones.blogspot.com/>

Teorías del diseño

Enfoque constructivista

El aprendizaje no es un asunto sencillo de transmisión, internalización y acumulación de conocimientos sino un proceso activo de parte de la persona en ensamblar, extender, restaurar, interpretar y construir conocimiento desde los recursos de la experiencia y la información que recibe.

El conocimiento es un producto de la interacción social y de la cultura donde todos los procesos psicológicos superiores se adquieren primero en un contexto social y luego se internalizan.

De acuerdo a Piaget, el aprendizaje eficaz requiere que los alumnos operen activamente en la manipulación de la información a ser aprendido, pensando y actuando sobre ello para revisar, expandir y asimilarlo. Asimismo, planteó que para que el alumno aprenda, requiere de un estado de desequilibrio, una especie de ansiedad la cual sirve para motivarlo a aprender.

Beneficios específicos del constructivismo:

- a. Se aprende más y se disfruta el aprendizaje porque se está más activamente involucrado en el mismo, en lugar de ser un ente pasivo.
- b. La educación trabaja mejor cuando se concentra en el pensamiento crítico y el entendimiento, en lugar de dedicarse a la memorización. El

constructivismo se concentra en el aprendizaje de cómo pensar y entender.

c. El aprendizaje constructivista es transferible.

Enfoque conductista

Eyra (2009) Diseñadora de información en su blog <http://teoria-diseno.blogspot.com/> publica un artículo relacionado con los enfoques del diseño gráfico:

“De acuerdo con este enfoque, el aprendizaje es un cambio en la conducta, en la forma como actúa una persona ante una situación particular. Teóricos como J. B. Watson, E. L. Thorndike y B. F. Skinner son considerados psicólogos conductistas porque se han dedicado, casi en forma exclusiva, al estudio de las conductas observables y los cambios conductuales. De hecho, muchos conductistas han rehusado siquiera discutir los conceptos de pensamiento y emoción, ya que los pensamientos y emociones no pueden observarse directamente.”

La teoría conductista “clásica” está relacionada con el estudio de los estímulos y las respuestas correspondientes. Esta línea psicológica ha encontrado su modificación a través de los aportes de B.F. Skinner, quien tomando los elementos fundamentales del conductismo clásico, incorporó nuevos elementos como es el concepto de condicionamiento operante, que se acerca a las respuestas aprendidas.

Se llaman estímulos reforzadores a aquellos que siguen a la respuesta y tienen como efecto incrementar la probabilidad de que las respuestas se emitan ante la presencia de los estímulos.

6.2.3.2 Dibujar

Meyer, Nanne (2007), en el libro *Guía Práctica de diseño digital*, hace referencia al tema del dibujo y bocetaje como: "El dibujo nos enseña a ver las cosas. Transmitir lo que observamos, en un dibujo bidimensional, presupone una gran capacidad de abstracción. No es simplemente una habilidad que tienen algunas personas y otras no. Es un proceso basado en la experiencia que empieza con estar preparado para observar atentamente y de forma consciente. Tener talento consiste principalmente en una combinación de tener interés y prestar atención a lo que se ve para traducirlo en un dibujo. La práctica dibujando objetos, paisajes, personas y animales (en reposo o en movimiento, en diversos formatos y sobre diferentes soportes) es un ejercicio básico para todo aquel que tenga algún interés visual; de este modo se puede adquirir gradualmente la destreza para dibujar en abstracto y también para reconocer los códigos visuales. La capacidad no solo de descifrar caracteres abstractos o composiciones, sino también de diseñarlos, parte del ejercicio básico del dibujo. Este empeño es el que potencia la libre creatividad."



Foto: niño dibujando
Recuperado de:
<http://bebeunico.blogspot.com/2010/11/interpreta-los-dibujos-de-tu-hijo.html>

Bocetos hechos a mano

¿Qué puede aportar el dibujo a mano a la manipulación de imágenes con los programas de autoedición por ordenador? El dibujo constituye la base para la organización de objetos pictóricos sobre el plano. Es la quinta esencia de la composición en el diseño visual profesional y el medio fundamental para la valoración de ésta y de cualquier otra forma de expresión artística/visual. El dibujo nos enseña a ver.

Una imagen esbozada en un trozo de papel, a menudo de forma intuitiva, puede ser el primer paso hacia una composición satisfactoria o la idea de partida para un diseño por ordenador. El ordenador no debe ser más que una herramienta. De modo que no hay que perderse en la jungla de las interminables opciones artísticas que ofrece el ordenador; no se debe iniciar el diseño de una tarjeta de presentación, por ejemplo, sin tener antes alguna idea. Estamos bombardeados constantemente por imágenes de gran atractivo. Si contrarrestamos esta profusión con una actitud sencilla e independiente mediante la cual podamos desarrollar nuestros propios criterios, ello nos permitiría seleccionar de entre la abundante oferta disponible y no nos distraerá cada herramienta barata que nos ofrezcan.

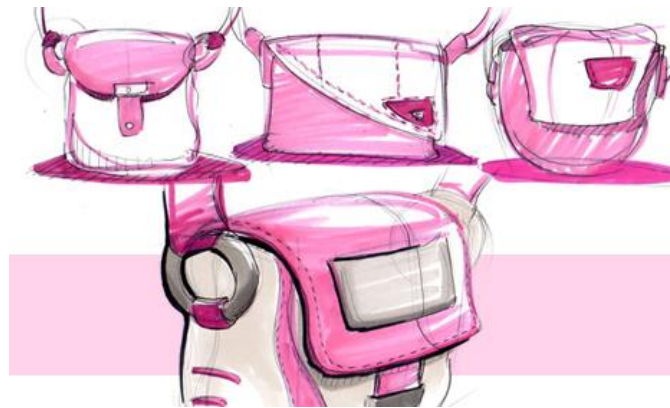


Ilustración: boceto de mochilas
Recuperado de: <http://somosdi.com/bocetos-a-mano-de-mochilas/>

División y proporciones del plano

Lewandowsky y Zeischegg (2007), publican en su libro *Guía práctica del diseño digital* temas relacionados con la proporción del plano y su división:

“Las proporciones son las relaciones entre tamaños, así como entre la diferente luminosidad o entre colores. Un plano bien proporcionado o bien dividido, genera tensión. Una división bien equilibrada hace que un diseño resulte convincente.

La segunda decisión en importancia que se debe tomar en toda composición o diseño es la división del plano. No se trata sólo de elegir el tamaño de un elemento en relación con el fondo, sino también de la relación entre todos los elementos, su posición y la distancia que los separa.

Eso implica decidir qué elementos se van a utilizar y qué ejes deberían seguir las imágenes la tipografía o los bloques."

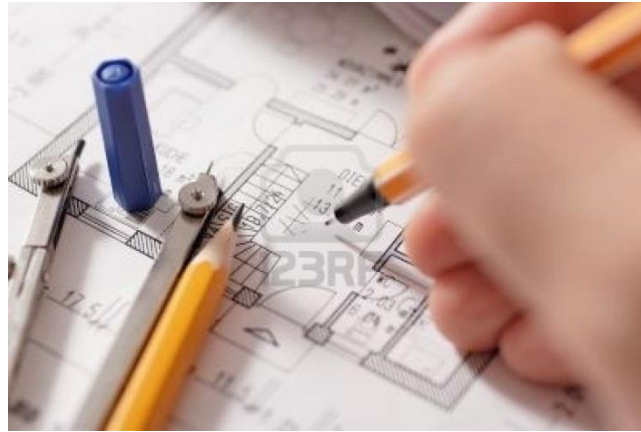


Foto: plano de trabajo
Recuperado de:
http://es.123rf.com/photo_414154_un-plano-de-dibujo.html

El formato

Al igual que ocurre con los puntos o las líneas, cada estructura se comporta de un modo determinado en relación con el plano básico sobre el que se encuentra. En cada caso es una cuestión de dividir el plano con más o menos fuerza, una composición en la que la forma y el fondo jueguen papeles similares. Los elementos dispuestos en el plano existen en relación con el espacio que los rodea, cuyos límites exteriores están representados por los bordes. Cada variación mínima de la posición, el tamaño, la forma, la luminosidad o el color de un solo elemento supone un cambio en el fondo.

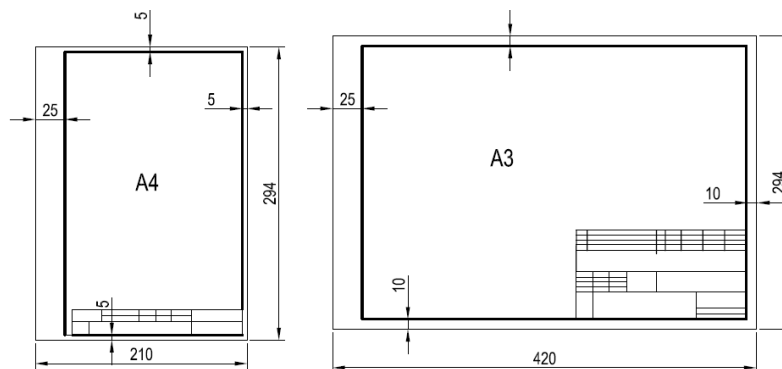


Imagen: formato
Recuperado de:
http://www.google.com.gt/imgres?imgurl=&imgrefurl=http%3A%2F%2Fdibujoramon.delaguila.com%2F%3Fpage_id%3D847&h=0&w=0&sz=1&tbnid=6gzNU6tT0Oxd4M&tbnh=162&tbnw=310&zoom=1&docid=VoUngsea6uRdeM&ei=SdV2UqLrAoO0kQea8lDoAg&biw=1366&bih=624

Combinación de elementos

Lewandowsky y Zeischegg (2007), publican en su libro Guía práctica del diseño digital:

“Los planos o barras oscuros se pueden interpretar como sustitutos de imágenes, textos o titulares. En especial cuando se combinan varios elementos de diseño, puede resultar de gran ayuda trabajar al principio con formas abstractas. De este modo es más fácil crear y controlar las relaciones formales y mantener un control sobre el material. También permite crear diferentes versiones sin perder mucho tiempo. Trabajar con formas abstractas ejercita el ojo; así resulta más fácil reconocer la construcción y la estructura de un diseño y esta experiencia se puede integrar en el proceso de trabajo.”

6.2.3.3 El color

Lewandowsky y Zeischegg (2007), publican en su libro Guía práctica del diseño digital, la definición del color y las sensaciones que producen.

“La luz está compuesta por una serie de ondas o colores que se hacen visibles sobre los objetos, al absorberse unas ondas y reflejarse otras.

La luz blanca está compuesta por colores lo comprobó Isaac Newton en el año de 1666, al lograr la descomposición de un rayo de luz solar, en los seis colores del espectro solar (arco iris).

La suma de los seis colores del espectro solar (siete para Newton) da como resultado la luz blanca, como se comprueba al recomponer la luz por medio del disco Newton.

Los colores que se ven en el arco iris se le llama colores físicos, y los que se ven en los objetos por ejemplo los que se utilizan para pintar que dependen de su reacción a la luz que absorbe rayos lumínicos y reflejen otros son llamados colores materiales.

Los colores producen sensaciones, sentimientos y diferentes estados de ánimo, puede transmitir infinidad de mensajes.”



Ilustración: círculo cromático
Recuperado de:
<http://conceptode.co/colores-primarios/>&h=0&w=0&sz=1&tbnid=mrpS63aVOISHQM&tbnh=238&tbnw=212&zoom=1&docid=37aPysXylhe6mM&ei=E9Z2UppuxJORB_OgPgH&biw=1366&bih=624

No hay color sin luz

En el espacio reina una oscuridad total. Durante millones de años el sol ha irradiado de forma uniforme ondas electromagnéticas en todas direcciones. La luz no se produce hasta que los rayos del sol caen sobre los objetos, incluidas las partículas que hay en la atmósfera terrestre. Sólo una pequeña parte de los rayos es visible al ojo humano y es lo que se considera como "luz". Las otras frecuencias de onda de los rayos del Sol, como los rayos ultravioletas o infrarrojos, nos afectan de forma invisible. Definimos como luz neutra (es decir, la luz blanca) la luz del día. Por supuesto, esta luz neutra está compuesta por diversas frecuencias de onda. En el siglo XVII, el físico Isaac Newton fue el primero que definió las diferentes frecuencias visibles

usando un prisma de cristal. Vio la luz que emanaba del prisma como una línea continua de colores, la denominada banda espectral y distinguió el rojo, el naranja, el amarillo, el verde, el azul, el añil y el violeta. La refracción de la luz, como la que se produce a través de un prisma, se puede observar en un arco iris o, sencillamente, en un CD. Las frecuencias exactas de la luz visible las determinó posteriormente el físico Thomas Young: van de los 400 a los 700 nm. La distribución porcentual de colores puede variar mucho según el tipo de la luz, razón por la que los objetos de color parecen reflejar colores muy diferentes con diferentes luces.

Cualidades del color

Balanda, Marta, en el libro Manual de la Educación, en la sección de artes plásticas, publica que en la percepción del color existen tres constantes:

“Matiz: es la propiedad de ser un color y no otro, es decir, amarillo, rojo o azul.

Intensidad: se refiere a la pureza del matiz de un color. En un lenguaje común significa lo encendido natural y lo pálido del color. Valor o tono: Es la propiedad de claridad u oscuridad de un color, es decir la cantidad de luz que el color puede reflejar, en relación con la escala tonal entre el negro y el blanco; el blanco representa lo más alto en tonalidad y el negro el más bajo.”

Luminosidad y valor del tono

La luminosidad es otro recurso de diferenciación y, por tanto, constituye una nueva herramienta positiva. Para ser precisos, la luminosidad es un aspecto del color. Incluso, los colores acromáticos –el negro, el blanco y los diversos tonos de gris- juegan un papel muy especial en el diseño. Las áreas de diferente luminosidad “se distancian” entre sí, crean contrastes y producen efectos tridimensionales.

La luminosidad es una cualidad material; es producto de la concentración (o superposición) de otros elementos compositivos en la superficie original. En la tecnología de impresión, por ejemplo, los diferentes tonos de gris se

producen mediante puntos y líneas (tramas) de distintos tamaños o en diferentes densidades. Si aumentamos el tamaño o la cantidad de elementos podremos reducir la proporción de blanco en la superficie de trabajo, por lo que ésta se volverá más oscura.

Colores-luz

Todos los colores se generan a partir de la superposición de determinadas frecuencias de onda de luz visible. Los colores tres primarios (rojo, verde, azul), juntos, componen el blanco.

Colores-pigmento

Cuando se iluminan los colores- pigmento, absorben determinados rangos del espectro de luz. Todos los colores son producto de los cambios de intensidad y la superposición. Los colores primarios (cyan, magenta, amarillo), juntos, componen el negro.

La impresión en cuatricromía (offset) aplica el mismo principio. El cambio de intensidad se consigue a través de la rasterización y los tonos de los colores, a través de la sobreimpresión de colores primarios. La mezcla real la efectúa el ojo.

En la percepción del color se pueden observar diversos fenómenos fisiológicos. Un color objetivamente idéntico puede parecerse diferente en función de su entorno (teoría del “contraste simultáneo”). Con fondos de color diferentes, la percepción cambia. Por esto, un gris de intensidad media puede parecer más oscuro sobre un fondo blanco que sobre un fondo negro.

Claro u oscuro

Los colores claros se suelen llamar colores pastel, es decir, colores que se han aclarado al añadirles blanco. En cambio, los colores oscuros se componen con negro, o simplemente con tonos oscuros.

Vivo o apagado

Los colores primarios de los sistemas de colores aditivo y sustractivo se perciben como colores vivos. El negro y el blanco son lo que más contrastan con los colores vivos; el gris se ve neutro.

Saturado o insaturado

Los colores saturados son colores llenos, con vida, en su mayor parte colores secundarios (los que se encuentran entre los colores primarios). Los colores insaturados son colores mezclados con negro, blanco o gris.

Brillante o mate

Los colores brillantes son colores metálicos (pigmentos de los metales más finos) como tonos plateados, dorados, etc. No podemos ilustrar aquí los colores brillantes porque se imprimen con una tinta metálica especial fabricada por empresas especializadas.

Claro o turbio

Los colores vivos claros tienen un aspecto luminoso. Los colores turbios o quebrados llamados colores terciarios, contienen porcentajes de los tres colores primarios del espectro de colores por sustracción. Los resultantes son el aceituna, el ocre, el arcilla el burdeos, el berenjena y el azul petróleo, según los porcentajes primarios utilizados.

Fisiología del color: asociación y efecto

De las sensaciones del color pueden surgir muchas asociaciones diferentes, y las imágenes arquetípicas (arquetipo remite a un constructo propuesto por Carl Gustav Jung para explicar las "imágenes arquetípicas", es decir, todas aquellas imágenes oníricas y fantasías que correlacionan con especial similitud motivos universales pertenecientes a religiones, mitos, leyendas, etc.) se combinan con ellas. Turtschi distingue hasta seis colores elementales clasificados por atributos positivos y negativos.

Modo de color RGB

Franco, Carlos, en su libro Color Digital, hace referencia a los colores

RGB: "Los colores en modo RGB de adición y la suma de todos ellos producen el color blanco.

En las áreas donde se solapan los colores se crean cyan, magenta y amarillo. Este modo de color es el utilizado para iluminación, video, televisión, cámaras digitales y monitores.

Cada uno de los tres colores primarios posee una escala de valor de 0 a 255 y combinados los valores de rojo, verde y azul, pueden obtenerse hasta un número total de 16,7 millones de colores en pantalla, siempre que se tenga el monitor conectado a un equipo con 24 bits de color.”

El modelo RGB es el utilizado por todos los monitores para mostrar los colores.

Modo de color CMYK

Franco, Carlos en su libro Color Digital, hace referencia a los colores

CMYK “Este modelo de color es la base con que se trabaja en los proceso de impresión para reproducir imágenes en cuatricromía.

El proceso se realiza mediante la impresión de cuatro planchas, cada una de ellas correspondiente a una de las tintas: C- (cyan) azul; M-(magenta) magenta; y- (yellow) amarillo y K-(black) negro.”

Con sólo combinar las tintas C-M-Y es posible reproducir de forma significativa una amplia gama de colores, pero debido en cierta medida a la impureza de las tintas, la superposición de las tres al

100% producen un color marrón oscuro, por lo que los impresores añaden como tinta final K negro para una perfecta reproducción.

6.2.2.3.4 La tipografía

Luego de que Johannes Gutenberg, creara los tipos móviles y los medios para imprimirlos, se le llamó a ese arte, tipografía, refiriéndose a la utilización de los tipos para lograr la impresión gráfica.

Según el libro “Curso práctico para diseño gráfico”: “La tipografía es el arte de diseñar textos proporcionados y fáciles de leer. Los ámbitos del diseño de textos son muchos y variados: la fuente; la orientación; el tamaño y su combinación; el espaciado entre letras, palabras y líneas; el contraste y el énfasis; el espaciado entre párrafos y columnas; la micro tipografía, arial, la helvética o la futura.”



Imagen: tipografía
 Recuperado de:
[http://www.google.com.gt/imgres?imgurl=&imgrefurl=http%3A%2F%2Fwww.fotonostra.com%](http://www.google.com.gt/imgres?imgurl=&imgrefurl=http%3A%2F%2Fwww.fotonostra.com%2F)

Concepto de tipografía, familia y fuentes tipográficas

Fotonostra en su página web, publica una sección Tipografía: <http://www.fotonostra.com/grafico/partescaracter.htm> ésta hace referencia a los siguientes términos.

Tipo: Es igual al modelo o diseño de una letra determinada.

Tipografía: Es el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. También se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas.

Fuente tipográfica: Es la que se define como estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por unas características comunes.

Familia tipográfica: En tipografía, significa un conjunto de tipos basado en una misma fuente, con algunas variaciones, tales, como por ejemplo, en el grosor y anchura, pero manteniendo características comunes. Los miembros que integran una familia se parecen entre sí pero tienen rasgos propios."

Carácter de la tipografía

Fotonostra en su página web, publica una sección Tipografía: <http://www.fotonostra.com/grafico/partescaracter.htm> ésta hace referencia a los siguientes términos.

"Es esa señal o marca que se imprime, transfiere, pinta o esculpe y viene a ser la unidad fundamental del lenguaje escrito. Término que proviene del griego "charakter" equivalente a grabar y se refiere a los signos de escritura que en tipografía es una unidad portadora de una forma y estilo singular.

Los caracteres pueden presentarse en capitales, minúsculas, números, versalitas, ligaduras, símbolos y cada uno de ellos con sus formas bien definidas."

Formas de una terminal: Serif

Con serif: Tiene su origen en el pasado, cuando las letras se cincelaban en bloques de piedra, pero resultaba difícil asegurar que los bordes de las letras fueran rectos, por eso se desarrolló una técnica para destacar las líneas cruzadas para el acabado de casi todas las letras. El grosor de las líneas utilizadas en la tipografía moderna para elaborar letras de imprenta, también tienen su origen en la historia. Las primeras se utilizaron a mano implementando un cálamo. La punta plana de la pluma, permitía distintos grosores de trazado.

Sin serif

Actualmente se utilizan en muchos tipos distintos de texto impreso. Sin embargo, las letras a palo seco no se usan con frecuencia en los textos muy largos, ya que hoy se acepta que el fluir de las letras Serif facilita la lectura del texto impreso.

Las terminales son las Serif inferiores de un tipo, y las formas más comunes de una terminal las clasificamos como: lapidaria, veneciana, de transición, bodoniana, lineal, egipcia, de fantasía, medieval, de escritura y adornada.

Qué es una fuente digital

Una fuente digital es un conjunto de dibujos vectoriales que se pueden escalar sin pérdida de calidad. Se almacenan principalmente en archivos de tipo TrueType (TT) o Postscript Tipo1 (PS1). Son tecnologías de fuente escalable que mantienen buena calidad independientemente de la resolución.

Este tipo de fuentes son reconocidas en la mayoría de sistemas operativos. Cada fuente TT se almacena en un solo fichero, mientras que la PS1 requiere dos ficheros separados, uno para la impresora y otro para su visualización en pantalla. Este fichero contiene, además, la información necesaria para hacer corresponder cada imagen al carácter correspondiente, y también para el espaciado de los caracteres.

Fonts especiales para la pantalla digital

La legibilidad de los caracteres es una propiedad marcada por el propio diseño de los tipos de letra.

De los diferentes tipos de letras que podemos emplear, algunos están especialmente pensados para ser vistos en el monitor de un ordenador. Se ha tenido un interés especial al diseñarlas, para que sean fácilmente legibles en el caso, de que las visualicemos en pantallas con baja resolución.

Se trata de la colección de fuentes, tales, como la Verdana, Tahoma, Trebuchet y Georgia. Las fuentes ornamentales o caligráficas no deben emplearse más allá de unas pocas líneas, puesto que causarían de fatiga visual.

Interlineado

Es el término tipográfico que describe el espacio vertical entre líneas. La interlínea se usa para dar mayor legibilidad a las líneas de un texto, cuando éstas son largas y están compuestas en un cuerpo pequeño

La alineación del Texto

Lewandowsky y Zeischegg (2007) publican en su libro *Guía práctica del diseño digital* la forma de alinear los textos:

“La alineación del texto es un paso importante para mantener también una buena legibilidad. Las opciones de alineación en un diseño de una página tradicional son: Alinear a la izquierda, alinear a la derecha, centrar, justificar y alineaciones asimétricas.

El texto alineado a la izquierda es el recomendable para textos largos. Crea una letra y un espacio entre palabras muy equilibradas y uniformes. Esta clase de alineación de textos es probablemente la más legible.

Alineación a la derecha se encuentra en sentido contrario del lector porque resulta difícil encontrar la nueva línea. Este método puede ser adecuado para un texto que no sea muy extenso

El texto justificado, alineado a derecha e izquierda. Puede ser muy legible, si el diseñador equilibra con uniformidad el espacio entre letras y palabras, evitando molestos huecos denominados ríos que no rompan el curso del texto.

Las alineaciones centradas proporcionan al texto una apariencia muy formal y son ideales cuando se usan mínimamente. Se debe evitar configurar textos demasiado largos con esta alineación

Alineaciones asimétricas se utilizan cuando el diseñador quiere romper el texto en unidades de pensamiento lógicas, o para dar más expresividad a la página.”

6.2.3.5 La composición

Es una distribución o disposición de todos los elementos que incluiremos en un diseño o composición, de una forma perfecta y equilibrada.

En un diseño lo primero que se debe elegir son todos los elementos que aparecerán en él, luego debemos distribuirlos, para colocarlos con el espacio disponible. Los elementos pueden ser tanto imágenes, como espacios en blanco, etc. Es muy importante tener en cuenta de qué forma situaremos estos elementos en nuestra composición, para que tengan un equilibrio formal y un peso igualado.



Imagen: composición
Recuperado de: <http://alternativaaltriste.blogspot.com/>

El equilibrio en una composición

Cada forma o figura representada sobre un papel se comporta como un peso, un peso visual, porque ejerce una fuerza óptica.

Los elementos de nuestra composición gráfica pueden ser imaginados como los pesos de una balanza. Una composición se encuentra en equilibrio si los pesos de los distintos elementos que la forman se compensan entre sí.

El equilibrio es una apreciación subjetiva, en la cual los elementos de una composición no se van a desprender.

6.2.3.6 El diseño de logotipos

Actualmente, todas las marcas constan de un logotipo para identificar mejor sus productos o servicios. Con ello se consigue que las personas identifiquen el logotipo, asociándolo con rapidez a la empresa que pertenece.

La diferencia entre logotipo, imagotipo y anagrama de una empresa: Un logotipo está compuesto por imágenes y letras.

Imagotipo, cuando sólo se representa a través de una imagen, símbolo de la propia empresa. Anagrama, cuando solo incluye texto.



Imagen: logotipos
Recuperado de: <http://dineroclub.net/10-errores-comunes-al-crear-un-logotipo/>

6.2.3.7 La imagen digital

Está formada por una serie de matrices numéricas de ceros y unos que se almacenan en una memoria informática y que definen las características de una fotografía.

Una vez esta imagen es interpretada (leída), los ordenadores se transforman en una imagen visible a través de la pantalla e imprimible también, a través de cualquier dispositivo de salida. La gran ventaja del archivo digital es que puede duplicarse y copiarse tantas veces como se quiera.

Las imágenes digitales pueden ser icónicas (de diferentes grados de figuración y realismo) o icónicas (abstractas, esquemáticas), tridimensionales y planas, fijas o móviles.



Imagen: imagen digitalizada
Recuperado de: <http://inciclopedia.wikia.com/wiki/Archivo:Arte-digital-el-mar.jpg>

6.2.3.8 Píxeles

Cada píxel (cuadrado) contiene la información del color de esa pequeña porción.

El píxel solo puede ser de color rojo, verde o azul o la mezcla de los tres. Un píxel, solo tiene un color, no puede tener dos colores.

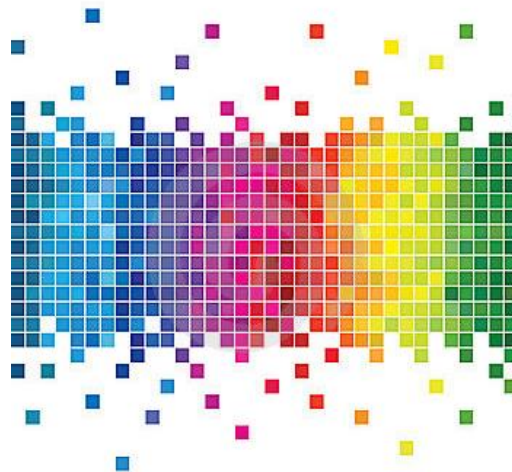


Ilustración: píxeles
Recuperado de:
<https://www.prograf.com.mx/blog/que-sabes-sobre-los-pixeles/>

La resolución, cantidad de píxeles

La resolución de una imagen es la cantidad de píxeles. La resolución se utiliza también para clasificar casi todos los dispositivos relacionados con las

imagen digital, ya sea pantallas de ordenador o televisión, impresoras, escáneres, cámaras digitales, etc.

La resolución total expresa el número de píxeles que forman una imagen de mapa de bits. La calidad de una imagen también depende de la resolución que tenga el dispositivo que la capta.

La resolución de una imagen digital se calcula al multiplicar su anchura por la altura en pantalla. Por ejemplo, la imagen de 1200 x

1200 píxeles = 1.440.000 píxeles, expresado en Mp megapíxel es igual a 1,4 Mp.

Conviene tener en cuenta que 1 Megapíxels = 1024 píxeles.

Pixelación

En la fotografía tradicional se producía el famoso efecto de granulación al realizar una ampliación en la fotografía, en cambio en la imagen digital este efecto es sustituido por el de pixelación.

Cuando se reproduce una imagen con baja resolución quiere decir que el píxel ocupa más espacio y deforma la imagen con el efecto de pixelación, (píxeles de gran tamaño) al aportar poca definición a la imagen. En cambio, si la resolución en ppp, es más alta, existe más detalle y más definición.

Imágenes vectoriales

Las imágenes vectoriales son gráficos formados a base de curvas, líneas y elementos geométricos definidos como vectores. La gran ventaja de las imágenes vectoriales es que no sufren pérdida de resolución al producirse una ampliación de los mismos.

Formatos de archivos digitales

Quirós, Sergio y Enrique Quirós Peñalva (2003) en su libro *Adobe Photoshop 7 Guía de aprendizaje*, hacen referencia a los temas de las imágenes y sus formatos:

“Los formatos de archivos digitales almacenan la información codificando toda la imagen cada píxel de forma individual, esto ocasiona que el archivo

pese mucho (ocupa mucho espacio en MB en el ordenador) pero, a cambio, no pierda ninguna clase de información."

6.2.3.9 JPG. Joint Photographic Expert Group- Grupo de trabajo fotográfico experto.

Junto con el GIF, es el otro formato más usual en internet. Preferentemente se utiliza para visualizar imágenes de colores planos y fotografías en páginas Web.

Este formato comprime el tamaño del archivo mediante la eliminación selectiva de datos y es el utilizado generalmente para comprimir archivos antes de enviarlos a la web. Es el formato adecuado cuando se usa un archivo de imagen de más de 256 colores o gráficos de tono continuo y, en general, cuando el color posea gradaciones complejas.



Imagen: ícono JPEG

Recuperado de:

http://www.talasoponente.com/html/main.asp?Fid_mapa%3D0906&h=0&w=0&sz=1&tbnid=aRIJhFgNzXD06M&tbnh=204&tbnw=204&zoom=1&docid=iitfrCso8xAMvM&ei=1tx2UoSV08blkAfEz4DABA&biw=1366&bih=624

6.2.3.10 PNG. Portable Network Graphics – Gráfico de red de trabajo portátil.

Es un formato de archivos principalmente desarrollado para datos de imagen en línea (como Internet), y puede realizar una compresión sin pérdida.

Este formato utiliza un método de compresión igual al PNG- 8 pero conservando mayor calidad de detalles y gama de colores al ser un formato de compresión que no descarta datos.



Imagen: icono png
Recuperado de: http://www.all-free-download.com/free-iconos/farchivo_png_102528.html
&h=0&w=0&sz=1&tbnid=vh-gWTY1hPutiM&tbnh=204&tbnw=204

6.2.3.11 Photo (*.psd; *.pdd)

El PSD es el formato por defecto de imagen de adobe Adobe Photoshop para imágenes nuevas, pudiendo emplearse también para imágenes mejoradas. Guardar siempre en este formato permite conservar todos los elementos del trabajo. BMP es el formato de imagen estándar para ordenadores PC-compatibles con DOS, y también en PC-compatibles que posean OS/2 de IBM.

Adobe Photoshop 7 practico

Los ejemplos más claros de BMP podrían ser los fondos de escritorio (papel tapiz). Cualquier imagen con un tamaño adaptado a la resolución que tengamos especificada en nuestro monitor y guardada en formato BMP en la carpeta Windows (contenida en C:\) puede ser usada como fondo de escritorio directamente a través de las Propiedades de Pantalla.



Imagen: icono psd
Recuperado de: <http://www.argentinawarez.com/disenoy-imagen/907475-conceptos-photoshoperos.html>

6.2.3.12 Adobe Photoshop EPS (*.eps)

El formato de archivo EPS es el utilizado para la transferencia de ilustraciones en lenguaje PostScript entre programas. Puede contener gráficos vectoriales, mapas de bits o ambos.

Adobe Photoshop reconoce un EPS que contenga gráficos vectoriales creados en otro programa interpretándolos como mapas de bits mediante una conversión previa de los mismos denominada rasterización.



Imagen: icono eps
Recuperado de:
http://www.logorapid.com/logo_profesional

6.2.3.13 Adobe Photoshop PDF (*.pdf)

PDF. Potable Document Format- Formato de documento portable.

Este formato está diseñado para visualizar la imagen lo antes posible mediante el modo de descarga en línea progresivo, lo que hace que aparezca la imagen con una calidad baja y vaya definiéndose gradualmente como hace el GIF.

Es el documento por defecto de Adobe Acrobat, que es un programa de publicación electrónica admitido en las plataformas UNIX y DOS.

Los archivos PDF son capaces de representar gráficos vectoriales y mapas de bits, contienen búsquedas de documentos electrónicos y características de navegación, como vínculos entre documentos.



Imagen: icono pdf
Recuperado de:
http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Adobe_PDF_Icon

6.2.3.14 Diseño Web

Moreno, Luciano consultor, diseñador y desarrollador web en Para Redes BJS. Especialista en usabilidad y diseño centrado en el usuario, publica un artículo de diseño web en la página: <http://www.scourdesign.com/articulos/DGWEB.php>

“El diseño web va más allá del diseño tradicional pues existen muchos limitadores relacionados con el medio donde se presentan las páginas: Internet. Conocemos las características fundamentales del diseño en la web. El diseño gráfico de una página web es tan sólo una parte del diseño de la misma, ya que, además, hay que considerar un conjunto más o menos extenso de condicionantes que van a limitar la libre creatividad del diseñador. “

En primer lugar, las páginas web se deben descargar de un servidor web remoto por medio de Internet, por lo que el ancho de banda de las conexiones de los usuarios va a ser un factor clave en la velocidad de visualización. La mayoría de los usuarios se conectan todavía a Internet con un módem, con velocidades teóricas de 56 Kbps, aunque en realizada no superar los 10-15 Kbps en el mejor de los casos.

Los elementos gráficos, tengan formato de mapa de bits o vectorial, suelen traducirse en ficheros de bastante peso, dependiendo del tamaño de la imagen y del formato en que se guarde. Esto origina que las páginas que contienen en su diseño muchas imágenes, o pocas pero de gran tamaño, tarden mucho tiempo en ser descargadas desde el servidor web y presentadas en la ventana del ordenador del usuario, que no suele ser muy paciente.



Ilustración: diseño web
Recuperado de:
<http://ticjulio.wikispaces.com/Dise%C3%B1o+de+p%C3%A1ginas+web>

Tendencias en diseño web

En la página web <http://www.buibee.com/blog/2009/10/21/top-10-tendencias-en-diseno-web-para-2010/> de Creación y desarrollo de negocios en Internet 2010 publicaron un artículo sobre las 10 tendencias de diseño web sobresalientes para el año 2010:

- a. **Tipografía:** Los diseños tenderán al uso de la tipografía como parte integral del trabajo total, en lugar de como un simple apoyo. Los diseñadores web comenzarán a utilizar fuentes mucho más grandes, novedosas y amplias. En líneas generales los diseñadores están prestando mayor atención a detalles tipográficos tales como la elección de la fuente y el tamaño de la misma.
- b. **Sketches a mano e ilustraciones:** Fácilmente detectables en la web. Que destaquen sobre los gráficos tradicionales y doten a la web de una apariencia y estilo único y personal.
- c. **Fotografías e imágenes de gran tamaño:** La tendencia apunta a un incremento de las imágenes y fotografías de todas las webs en general. El concepto de que una imagen vale más que mil palabras está en alza.
- d. **Diseño “Magazine”:** Con más y más personas que ven las webs como una fuente de entretenimiento y de información en tiempo real, muchos sites tienden hacia este tipo de diseño, en el que los artículos cortos y precisos facilitan al usuario una lectura rápida y amena.
- e. **“Blocks” de introducción:** La zona alta a la izquierda de una web es el bloque más importante de una página, ya que es el primer lugar a donde tus ojos se dirigen cuando es visitado un site. Esto capta la mayor atención de las visitas y en consecuencia, es el sitio ideal para exteriorizar tu mensaje y que se vea rápidamente.
- f. **Diseño de página único/individual:** La gente tiene prisa, quiere la información rápidamente y no tiene tiempo para navegar a través de tu página web. Es por ello que es importante tener casi todo el contenido de la web a primera vista. Esta es la solución para que consigan la información que buscan.
- g. **Social Media Sites y Add-ins/Icons:** Es obvio que esta ha sido la tendencia de los dos últimos años, y no solo está previsto que continúe sino que su importancia será cada vez mayor. Enlazarse a ellos, utilizando apps, ayuda a construir comunidades alrededor de productos, ideas y causas.

- h. **El espacio blanco:** Es más limpio, entra más fácil por los ojos y facilita la búsqueda de lo que estés buscando. El blanco es un gran color para ayudar a algo a destacar. A veces en la simplicidad está la clave.
- i. **Iconos y visuales:** No estamos hablando de clip art. Más bien estamos hablando de iconos renderizados con estilo y que representan una imagen de lo que una sección dentro de una web está hablando. Son fácilmente localizables por los visitantes de las webs y más efectivos que el texto.
- j. **Las “modal boxes”:** Aplicaciones abiertas que básicamente son la siguiente generación de “pop-ups”. Se consideran más limpias y más amigables con el usuario que las clásicas ventanas pop-up Javascript de Windows que llevan circulando por ahí durante años. Dirigen al usuario a la información que estas presentando, sea esta una foto, un texto o un video.

6.3. Ciencias Auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 La semiología:

Fue definida y estudiada por Saussure en Ginebra, en 1908, como “la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”, haciéndola depender de la psicología general y siendo su rama más importante la lingüística.

Semiología viene de las palabras griegas *semeion* (signo) y *logos* (estudio). Por tanto, puede decirse simplemente que la semiología es el estudio de los signos.

El norteamericano Cf. S. Peirce concibe también una teoría general de los signos bajo el nombre de Semiótica. Saussure destaca la función social del signo; Peirce, su función lógica, pero los dos aspectos están estrechamente vinculados y los términos semiología y semiótica, denominan en la actualidad a una misma disciplina.

El mensaje publicitario debe ser transmitido claramente, por ello, la semiología ayuda a la publicidad a estructurar los mensajes contando con cuatro grandes elementos básicos que, a saber:

- a. El lenguaje y el habla
- b. El significado y significante
- c. El sistema y el sintagma
- d. La connotación y la denotación



Ilustración: signos
Recuperado de:
<http://neetescola.com/simbolos-y-senales/>

El signo

Medina, Lili (2008) tiene la siguiente definición de signo: "Es una unidad capaz de transmitir contenidos representativos, es decir, es un objeto material, llamado significante, que se percibe gracias a los sentidos y que en el proceso comunicativo es portador de una información llamada significado."

División de los signos

Los signos naturales

Reciben también la denominación de indicaciones o índices. Así el humo como indicio de que hay fuego, las nubes como indicio de lluvia, las arrugas de la cara como síntomas de envejecimiento, etc.

Signos artificiales

Los signos artificiales se dividen a su vez en lingüísticos y no lingüísticos, incluyendo entre los primeros los sistemas verbales (los que sustituyen a partir de ellos: escritura, morse, braille, etc.) de carácter natural o tradicional, (las lenguas o idiomas).

Los no lingüísticos o signos, se oponen a los verbales (base de todo el proceso de la comunicación humana), se dividen en, señales, símbolos e iconos. Los primeros influyen, según la teoría de Schaf, de una forma o de otra sobre la voluntad de los individuos mientras que los otros sólo actúan de forma inmediata.

Los signos icónicos

Reproduce algunas condiciones de la recepción del objeto, seleccionadas por un código visual y anotado a través de convenciones gráficas.

Ofrecen al receptor real con toda la naturalidad de cada uno de ellos representándose a sí mismos. No poseen las propiedades de la realidad, sino que transcriben, según cierto código de reconocimiento, algunas condiciones de la experiencia.

Características tienen los signos icónicos: Ser naturales, convencionales, analógicos y de estructura digital.

Clasificación de los signos

Sintácticos: Estudian el signo según la forma percibida.

Semánticos: Estudian la forma en que el significado se encuentra conectado con el significado, la relación entre la forma y lo que significa la forma.

Pragmáticos: Por su utilización y uso, el resultado de estos, los efectos del mismo.

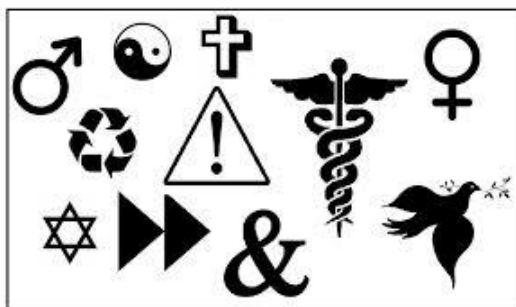


Imagen: signos representativos

Recuperado de:

<http://marketingarte.wordpress.com/tag/semiotica/>

6.3.1.2 Educomunicación

El término Educomunicación, ni es nuevo ni es una voz en desuso. Aparece en la literatura sobre la materia hace varias décadas y hoy está presente en cualquier búsqueda que se realice en Internet.

La palabra Educomunicación se ha utilizado y se sigue utilizando como simplificación de varios conceptos, cada uno con sus propios matices: educación en materia de comunicación, educación para la comunicación, educación por la comunicación, educación en comunicación, etc.

En 1979, la UNESCO concluye que la Educomunicación (educación en materia de comunicación) incluye “todas las formas de estudiar, aprender y enseñar, a todos los niveles y en toda circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas, así como el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación, la modificación que producen

en el modo de percibir, el papel del trabajo creador y el acceso a los medios de comunicación”.

Por encima de definiciones más o menos limitadoras, desde Aire Comunicación se entiende la Educomunicación como un espacio teórico-práctico formado por las interrelaciones entre dos campos muchas veces separados: la educación y la comunicación (con especial hincapié en su vertiente mediática); un espacio de trabajo con un fin muy claro: extraer todo el potencial de la unión de estas disciplinas al servicio del desarrollo social e individual del ser humano, con la vista puesta en la consecución de un mundo más habitable para todos.

Con este fin, se desarrolla la Educomunicación en varias direcciones: educación sobre el papel de los medios de comunicación en la sociedad, desarrollo de las capacidades comunicativas de las personas para la creación de sus propios mensajes alternativos, creación de productos mediáticos para la educación, desarrollo de la capacidad educativa del uso de los medios en procesos de aprendizaje, educación a través de los medios de comunicación, etc.

Partiendo de que todo acto humano es una forma de comunicación, de que los medios de comunicación ocupan un lugar central en nuestra sociedad y de que la verdadera educación debe seguir siendo el proceso transformador de hombres y mujeres, desde estas líneas de trabajo aspiramos a colocar a la Educomunicación en el lugar que se cree debería tener, como una herramienta imprescindible para que estas realidades proyecten todo su potencial en beneficio del ser humano.

La Educomunicación consiste en la adecuada educación para conseguir la comunicación y proporcionar al educando la capacidad de poseer un pensamiento crítico sobre la información que le rodea. Según Agustín García Matilla, la Educomunicación “aspira a dotar a toda persona de las competencias expresivas imprescindibles para su normal desenvolvimiento comunicativo y para el desarrollo de su creatividad. Asimismo, ofrece los instrumentos para: comprender la producción social de comunicación, saber valorar cómo funcionan las estructuras de poder, cuáles son las técnicas y los elementos expresivos que los medios manejan y poder apreciar los mensajes con suficiente distanciamiento crítico, minimizando los riesgos de manipulación”.



Imagen: Educomunicación
 Recuperado de: <http://vimeo.com/66792680>

6.3.1.3 Las N´TICS

Son nuevas tecnologías de la información, y de la comunicación un nuevo modelo de enseñanza-aprendizaje.

¿Qué son las TIC?

Son aquellas tecnologías que permiten transmitir, procesar y difundir información de manera instantánea.

Son consideradas la base para reducir la brecha digital sobre la que se tiene que construir una Sociedad de la Información y una Economía del Conocimiento.

Las TICS optimizan el manejo de la información y el desarrollo de la comunicación. Permiten actuar sobre la información y generar mayor conocimiento e inteligencia. Abarcan todos los ámbitos de la experiencia humana.

Están en todas partes y modifican los ámbitos de la experiencia cotidiana: el trabajo, las formas de estudiar, las modalidades para comprar y vender, los trámites, el aprendizaje y el acceso a la salud, entre otros.

Importancia de las TICS

Es importante destacar que el uso de las TIC favorecen el trabajo colaborativo con los iguales, el trabajo en grupo, no solamente por el hecho de tener que compartir ordenador con un compañero o compañera, sino por la necesidad de contar con los demás en la consecución exitosa de las tareas encomendadas por el profesorado.

Buenas prácticas en el uso de las TICS

Los 4 momentos clave de la actuación docente en el que la utilización de las TIC puede aportar ventajas son los siguientes:

- **Fase pre-activa:** planificación, creación de materiales didácticos.
- **Fase de ejecución y evaluación de las actividades de enseñanza y aprendizaje con los alumnos:** explicaciones, autonomía de trabajo del alumno, interacciones.
- **Fase post-activa:** tutoría, gestiones administrativas- Formación continuada: lecturas, cursos, jornadas, colaboración en investigaciones.

Consideraciones sobre la comunicación en la enseñanza con NTIC: interacción y trabajo colaborativo

Los procesos de enseñanza-aprendizaje con NTIC presentan una estructura más compleja que la educación presencial tradicional, ya que el medio utilizado tiene que facilitar o desempeñar algunas funciones que llevaban a cabo los alumnos o el profesor hasta ahora. A una comunicación mediada (4.3 Comunicación mediada por ordenador) se añade, también, una mediación a la exposición de los contenidos, la realización de las actividades o la evaluación por ejemplo.

Los principales protagonistas que intervienen en la educación en entornos tecnológicos, como ya hemos indicado, son:

El alumno

Al tratarse de un curso total o parcialmente virtual, el alumno deberá desarrollar algunas capacidades que posibiliten aprovechar con éxito el proceso de enseñanza-aprendizaje que debería tener, en mayor o menor grado, estas características:

- a. **Aprendizaje autónomo:** el alumno deberá ser capaz de enfrentarse en solitario a una parte de los contenidos del curso.
- b. **Aprendizaje autorregulado:** deberá velar por el cumplimiento de un plan de trabajo, de la programación prevista para el curso.
- c. **Aprendizaje colaborativo:** tendrá que ser capaz de comunicarse con el profesor y con el resto de alumnos.

El profesor

Del profesor como fuente principal de información y recursos para el alumno, pasamos al profesor orientador y guía y evaluador de los procesos de aprendizaje:

- Crear contextos de aprendizaje colaborativo y desarrollar estrategias en los estudiantes.
- Motivar a los alumnos.
- Eliminar sensaciones de soledad y alejamiento.
- Promover estrategias de aprendizaje independiente y autorregulado.

Estos dos protagonistas entran en acción dentro de un contexto didáctico determinado. Contexto didáctico que debe responder a unas motivaciones didácticas y estructurales definidas. Siguiendo la propuesta de Moreno y Bailly-Baillièrè (2002) como combinación, en diferentes grados, de dos perspectivas dominantes en el conocimiento humano:

- El conductismo que plantea la instrucción como la representación del conocimiento externo para que el alumno adquiera su significado con precisión.

Según esta teoría, la presentación de la realidad es básica en el proceso instructivo, de manera que podría perfeccionarse de tal modo que pudiera "programarse". Skinner acuñó el término "Instrucción Programada" para referirse a ello.

Y, una segunda que es la que tomamos como referencia en el presente trabajo de investigación, el constructivismo que considera que el aprendizaje es una interpretación de la realidad. La instrucción consiste en el enfrentamiento del alumno a nuevas experiencias de modo que pueda ser capaz de elaborar una personal interpretación de la realidad. Piaget define el aprendizaje como el acomodo y asimilación de nueva información sobre la base de experiencias previas de los alumnos.

Estos protagonistas llevan a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje en el contexto didáctico en el que se sitúan mediante la comunicación. Comunicación que, de acuerdo con Tiffin y Rajasingham (1997) puede ser:

- Del alumno individualmente considerado con su ordenador.
- De una red de un grupo de alumnos.

- Del alumno inmerso en un curso.
- Del alumno con las instituciones de aprendizaje virtual.

La comunicación realizada presenta una serie de características peculiares, según Mc Cormack y Jones (1998), como:

- Independencia geográfica:** los que se comunican pueden estar en lugares geográficos distantes.
- Independencia temporal:** en una comunicación asíncrona no es necesario que los participantes estén al mismo tiempo.
- Ausencia de los rasgos físicos,** que sirven para matizar y entender mejor lo que se comunica. Esta realidad puede provocar malentendidos.
- Participación silenciosa:** en una comunicación “cara a cara”, alguien que no participa activamente puede sentir vergüenza de no hacerlo. La comunicación asíncrona es especialmente beneficiosa para los que suelen participar poco.
- La mediación del ordenador,** permite diversidad de entornos para realizar la comunicación (correo, chat, tablón de anuncios...) que pueden adaptarse mejor a las circunstancias de cada uno.
- Interactividad;** diversos estudios han demostrado que el uso de la comunicación mediada por ordenador aumenta la participación e interacción de los estudiantes.

Esta comunicación que tiene lugar en entornos tecnológicos puede caracterizarse como:

- Cara a cara o real versus no presencial, según la intermediación del diálogo.
- Síncrono o simultáneo (teléfono, chat, videoconferencia) versus asíncrono, a tiempo diferido (correo electrónico, listas de distribución, foros...), según la dimensión temporal.
- Real versus simulado o virtual, según el canal del diálogo alumno-profesor o autor de material o curso.

Se produce un cambio en el modelo didáctico-comunicativo que pasa de ser básicamente unidireccional (el saber se encuentra en los libros o en el docente) a ser multidireccional, más abierto y flexible con diferentes puntos de información:

- Nueva configuración del proceso didáctico y de la metodología.

- Nuevo rol del profesor
- Nuevas propuestas metodológicas

El resultado de la enseñanza es el aprendizaje pero no desde un punto de vista-simplista de estímulo.-respuesta sino como un aprendizaje significativo (consecuencia de una percepción y des- codificación subjetiva consciente del mensaje, lo que significa que se ha realizado una valoración personal de los contenidos, interpretados a partir de los conocimientos y principios que ya poseía).

Esta nueva situación descrita es presentada por García Aretio (1994) como un planteamiento teórico que él denomina "propuesta teórica integradora o del diálogo didáctico mediado". El diálogo didáctico mediado propone que la educación a distancia (de forma amplia podríamos considerar el proceso de enseñanza-aprendizaje en entornos tecnológicos) se basa en el diálogo didáctico que se establece entre alumnos y profesores/tutores, situados en espacios diferentes, utilizando medios que lleven al estudiante a aprender de manera independiente y flexible. Esta comunicación se realiza en función de la intermediación (presencial, no presencial), del tiempo (sincrónico o asíncrono) y del canal (real o simulado) que se utilice.

La teoría del diálogo didáctico mediado basa su propuesta en la comunicación a través de los medios que, cuando se trata de los materiales, se apoya en el autoestudio y cuando se trata de las vías de comunicación, en la interactividad vertical y horizontal.

Es gracias a esta nueva situación, a esta concepción de la educación, a la comunicación e interacción que tiene lugar en el proceso de enseñanza-aprendizaje, así concebido, que llegamos a la construcción conjunta (profesor- alumno-grupo) de nuevos conocimientos por medio de una nueva metodología, como el trabajo colaborativo.

Guitert y Jiménez (2000) presentan el trabajo cooperativo como una necesidad de las implicaciones que nos presenta el nuevo panorama sociocultural. La sociedad de la información requiere de los ciudadanos nuevas habilidades: mayor autonomía e iniciativa, capacidad de comunicar ideas con claridad y precisión mediante diversos medios técnicos, agilizar la toma de decisiones.

Un trabajo es propiamente cooperativo cuando requiere una elaboración conjunta, y no cuando simplemente es un trabajo realizado por varios miembros, en el que cada uno realiza su parte y luego la yuxtaponen.

Mercer (1997) indica que para que pueda darse un aprendizaje colaborativo, las conversaciones deben tener dos características:

- Que expresen ideas de la forma más clara y explícita; condición para compartirlas.
- Que los alumnos, el profesor... razonen juntos.

La comunicación que se desarrolla a lo largo de un proceso de enseñanza-aprendizaje con medios para la realización de un trabajo colaborativo requiere que, según Guitert y Jiménez (2000):

- a. La comunicación debe ser frecuente y rápida, que favorezca y dinamice el funcionamiento y la tarea del grupo.
- b. La exposición de ideas debe ser clara, para compartir y evaluar de modo conjunto.
- c. Se deben justificar las afirmaciones que se hagan, a fin de que puedan ser criticadas de forma constructiva por el resto del grupo.
- d. Se debe fijar un sistema para ir acumulando, organizando y revisando la información que progresivamente se ha ido aportando en grupo.
- e. El intercambio de información tiene que ser exploratorio: las ideas aportadas por el grupo deben tratarse de forma crítica pero constructivamente.
- f. No se persigue la suma de argumentaciones sino la evolución del trabajo.
- g. Al inicio se deben concretar qué canales de comunicación se utilizarán: correo electrónico, chat, documentos compartidos.
- h. Todos los miembros del grupo deben compartir toda la información, así como tener en cuenta las sugerencias de los demás.
- i. Capacidad de llegar a un consenso. No basta con llegar a un acuerdo, es necesario argumentar las razones en las que se basa nuestra opinión.

A la vez son necesarias diferentes actitudes por parte de los participantes como: la iniciativa, la responsabilidad individual, la evaluación del proceso.

Establecer normas de trabajo, la participación activa en el proceso, el cumplimiento de los acuerdos, etc.

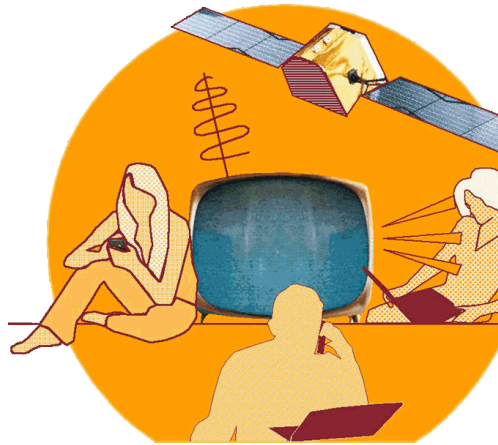


Ilustración: NTIC's
Recuperado de:
<http://lafalaciadelastics.wikispaces.com/reflexionfalacia>

6.3.1.4 La Andragogía

Es la disciplina que se ocupa de la educación y el aprendizaje del adulto. Etimológicamente la palabra adulto proviene de la voz latina *adultus*, que puede interpretarse como “ha crecido”, luego de la etapa de la adolescencia. El crecimiento biológico del ser humano llega en un momento determinado al alcanzar su máximo desarrollo en sus aspectos fisiológicos, morfológicos y orgánicos; sin embargo desde el punto de vista psicosocial, el crecimiento del ser humano, a diferencia de otras especies, se manifiesta de manera ininterrumpida y permanente.

Ernesto, Yturralde (1993) expresa: “Andragogía es al adulto, como Pedagogía al Niño”. El niño se somete al sistema, el adulto busca el conocimiento para su aplicación inmediata que le permita reeditar en el menor tiempo, existiendo la clara conciencia de buscar ser más competitivo en la actividad que el individuo realice, más aún si el proceso de aprendizaje es patrocinado por una organización que espera mejorar su posición competitiva, mejorando sus competencias laborales, entendiendo como competencias al conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes orientadas a un desempeño superior en su entorno laboral, que

incluyen tareas, actividades y responsabilidades, que contribuyen al logro de los objetivos clave buscado.

El rol del Participante adulto, en el proceso de aprendizaje, es diferente y se proyecta con un mayor alcance que el de ser un receptor pasivo, tomador de apuntes, conformista, resignado memorista o simple repetidor de las enseñanzas impartidas por un Instructor, Docente o Facilitador. La Participación implica el análisis crítico de las situaciones planteadas, a través del aporte de soluciones efectivas. La Andragogía como un proceso continuo de excelencia, conlleva la misión final, de proveer un mejor nivel de vida personal y laboral del discente."

Aportes de algunos estudiosos en el campo del Desarrollo Humano, coinciden en afirmar que la edad adulta tiene sub-etapas, y estas son:

- Edad Adulta Temprana (entre los 20 y 40 años)
- Edad Adulta Intermedia (de los 40 a los 65 años) y
- Edad Adulta Tardía (después de los 65 años de edad)

Adolfo Alcalá, venezolano, en su obra "La praxis andragógica en los adultos de edad avanzada", se refiere a la Andragogía "como la ciencia y el arte que, siendo parte de la Antropología y estando inmersa en la Educación Permanente, se desarrolla a través de una praxis (Praxis (del griego antiguo: πρᾶξις = práctica) es el proceso por el cual una teoría o lección se convierte en parte de la experiencia vivida) fundamentada en los principios de Participación y Horizontalidad; cuyo proceso, al ser orientado con características sinérgicas por el Facilitador del aprendizaje, permite incrementar el pensamiento, la autogestión, la calidad de vida y la creatividad del participante adulto, con el propósito de proporcionarle una oportunidad para que logre su autorrealización".

La Andragogía conceptualmente no es tan nueva como parece. Alexander Kapp, maestro alemán utilizó el término ANDRAGOGÍA por primera ocasión en 1833, al intentar describir la práctica educativa que Platón ejerció al instruir a sus pupilos que eran joven y adulto. A principios del siglo pasado, alrededor de 1920, Eugen Rosenback retoma el concepto para referirse al conjunto de elementos curriculares propios de la educación de adultos, entre estos, filosofía, profesores y metodologías a utilizar.

Eduard C. Lindeman (1885-1953) es otra de las grandes figuras en la generación de conceptos de la educación para adultos y en la formación del pensamiento de la educación informal. Fue el primer norteamericano en utilizar el término en dos de sus escritos.

Malcolm S. Knowles, (1913-1997) es considerado como el padre de Educación de Adultos. Introdujo la Teoría de Andragogía como el arte y la ciencia de ayudar a adultos a aprender. Consideraba que los adultos necesitan ser participantes activos en su propio aprendizaje.

Knowles expresaba que los adultos aprenden de manera diferente a los niños y que los entrenadores en su rol de facilitadores del aprendizaje deberían usar un proceso diferente para facilitar este aprendizaje. Para Knowles, hay cinco factores que detallamos más abajo, que diferencian a los adultos de los niños. En su obra *La Práctica Moderna de Educación de Adultos: "Andragogy Versus Pedagogy"* de 1970, presentó su Modelo Andragógico.

Características de la Andragogía

En "Andragogía no Pedagogía" (1972), Malcolm Knowles, enfatiza: "La Andragogía es el arte y ciencia de ayudar a aprender a los adultos, basándose en suposiciones acerca de las diferencias entre niños y adultos."

A diferencia del niño, el adulto como individuo maduro, manifiesta las siguientes características:

1. **Auto-concepto:** Tiene una necesidad psicológica profunda para ser auto-dirigidos. Su auto-concepto lo lleva a guiarlo por su propia voluntad.
2. **Experiencia del adulto:** Los adultos, independientemente de la edad han acumulado gran riqueza de experiencias que se convierten en importantes recursos de aprendizaje, y al mismo tiempo se convierten en plataforma para desarrollar nuevos aprendizajes para sí mismo.
3. **Prisa para Aprender:** Los adultos están dispuestos a aprender cosas que necesitan saber o saber hacer, para así cumplir con sus papeles en la sociedad: laboralmente, como profesionales, como líderes, trabajadores, esposos(as), padres o madres. La rapidez en aprender se orienta cada

vez más para las tareas en el desarrollo de sus papeles y responsabilidades sociales.

4. **Orientación para el Aprendizaje:** Mantienen una orientación centrada en situaciones, problemas, decisiones y mejoras permanentes. Buscan conocimientos para desarrollar las habilidades que necesitan aplicar a situaciones o problemas a los que se confrontan en la vida real.
5. **Motivación para Aprender:** Los adultos están más motivados para aprender por los factores internos, tales como desarrollo del autoestima, recompensas tales como aumentos de sueldo, ascensos, necesidades evolucionadas, descritas por Abraham H. Maslow en su "Jerarquía de Necesidades".

El Modelo Andragógico

Los componentes. Un Modelo Andragógico debe contar con los siguientes elementos:

- a. **El Participante Adulto:** El participante se apoya en sus propios conocimientos y experiencias adquiridas.
- b. **El Participante** debe continuar con la explotación y descubrimiento de sus potenciales: talentos y capacidades.
- c. **El Andragogo:** El profesor, catedrático o docente desde una óptica convencional o tradicional se ubica como quien posee los conocimientos y es el responsable de impartirlos, mientras que en el modelo andragógico, el Andragogo es un Facilitador competente en el proceso de transferencia de conocimientos y transferencia de experiencias, que el participante puede aportar.

El andragogo dejó de ser el instructor, pues debe desempeñar varios roles: Facilitador, transmisor de informaciones, agente de sensibilización, agente del cambio, agente de relación, tutor, coach, mentor. El facilitador promueve la participación activa fundamentada en actitudes positivas de los participantes adultos. El andragogo planifica y organiza la actividad educativa, cuyo actor principal es el participante, facilita las interacciones interpersonales. "Se puede contar con el andragogo como persona-recurso en muchas situaciones, considerándolo igualmente, como un participante en el proceso continuo de aprendizaje."

- d. **Los Participantes:** Se proyectan como fuentes de recursos, debido al cúmulo de experiencias. Los participantes adultos constituyen en su

conjunto, una gran cantidad de recursos que son provistos por sus propias experiencias previas, así como por su voluntad para aprender, de ahí que cada uno de los miembros del grupo se convierte en un agente del aprendizaje, en lo referente al contenido o al proceso en sí mismo.

- e. **El Entorno:** En un entorno educativo, en donde el grupo tiene su grado de responsabilidad, cada uno de los participantes puede convertirse en un recurso al crear una simbiosis vertical y horizontal. Los intercambios que generan, producen transferencias dinámicas de doble vía. El Outdoor Training que no es lo mismo que el Outdoor Adventure, se presenta como un entorno adecuado para muchos programas de capacitación orientados al desarrollo y fortalecimiento de habilidades blandas, conocidas como "Soft Skills"



Ilustración: andragogía
Recuperado de:
<http://andragogosa.blogspot.com/2010/08/ensayo-la-importancia-de-la-andragogia.html>

6.3.1.5 Pedagogía

Ciencia que se ocupa de la educación y la enseñanza.

Según la página web <http://www.mercaba.org/DicPC/P/pedagogia.htm> la pedagogía deriva de: "Etimológicamente, pedagogía proviene del griego país, que significa niño y ágo, conducir, educar. Paidagogía es, pues, el arte de enseñar a los niños."

Según la página web http://www.rmm.cl/index_sub.php?id_contenido=9355&id_portal=777&idseccion=6360 las características más relevantes de la pedagogía aplicada:

- a. Orientación hacia aprendizajes
- b. Adquisición de aprendizajes significativos saber.
- c. Alta estructuración y anticipación de la situación de aprendizaje.
- d. Atención a la diversidad, variadas metodologías y recursos.
- e. Constante supervisión y retroalimentación a los alumnos.

- f. Uso intensivo del tiempo, ritmo sostenido
- g. Buena relación profesor – alumno

“Una de las ramas de la pedagogía es la pedagogía social que estudia la educación social, tanto en individuos normalizados como grupos de problemas de inadaptación, marginación o exclusión social.”



Foto: pedagogía
Recuperado de: <http://www.uniminuto.edu/licenciatura-en-pedagogia-en-bmanga>

6.3.1.6 La sociología:

Ciencia que estudia las condiciones de existencia y desenvolvimiento de las sociedades humanas.

Según la página web <http://www.mailxmail.com/curso-sociologia-ciencia-servicio-humanidad/sociología-como-ciencia> la sociología se define como: “el estudio del hombre; a la sociedad humana, estructurada mediante el conglomerado de individuos que entran en constante interacción: de producción, de comunicación, de comprensión, de solidaridad, de división del trabajo, de sumisión, etc.”

Dentro de las características de la sociología se encuentra:

- a. Tiene objeto de estudio - El Hombre
- b. Tiene campo de estudio - La Sociedad

- c. Tiene sus propios métodos y Técnicas para comprobar los hechos sociales.
- d. Cumple con el sentido básico del que el vocablo "SCIENTIA" expresa, saber objetivo y racional de la realidad.

Siendo la sociología el estudio del desenvolvimiento de las sociedades humanas, se menciona por ejemplo el estudio de la sociología de la familia, sociología de la religión, sociología de la educación.



Foto: sociología
Recuperado:
http://orientacion.universia.edu.pe/informacion_carreras/pregrado/sociologia-2312/universidad-nacional-pedro-ruiz-gallo-90.html

6.3.1.7 La estadística

Se refiere a los métodos que se aplican para analizar datos numéricos, modalidades o cualidades relativas a un conjunto de individuos o hechos que se observan a los efectos de describir situaciones y extraer conclusiones basadas en el análisis.

Según la página web <http://www.uaq.mx/matematicas/estadisticas/xu3.html>, una de las ramas de la estadística es la descriptiva, la cual se dedica única y exclusivamente al ordenamiento y tratamiento mecánico de la información para su presentación por medio de tablas y de representaciones gráficas, así como de la obtención de algunos parámetros útiles para la explicación de la información.

La Estadística Descriptiva es aquella que realiza un análisis más profundo de la información. Asimismo, nos enseña la forma de graficar los resultados obtenidos en una investigación, por ejemplo si se desea saber el mayor porcentaje de mujeres que se dedican al área docente en la ciudad capital, tomando como base un segmento de la población de la Ciudad de Guatemala.

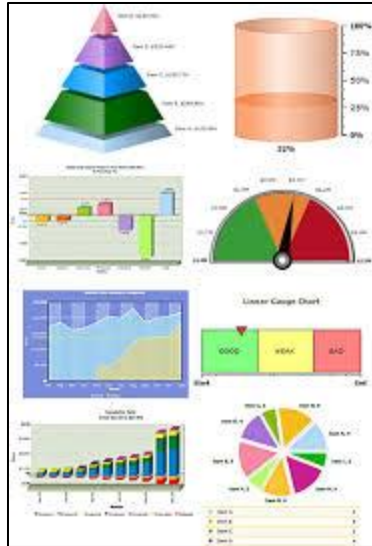


Imagen: estadística

Recuperado:

<http%253A%252F%252Fbibliotecadeinvestigaciones.wordpress.com%252Fmatematicas%252Festadistica-descriptiva-conceptos-generales%252F%3B400%3B583>

CAPITULO VII Proceso de diseño, y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información recopilada en el marco teórico:

7.1.1 Aplicación del bocetaje en el manual

El bocetaje es una de las etapas fundamentales del diseño gráfico, ya que por medio de éste se visualiza de forma preliminar las ideas que se desean plasmar en un diseño, en este caso se enfocan hacia el manual para colaboradores, ya que por ser un material para educandos se deben utilizar figuras que se identifiquen con los mismos. Además, el dibujo nos enseña a ver las cosas de forma real y transformarlo a las necesidades de cada persona, también transmite lo que pensamos y nos permite abstracción.

7.1.2 Aplicación de la división del plano de trabajo.

Lewandowsky y Zeischegg (2007), publican en su libro Guía práctica del diseño digital la importancia que el área de trabajo sea equilibrado según lo que se desea transmitir, máximo cuando se trata de algo digital para pantallas. Con base en esto el manual para colaboradores debe tener un plano amplio para las imágenes como para los textos, por ende se eligió el plano que tiene más espacio al centro, hoja tamaño carta (8.5*11) versión digital.

7.1.3 Aplicación del diseño gráfico.

El diseño es un conjunto de elementos que crean una imagen visual que transmite mensajes, es fundamental utilizarlo en el manual para colaboradores, pues éstos fijarán mejor sus conocimientos para utilizar eficientemente las herramientas tecnológicas de la página web richmondcan.com. Además, el diseño hace que los colaboradores vean la página más llamativa y no sientan aburrida las explicaciones. El diseño proyecta las ideas que se desean comunicar de una forma eficiente porque organiza todos los elementos de una forma agradable a la vista.

7.1.4 Aplicación de la psicología del color en el manual.

El manual para colaboradores y docentes aplica los colores vivos y brillantes.

Se utilizó la tabla de (Cf. Heller) como modelo para el manual de colaboradores:

Sensación	Colores base	Colores de acentuación
Aarado	verde, rosa, azul	azul, blanco, naranía
Calma	verde, azul	rosa, blanco
Eleancia	negro, blanco, plateado	violeta, gris, azul
Funcionalidad	blanco, gris	negro, azul, plateado
comodidad	azul, beige, rosa	verde, amarillo, azul
Alearía	rojo, amarillo, naranía	verde, azul, rosa
Neutralidad	blanco, gris	----
Romanticismo	rosa, blanco	verde, naranía
originalidad	violeta, naranía, plateado	todos los colores de
Formalidad	blanco, gris, azul	negro, plateado
Pureza	blanco, azul	----
Dinamismo	rojo, azul	naranja, plateado, amarillo

Según Eduardo y Oscar Klée Fleischmann, en su libro "Artes Plásticas 3", publican la psicología del color, con base en esto se utilizaron los siguientes colores con sus respectivos significados.

Color Blanco: el símbolo de lo absoluto, de la unidad y de la inocencia, significa paz. Mezclado con cualquier color reduce su croma y cambia sus potencias psíquicas, la del blanco es siempre positiva y afirmativa. El blanco crea una impresión luminosa de vacío, positivo infinito.

El color Negro: transmite elegancia.

El color Magenta: Es un color espiritual que se asocia con la compasión, la ayuda y la bondad. Aunque si uno se rodea de mucho color magenta puede hacerle sentir el deseo de apartarse del mundo a uno y acobardarse.

Se podría decir que es la parte glamurosa y madura del magenta/rosa. Es femenino pero con mayor elegancia, al alejarse un poco del rosa puro y tener más tonalidad de rojo. Combinado con negros puede ser muy elegante. Del mismo modo al contraste con el blanco o grises muy claros puede quedar bastante bien.

Es un color que fácilmente se puede asociar con la moda, con las mujeres, con la elegancia, con el glamour.

El color gris: Es el color más neutro. Por eso sirve muy bien como acompañamiento, como fondo, como contraste suave.

En sí mismo no suele ser un color corporativo, a menos que se trate de marcas creativas, ya que por ejemplo el gris se asocia con el color de un lapicero, de los bocetos, de los dibujos. Además, de cara a una agencia de publicidad, el gris puede ser un buen color como base neutra y que así destaquen los colores de sus clientes.

El gris también se puede asociar con la tecnología, ya que con ciertos sutiles degradados a blanco, puede transmitir metalizado, cromado, etc.

7.1.5 Aplicación de Modo de Color RGB

Franco, Carlos en su libro Color Digital, hace referencia a la diferencia de los colores RGB y CMYK, siendo el primero colores de adición y la suma de todos ellos produce el color blanco. El modelo RGB es el utilizado por todos los monitores para mostrar los colores. Los colores CMYK se trabaja en los proceso de impresión para reproducir imágenes en cuatricromía. El proceso se realiza mediante la impresión de cuatro planchas, cada una de ellas correspondiente a una de las tintas: C- (cyan) azul; M-(magenta) magenta; y- (yellow) amarillo y K-(black) negro.

Por ser un manual digital el modo de color seleccionado es el RGB porque son los que se utilizan en los monitores

7.1.6 Aplicación de la Tipografía

La tipografía es un elemento esencial para transmitir mensajes, el manual necesita una familia tipográfica que tenga variaciones en el grosor, tamaño, anchura para que el docente tenga mayor facilidad de lectura.

Se utilizó la fuente con terminal sin serif porque es legible y es adecuada para la lectura.

Las letras tendrán bold, cursiva y variación de tamaño para no cansar la lectura del manual.

Siendo el manual digital, también es importante seleccionar un tipo de letra estándar en los monitores, por tal razón se eligió la fuente Verdana, ya que según la página www.fotonostra.com ésta es una fuente especialmente pensada para ser vista en el monitor de un ordenador, para ser legibles en distintas pantallas con alta o baja resolución.

7.1.8 Aplicación de los formatos de archivos digitales

Los formatos de archivos digitales almacenan la información al codificar toda la imagen cada píxel de forma individual, esto ocasiona que el archivo pese mucho (ocupa mucho espacio en MB en el ordenador) pero, a cambio, no pierda ninguna clase de información."

El formato utilizado es el .pdf porque según Quirós, Sergio y Enrique Quirós Peñalva (2003), es uno de los formatos más utilizados en Internet. Para visualizar imágenes de colores planos y fotografías de páginas web, es adecuado cuando se usa un archivo de imagen de más de 256 colores o gráficos de tono continuo, en general cuando tienen gradaciones complejas.

El otro formato utilizado será el PNG porque realiza compresiones sin pérdida, conserva mayor cantidad de detalles y una gama de colores.

Para realizar el diseño se utilizará el formato *.psd y *.ai el formato por defecto de imagen de Adobe Photoshop para imágenes nuevas, pudiendo emplearse también para imágenes mejoradas. Guardar siempre en este formato permite conservar todos los elementos del trabajo.

7.1.9 Aplicación de la Andragogía:

Se aplicó la ciencia auxiliar andragogía, porque el manual para colaboradores de la página web de richmondcan.com es para adultos comprendidos entre las edades de 23-60 años, y es una herramienta que debe estar enfocada al autoaprendizaje, y que a simple vista se reconozca cada herramienta.

7.1.10 Aplicación de la pedagogía:

Siendo el manual una guía para utilizar correctamente las herramientas tecnológicas de la página web, es necesario que éste sea enfocado a la

educación, para que colaboradores y docentes adquirieran conocimientos por medio de un material visual.

7.1.11 Aplicación de la semiología:

Las personas se comunican diariamente mediante el uso de la lengua, hablada y escrita, también se utilizan gestos o movimientos del cuerpo. La semiología estudia signos y símbolos, de tal forma que los gestos de una persona en una conversación son de ayuda para comprender mejor los mensajes. Por ende, se aplicó la semiología en el manual, ya que ésta es la base de la comunicación misma. El manual representa una comunicación visual, escrita y oral, es una herramienta primordial por la que se constituyen todos los mensajes en donde se analiza los procesos para utilizar una serie de herramientas tecnológicas educativas por medio de imágenes, símbolos o signos.

El manual, a través de la semiología, logra comunicación eficaz y eficiente.

7.1.12 Aplicación de la sociología:

La sociología se aplica en el manual, ya que se realiza un estudio de la población al cual va dirigido el material visual, pues se debe conocer las características y el medio en el que se desenvuelven los colaboradores para comunicarles el mensaje tal cual es y tenga mejor percepción de la información que se le presenta en el manual.

7.1.13 Aplicación de la estadística:

En el manual para colaboradores es necesario realizar un análisis estadístico de los datos que se obtendrán en la validación técnica del material visual. Es importante que se utilice la estadística para dar a conocer la información de forma rápida, clara y confiable.

7.1.14 Aplicación de las tendencias del diseño web en el manual:

Imágenes de gran tamaño, La tendencia apunta a un incremento de las imágenes y fotografías de todas las webs en general. El concepto de que una imagen vale más que mil palabras está en alza.

El espacio blanco, porque es más fácil de leer y destaca los objetos, como los botones y signos del manual.

Iconos que están representados en una sección dentro del manual como:
Los botones redondos.

7.1.15 Aplicación de la comunicación en el manual

Siendo la comunicación un proceso de trasmisión de ideas o símbolos, se aplica en el manual porque se comunica información de cómo utilizar la página web richmondcan.com. Asimismo, se aplicó el diagrama de Schram, que se refiere a una comunicación colectiva.

7.1.16 Aplicación de las tendencias de la comunicación en el manual:

Los móviles y la información de proximidad: Los colaboradores pueden ingresar a su página si cuentan con un teléfono que tenga acceso a internet.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método: Mapa conceptual

Los mapas conceptuales son artefactos para la organización y representación del conocimiento. Tienen su origen en las teorías sobre la psicología del aprendizaje de David Ausubel, enunciadas en los años 60.

Su objetivo es representar relaciones entre conceptos en forma de proposiciones. Los conceptos están incluidos en cajas o círculos, mientras que las relaciones entre ellos se explicitan mediante líneas que unen sus cajas respectivas. Las líneas, a su vez, tienen palabras asociadas que describen cuál es la naturaleza de la relación que liga los conceptos.

Los mapas conceptuales se estructuran en forma jerárquica en la que los conceptos más generales están en la raíz del árbol y a medida que vamos descendiendo por el mismo, encontramos conceptos más específicos.

7.2.1.1 Ventajas de utilizar un mapa conceptual

Permite organizar la información de forma ordenada y clara.

Siendo el mapa un integrador de conocimientos se puede incluir imágenes y textos que ayudan a fijar los conocimientos de las personas.

Es una técnica de análisis que puede ser usada para ilustrar una estructura conceptual de una fuente de conocimientos.

Demuestra que los conceptos de una disciplina determinada difieren en cuanto al grado de exclusividad y generalización. La presentación jerárquica de los conceptos facilita el aprendizaje.

Proporciona una visión integrada del tema y una especie de listado de aquello que fue abordado.

7.2.2 Definición del concepto

El concepto de Diseño se construyó de acuerdo a criterios, objetivos, necesidades e ideas plasmadas en términos de un desarrollo y aplicación eficaz de las teorías que sustentan el presente proyecto. El concepto de diseño que se implementará en el manual para colaboradores es el mapa conceptual, ya que permite tener un orden secuencial de las ideas para que éstas se integren, más aún cuando se trata de un manual de procesos para utilizar herramientas tecnológicas educativas.

Según C Dürsteler, Juan (2010). Los mapas conceptuales son artefactos para la organización y representación del conocimiento, facilitan la organización de las ideas para transmitirlos a más personas.

Se utilizó el mapa conceptual porque tiene relación entre conceptos y un mejor control en el uso de imágenes y textos para integrar eficientemente los elementos de diseño.

Para puntualizar la frase conceptual se realizó un listado de frases que se identifican con el sitio web de richmondcan.com.

- Educación y tecnología
- La tecnología y los colaboradores.
- Innovación tecnológica para la educación
- Educación virtual
- Conjunto de herramientas tecnológicas virtuales
- Sitio web innovador

La frase seleccionada fue **“Innovación tecnológica para la educación”** porque responde a los objetivos planteados y a las necesidades del usuario, los cuales se centra específicamente en: tener un material visual para el aprendizaje correcto del uso de las herramientas tecnológicas de la página richmondcan.com al utilizar la tecnología.

En Richmoncan.com, la tecnología es la base para seguir a la vanguardia de los avances que se presentan en cuanto a la educación virtual, por tal motivo se seleccionó dicha frase, ya que encierra todo lo que Richmond es y quiere dar a conocer en el medio educativo.

7.3 Bocetaje

Un boceto o esbozo es un dibujo hecho de forma esquemática y sin preocuparse de los detalles o terminaciones para representar una idea, un lugar, una persona, un aparato o cualquier cosa en general. Los bocetos se realizan para obtener habilidad, y una guía para el resultado final de un proyecto. El boceto es el campo de pruebas para el uso de la línea, valores tonales, masas, textura, formas y color (elementos de composición) que después pueden ser traducidos a otros medios pictóricos y que a su vez pueden formar la base para proyectos más ambiciosos.

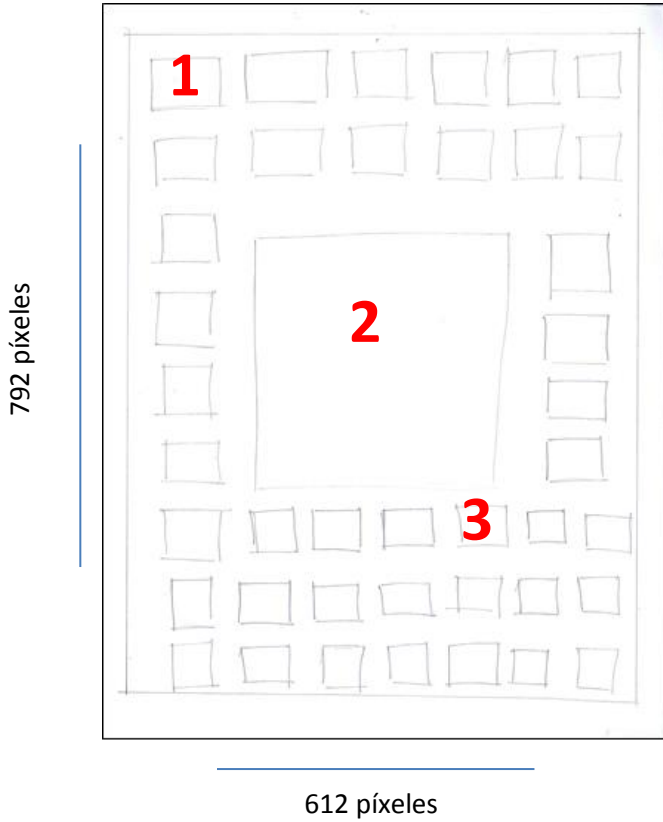
7.3.1 Tabla de Requisitos

Elemento Gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Color	<p>Crear un orden por medio de la división de los espacios de las secciones del manual a la vez que se unifica con el posicionamiento de la gama de colores de la marca.</p>	<p>Photoshop: círculos en porcentajes de color, magenta y grises, colores institucionales de la marca.</p>	<p>Energía y Estabilidad</p>
Tipografía	<p>Se utiliza la tipografía Verdana ya que por su estilo gráfico visual es la más adecuada para monitores y lectura digital.</p>	<p>Ilustrador: 2 tipos de letra para diferenciar títulos y conceptos, negrillas en subtítulos.</p>	<p>Equilibrio y legibilidad</p>
Tamaño	<p>Se concretó en un tamaño estándar, carta, fácil compresión y mejor distribución de la información, diagramación de imágenes y textos.</p>	<p>Ilustrador: documento de 8.5*11".</p>	<p>Comodidad</p>

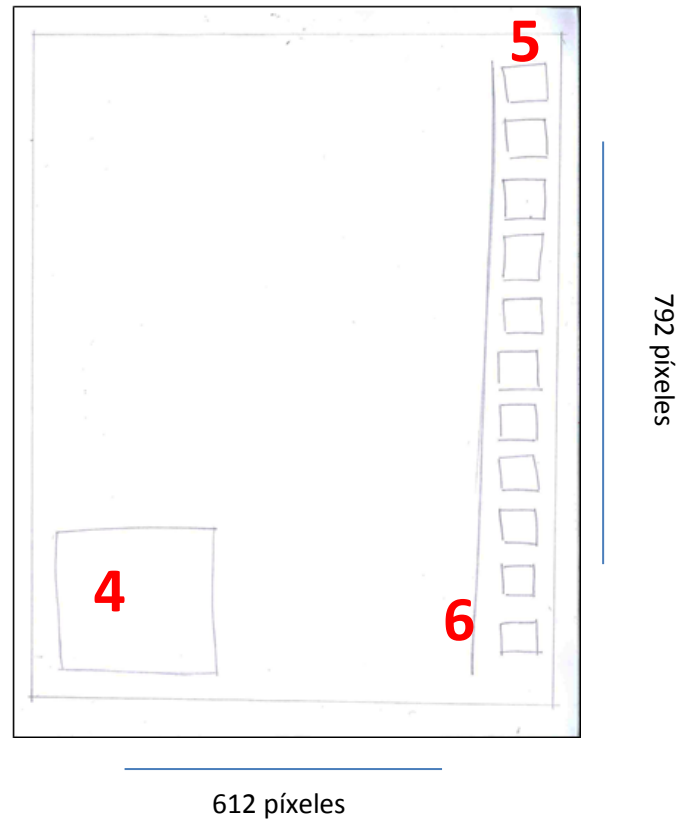
7.3.2 Bocetaje

Propuesta 1 Boceto a Lápiz

Portada



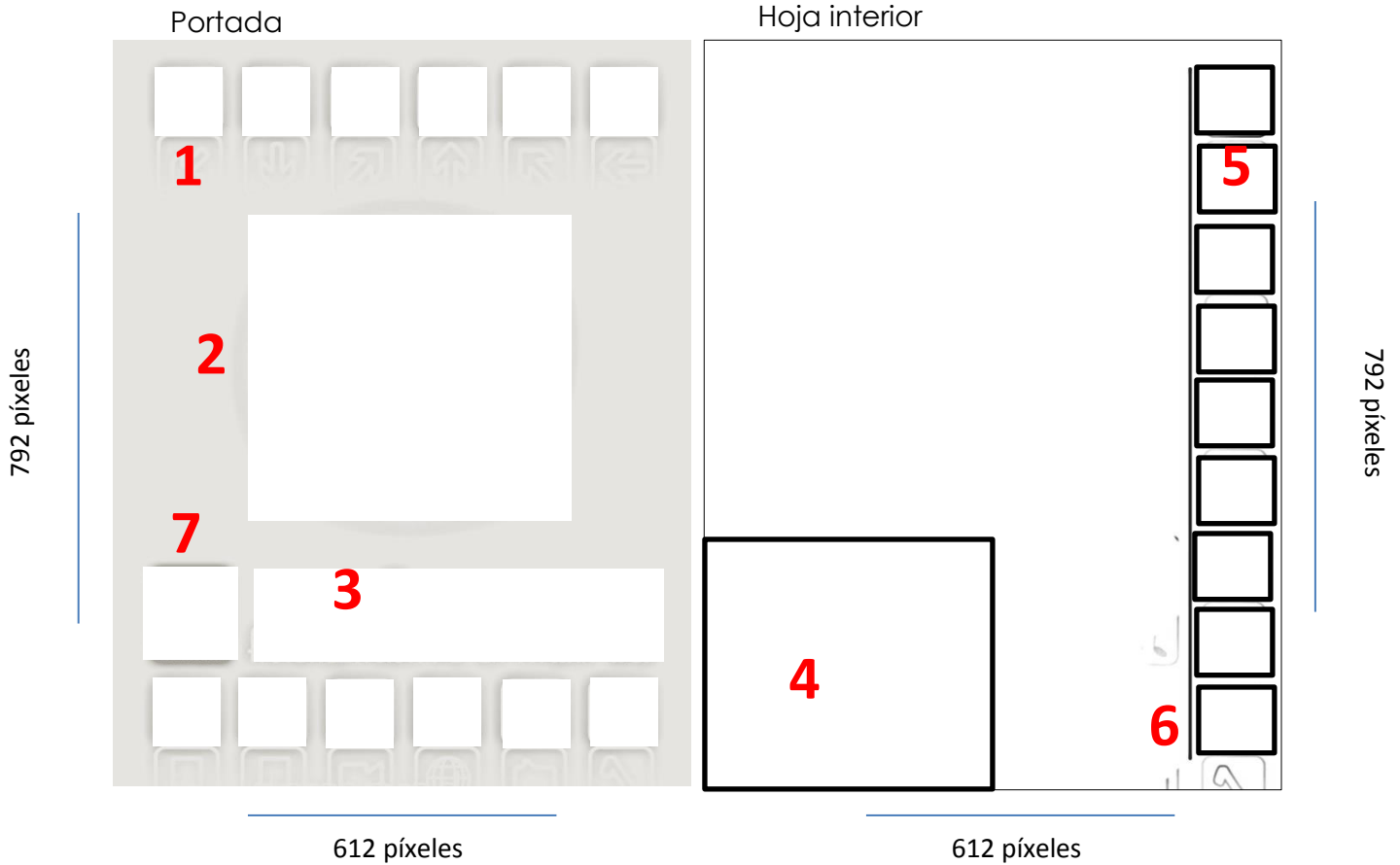
Diseño Interiores



Interpretación

1. Íconos web
2. @ como ícono central vectorial
3. Íconos web o lugar de título
4. @ como ícono vectorial en opacidad
5. Íconos web
6. Línea para separación de contenido con el diseño

Propuesta 1 Retícula



Interpretación

1. Íconos web (196x196px)
2. @ como ícono central vectorial (838x810 px)
3. Íconos web o lugar de título (1024x271 px)
4. @ como ícono vectorial en opacidad (704x700 px)
5. Íconos web (196x196 px)
6. Línea para separación de contenido con el diseño (15x2044 px)
7. Logo (208x271 px)



R:255 G:255 B:255



R:90 G:21 B:64



R:57 G:57 B:58



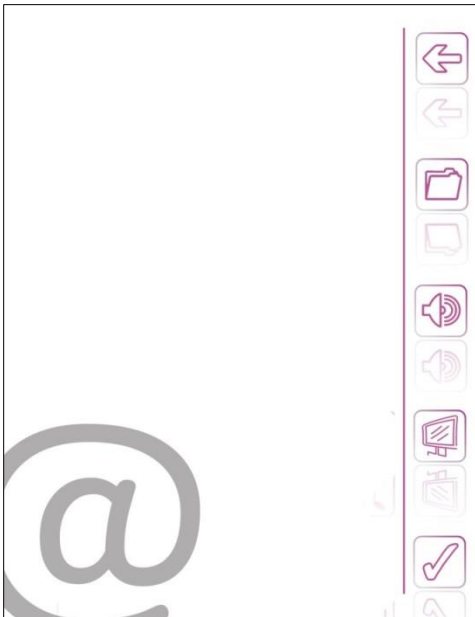
R:127 G:30 B:91

Propuesta 1 Digital

Portada



Página Interior

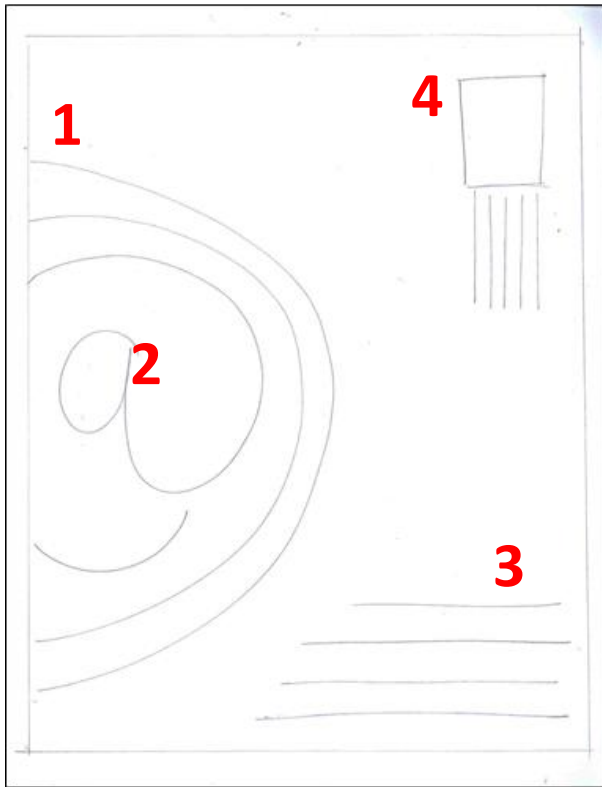


Propuesta 2 Bocetaje a Lápiz

Portada

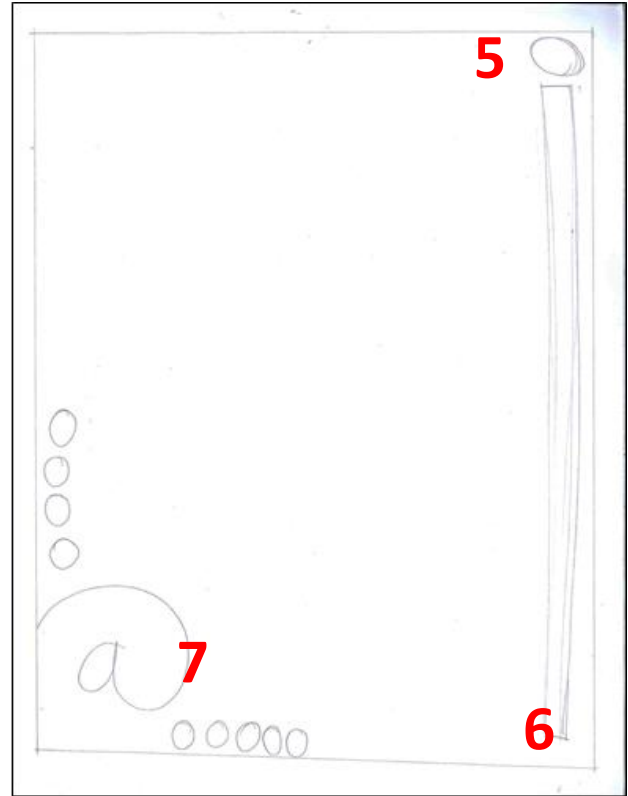
Hoja interior

792 píxeles



612 píxeles

792 píxeles



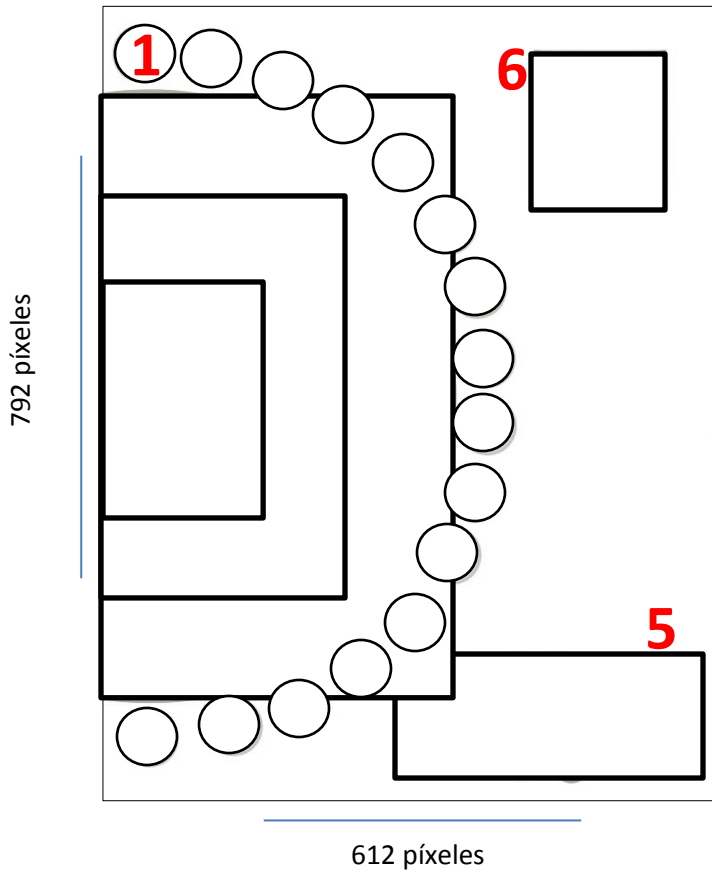
612 píxeles

Interpretación

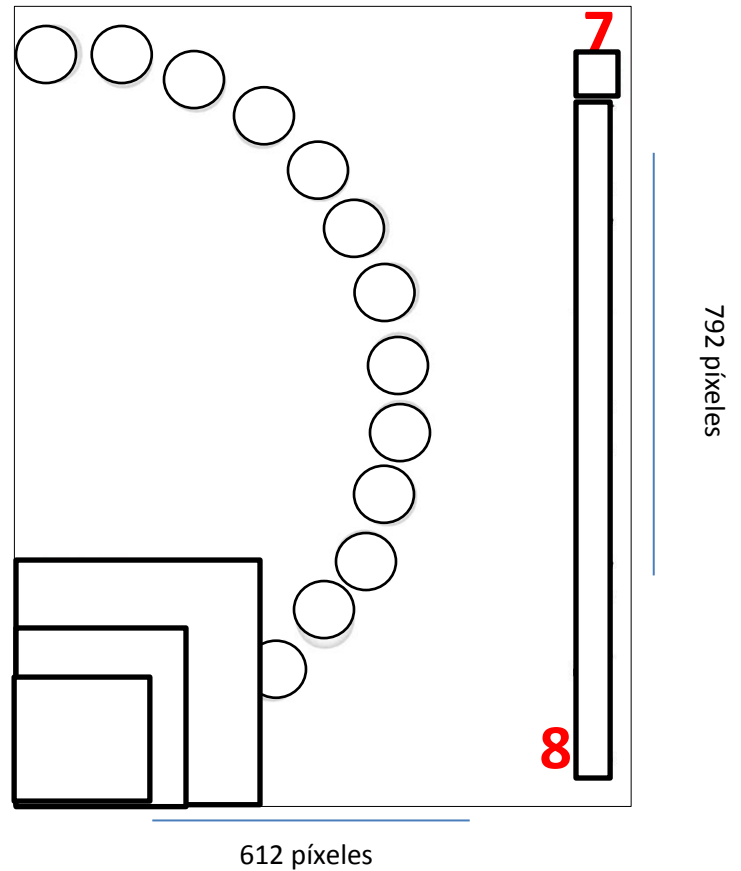
1. Círculos vectoriales
2. @ como ícono central vectorial
3. Título del manual
4. Logotipo de Richmond
5. Isologo
6. Título vertical del manual
7. @ en opacidad como línea gráfica del diseño

Propuesta 2 Retícula

Portada



Hoja interior



Interpretación

1. Círculos vectoriales gris pequeños (156x156 px)
2. Círculos vectoriales gris grande (676x1088 px)
3. Círculo vectorial magenta (988x1704 px)
4. @ como ícono central vectorial (468x672 px)
5. Título del manual (832x360 px)
6. Logotipo de Richmond (372x448 px)
7. Isologo (96x96 px)
8. Título vertical del manual (80x1848 px)
9. @ en opacidad como línea gráfica del diseño (352x352 px)



R:255 G:255 B:255



R:227 G:0 B:79



R:186 G:187 B:187



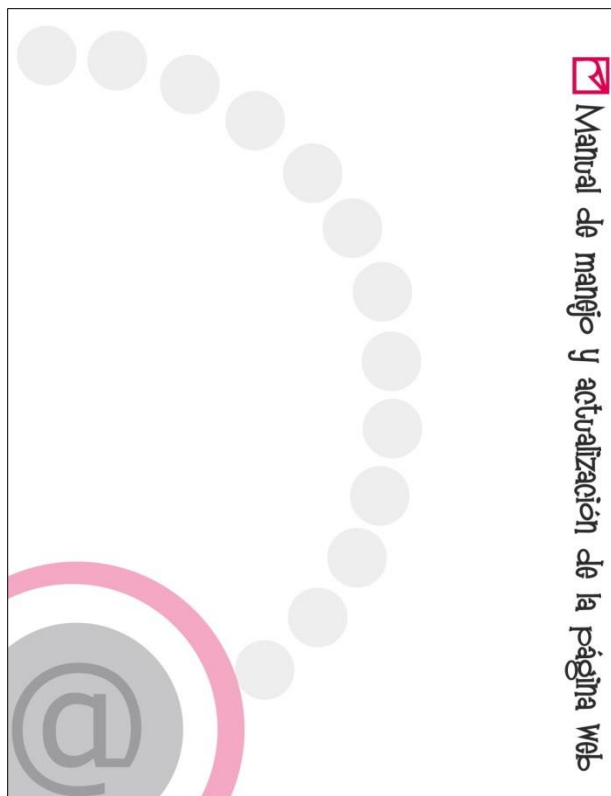
R:43 G:43 B:44

Propuesta 2 Digital

Portada



Página interior



Propuesta Preliminar del Manual



nueva carpeta a la que llamamos por ejemplo "wp", y es en esta carpeta donde descargaremos los archivos de WordPress.

En el caso de Ubuntu, esta carpeta se encuentra en `/var/www`, donde creamos la carpeta que llamamos "wp", aunque podría tener el nombre que queramos.

A continuación abrimos un navegador y tecleamos <http://localhost/wp> en la barra de direcciones para comenzar con la instalación propiamente dicha.

En primer lugar, nos encontramos con un mensaje de error, ya que el archivo de configuración de WordPress no existe, y nos indica que podemos crearlo desde el botón "Crear un archivo de configuración".

Manual de mango y actualización de la página web

Abre el archivo de configuración wp-config.php. Este archivo es necesario para empezar. Descárgalo desde la siguiente dirección:

Podemos crear el archivo de configuración manualmente, ya que WordPress nos proporciona el archivo "wp-config-sample.php", que nos va indicando los pasos a seguir, o hacerlo desde un editor de código como "Dreamweaver". Personalmente prefiero "Bluefish" que es un editor gratuito, aunque podemos usar el bloc de notas para editar los datos, guardando después el archivo con la extensión ".php", aunque en este curso vamos a seguir los pasos que nos da WordPress en su instalador.

Descarga Bluefish: <http://bluefish.sourceforge.net/>

Requisitos e Instalación. Antes de empezar necesitamos una configuración de base de datos. Necesitamos conocer la siguiente información antes de seguir:

1. Nombre de la base de datos.
2. Nombre de usuario de la base de datos.
3. Contraseña de la base de datos.
4. Nombre de la base de datos.

Si por alguna razón no tenemos la conexión necesaria en este archivo es la siguiente. Solo lo usas si tienes un fichero de configuración con la información de la base de datos. Puedes probar cambiando el valor de `$wpdb` por el siguiente:

De la misma forma nos aseguramos de tener la función `mysql_connect` disponible, que nos proporciona un mensaje de error si no está disponible para poder continuar. Si no está disponible, puedes probar cambiando el valor de `$wpdb` por el siguiente:

Manual de mango y actualización de la página web

En la siguiente pantalla WordPress nos indica que datos son los que necesitamos, para su instalación.

Continuamos introduciendo los datos que nos solicita.

Manual de mango y actualización de la página web

La única parte en la que podría haberse un archivo wp-config.php. Puedes crear manualmente el archivo wp-config.php según desde el siguiente botón.

Aunque no es lo normal, podemos tener un fallo en este punto de la instalación, que no tiene mayor importancia si seguimos las indicaciones del instalador.

Ahora copiamos el código que WordPress nos proporciona, y localizamos el archivo `wp-config-sample.php` en la carpeta pública de nuestro servidor local, y lo renombramos con `wp-config.php` para tener todo en su contexto y pegar el código que nos ha facilitado WordPress en la última pantalla.

Manual de mango y actualización de la página web

Guardamos los cambios del archivo `wp-config-sample.php`, y lo renombramos a `wp-config.php` para continuar con la instalación desde el navegador pulsando el botón "Instalar la instalación".

Manual de mango y actualización de la página web

Finalizado

Información necesaria

Por favor, debes introducir los siguientes datos. No te preocupes, siempre podrás cambiar estos datos más tarde.

Título del sitio: Curso de WordPress

Nombre de usuario: admin

Contraseña: admin

Nombre de correo electrónico: jordi@jordi.org

Identificación: Permitir que mi sitio aparezca en motores de búsqueda como Google y YouTube.

A continuación indicamos nuestro nombre de usuarios de WordPress que por defecto es `admin`, ponemos una contraseña, una dirección de correo electrónico, y marcamos si queremos o no ser encontrados por motores de búsqueda como Google, por supuesto seleccionamos que sí, y continuamos.

Manual de mango y actualización de la página web

¡Te lo lograd!

Con esta última pantalla WordPress no informa que ya ha concluido la instalación de forma exitosa.

Manual de mango y actualización de la página web

TOMA DE CONTACTO CON WORDPRESS

Una vez instalado WordPress, de forma exitosa, es hora de acceder al panel de administración, para ello necesitamos wp-admin, desde su url, que está en <http://localhost/wp-admin> para ver la pantalla de acceso a WordPress:

Introducimos con el nombre de usuario y la contraseña que elegimos durante la instalación, para acceder al escritorio de WordPress. Así encontramos en primera instancia una pantalla de bienvenida, desde la nos ofrece acceso a los principales puntos a configurar de WordPress.

Para continuar con este curso, cerramos este mensaje de bienvenida con el botón "Omitir", y continuamos con las partes del escritorio:

Manual de mango y actualización de la página web

INSTALACIÓN DE WORDPRESS

Una vez instalado el servidor local y creada la base de datos, sólo nos queda bajar un copia de WordPress para su instalación. Nos dirigimos a <http://es.wordpress.org> para bajar una versión totalmente en español.

En este momento está disponible la versión 3.1.1 con un peso de 4.4 Mb. Haciendo clic en el botón rojo de descarga, éste comienza automáticamente.

Ahora, tenemos un archivo comprimido en ".zip" que contiene todos los archivos necesarios para la instalación de WordPress. Necesitamos descomprimir todos estos archivos en la carpeta pública de nuestro servidor local, que está ubicada en nuestro disco duro, y puede tener distintos nombres como "htdocs", "public", "httpd" o a más común "www", en ella creamos una

Manual de mango y actualización de la página web

IMÁGENES EN WORDPRESS

Para añadir imágenes en WordPress, nos dirigimos al editor, y vamos a colocar una imagen dentro del Post que creamos anteriormente. En primer lugar hacemos clic en el botón **Subir/insertar**, y se nos abre la ventana **"Añadir imagen"**.



En un primer vistazo podemos ver que añadir una imagen es tan fácil como arrastrar el archivo a la ventana de **"Añadir imagen"** o seleccionarla del ordenador con el botón **"Elegir archivo"**.

También tenemos otras dos opciones desde las pestañas superiores, que son **añadir** (Desde una URL) e **insertar** (Desde nuestra biblioteca de medios), así como la opción de **añadir una imagen desde un servidor externo**, que nos permite añadir imágenes que ya están alojadas en otro servidor. Posteriormente tendremos la pestaña **"Datos"** con parámetros función a la **"Lectura de Imágenes"**.

También tiene la capacidad de darnos de qué tamaño máximo de las imágenes que se carguen sobre de 2MB, lo que ya es una imagen muy grande para Web.

Tras arrastrar el archivo de imagen correspondiente se nos abre una nueva ventana de configuración:


Manual de manejo y actualización de la página web

LA ENTRADA

En el Escritorio contamos con una ventana de **"Edición rápida"**, que podemos usar para añadir nuevas entradas, aunque no es recomendable ya que es propiamente de ciertos formatos de Edición, con los que contamos en el editor de WordPress. Por lo tanto, dejaremos el ratón sobre el botón **"Añadir nueva"** del Menú Principal, se nos desplegarán varias opciones, donde elegiremos **"Añadir nueva"**.

En la nueva ventana encontramos el Editor **"visual"** de WordPress (What You See Is What You Get en inglés, lo que ves es lo que obtienes), desde comencamos a introducir nuestra primera entrada.

En primer lugar introducimos el título de la entrada, y a continuación podemos introducir el texto del Post. Veamos las partes del editor:



1. Barra de Título.
2. Campo de texto, donde introducimos el texto, imágenes o contenido multimedia.
3. Barra de opciones de edición.
4. Barra avanzada (se despliega con el último botón de la barra básica).
5. Controlador de editor "visual" y editor HTML.
6. Subir/Insertar.

La opción de editar el texto HTML es muy interesante en WordPress, aunque no es imprescindible para trabajar con este CMS.

Manual de manejo y actualización de la página web

CONFIGURAR UNA ENTRADA

Para mejorar la navegación del usuario y la organización interna de nuestras entradas, WordPress nos permite configurar las entradas por categorías y etiquetas, lo cual supone un acceso rápido e intuitivo a la información de nuestra web.

Para ello, añadimos nuestra entrada y nos fijamos en los paneles de la derecha, en la configuración estándar de WordPress encontramos cuatro paneles:

- **Formatar**: que define como se mostrará nuestra entrada.
- **Categorías**: que organiza nuestra entrada en una o más categorías.
- **Etiquetas**: nos permite insertar las palabras clave del post.
- **Imagen destacada**: nos permite resaltar una de las imágenes del post.

Nos vamos a centrar en los paneles de **Categorías** y **Etiquetas**. En el panel de **Categorías** podemos crear la categoría **Cursos** y asignar nuestro Post. En el Panel **Etiquetas**, vamos a seleccionar las palabras clave de nuestro Post, y vamos a ser coherentes con el nombre que pongamos a las etiquetas, de modo que si abrimos la etiqueta **"Curso Web"**, no usamos **"Curso de programación"** en otro Post que pueda recibir esta etiqueta.

En la parte práctica podemos ver que se ha creado la categoría **"Cursos"** y que nuestro Post tiene las etiquetas que le hemos asignado:



Manual de manejo y actualización de la página web

LOS VÍNCULOS O HIPERENLACES

Desde el primer día una de las mayores ventajas de Internet ha sido el **Vínculo o Hipervínculo**, que nos ha llevado de un sitio a otro con un sólo clic, y desde luego, será una de las opciones que más vamos a usar en nuestra Web con WordPress. Realizar enlaces desde el Editor de WordPress es, como ya podrás ser de otra manera, un proceso muy fácil. En primer lugar añadimos de nuevo nuestra entrada, e introducimos el texto que hará de enlace, para seleccionarlo y pinchar en el icono de **Hipervínculo**:



A continuación abre la ventana de **Insertar/Editar enlace**:



En esta ventana definimos la URL de destino, el título del enlace que aparece al pasar el ratón sobre el vínculo, y el opción de abrir el enlace en una nueva ventana o pestaña. También tenemos la opción de editar con contenido existente en nuestra Web. Tras configurar los parámetros hacemos clic en **"Añadir enlace"** y actualizamos nuestro post para ver los resultados.

Manual de manejo y actualización de la página web

TRABAJAR CON PDF DESDE WORDPRESS

En el caso de trabajar con documentos en PDF, tenemos dos opciones, que es editar un PDF del mismo modo que creamos un enlace a una página externa e instalación con cualquier documento en PDF de Internet, aunque ésta es en su práctica muy adecuada cuando no vamos propietarios de ese documento y no podemos garantizar que siempre estará en lugar donde las hemos instaladas.

La opción más recomendable es añadir el archivo PDF del mismo modo que añadimos las imágenes en los anteriores capítulos:



Manual de manejo y actualización de la página web

LAS PÁGINAS

Después de ver las entradas que serán el contenido dinámico de nuestra Web, vamos a ver los contenidos estáticos y permanentes como el **"Quiénes somos"** o los distintos servicios que se ofrecen en una Web corporativa.

A las distintas páginas se accede desde el menú de WordPress, y a continuación vamos hacer clic en el botón **"Añadir"** y seleccionamos **"Añadir nueva"**:



Encontramos un editor idéntico al que encontramos con las entradas, aunque los paneles laterales tienen opciones muy distintas:

En el panel **"Añadir"** encontramos las opciones de **"Estado"** para situar la página como **"borrador"**, **"publicada"** o **"pendiente de revisión"**. En **"Visibilidad"** establecemos quien puede ver la página.

Con cada nueva página se añade un nuevo ítem en el menú principal de nuestra Web. En el panel **"Edición de la página"** tenemos la opción de crear otro ítem en la parte superior del menú o dentro de otro ítem del menú existente, para que sólo se muestre al pasar el ratón sobre el ítem superior. También podemos seleccionar una estructura distinta (Blog, la página de **"Inicio"** y establecer un **"orden"** entre los ítems del menú.

Manual de manejo y actualización de la página web

Como en las entradas, tenemos la posibilidad de seleccionar una **"Imagen destacada"**:



Como podemos ver en la imagen anterior, se ha creado una nueva página con un ítem de menú, y otro situado dentro de él.

Por defecto WordPress incluye la opción de **"Comentarios"** para todas las páginas, entre otros parámetros que podemos configurar. En el panel de **"Administración"**, vamos a **"Páginas"** y con el ratón situado sobre cualquier página, seleccionamos **"Edición rápida"**:



Manual de manejo y actualización de la página web

En la zona de administración de WordPress, encontramos el logotipo de WordPress que nos lleva a los distintos enlaces de documentación: **Foro de soporte** y **ayuda**. A continuación, en la parte superior tenemos el **Título** de nuestro sitio Web que nos lleva a la parte pública.

En el lado izquierdo tenemos el **Menú Principal** desde donde accedemos a todas las opciones de edición y configuración de WordPress.

En el **Centro**, ocupando la mayor parte de la pantalla, encontramos el **Escritorio**. Desde WordPress todo gira de su flexibilidad, al ser muy configurable, y facilidad de uso, ya que para poner el escritorio a nuestro gusto sólo hay que arrastrar las distintas ventanas, y situarlas en el lugar que más nos guste.



Manual de manejo y actualización de la página web

Diferencia entre Entrada y Página:

Una de las primeras cosas que debemos saber sobre WordPress es la diferencia entre una **Entrada** o **Post** y una **Página**, que aunque no tiene mucha dificultad puede llevarnos a confusión. Hay que entender que aunque WordPress es un CMS muy potente y avanzado, originalmente fue concebido para generar **Blog**, y conserva esta cualidad, que nos proporciona ventajas adicionales sobre otros gestores más complejos como **Drupal**.

La **Entrada** o **Post**, es el contenido dinámico de nuestra página, característica propia del **Blog**. Puede ser actualización o noticia, que permite ir actualizando nuestra Web de forma cronológica, aunque también podemos organizar las entradas por categorías, tags (etiquetas) o autores.

La **Página**, es el contenido estático de nuestra Web, donde se muestra la información referente a los servicios que se prestan (tipo tipo de información, útil a nuestros visitantes). Las páginas se organizan mediante los ítems de menú.

En su instalación WordPress, integra un post de ejemplo **"Hola Mundo!"** y una página de ejemplo en su menú principal:



Manual de manejo y actualización de la página web

En este ejemplo, en seleccionado el "1" para el Inicio, el número "2" para la página "Curso de WP" y el número "3" para el Blog, y he eliminado la página de ejemplo que trae WordPress predeterminada, quedando en la web de esta manera:



Manual de manejo y actualización de la página web

LOS TEMAS

Los temas o plantillas de WordPress definen la apariencia de tu sitio web para los visitantes. La instalación y configuración de los temas es, una vez más, una tarea fácil, aunque sí es que podemos encontrarnos con algún conflicto que tendremos que solventar.

Para comenzar seleccionamos Apariencia > Temas, y se nos muestra una ventana con las plantillas disponibles en WordPress:



Haciendo clic en "Opciones del Tema" del tema activo veremos parámetros que podemos configurar; éstas dependerán de cada plantilla. En WordPress encontramos un gran número de Temas que podemos usar de forma gratuita y que encontraremos fácilmente haciendo una búsqueda en Google.

Es por la opción de buscar plantillas profesionales, aunque esto dependerá del presupuesto y expectativas de cada uno.

La propia Web de WordPress nos ofrece una gran cantidad de plantillas gratuitas en <http://themedirectory.wordpress.com/>.

Manual de manejo y actualización de la página web

También, podemos buscar e instalar temas directamente desde el Panel de Administración de WordPress, haciendo clic en la pestaña superior "Instalar Tema", donde encontraremos, varias opciones como "Buscar" en el directorio de WordPress, "Subir" desde nuestro ordenador un tema que tengamos descargado, o "Instalar Tema" directamente desde el directorio de WordPress.



Manual de manejo y actualización de la página web

descargado, o ver los temas "Destacado" o "Recientes" del directorio de WordPress.



Manual de manejo y actualización de la página web

Instalar un tema es tan fácil como hacer clic en "Instalar", aunque en una gran mayoría de ocasiones la configuración de seguridad de nuestro servidor nos lanzará un error y no nos permitirá finalizar la instalación.

Para tener más opciones, como descargar el Tema en formato ZIP y depositar el archivo dentro de las carpetas de sistema de WordPress, concretamente en /wp-content/themes. Esta opción también está disponible en un servidor remoto con la ayuda de un FTP, que veremos en próximos capítulos.

Para más comodidad tenemos la opción "Subir" en la instalación de Temas:



Después, encontramos el nuevo tema instalado y tan sólo pinchamos en "Activar".



Manual de manejo y actualización de la página web

LOS WIDGETS

Un Widget es una aplicación adicional muy útil que te da acceso a funciones de un sitio web.

Por ejemplo en el panel de la derecha de nuestro WordPress, encontramos varios Widgets como el de búsqueda, entradas recientes etc. Los Widgets, pueden cambiar en función de la plantilla que estemos usando. El trabajo con Widgets, es fácil e intuitivo, ya que sólo hay que arrastrarlos.

Accedemos desde el menú de administración Apariencia > Widgets:



En el panel de la derecha encontramos los Widgets que están activos en nuestra plantilla, y que también encontramos en la barra derecha de nuestro WordPress. Simplemente tenemos que arrastrarlos para cambiar su orden, o arrastrarlos fuera de la barra para eliminar la publicación.

En el centro de la pantalla encontramos los Widgets disponibles, que igualmente, los tenemos que arrastrarlos hasta su lugar correspondiente en la "Barra lateral" para publicarlo.



Manual de manejo y actualización de la página web

Finalmente encontramos, una ventana donde arrastrar los Widgets para ponerlos en inactivos o para configurarlos correctamente antes de su publicación.

Haciendo clic en la pequeña ficha de la derecha de cada Widget, podemos acceder a la configuración específica de cada uno:



Manual de manejo y actualización de la página web

LECTURA

En este capítulo vamos a establecer un página de Bienvenida o de Inicio a nuestra web, y vamos a publicar las entradas en una nueva pestaña de menú que podemos llamar Blog o Noticias.

En primer lugar creamos dos nuevas páginas, una que llamamos Inicio, y donde introducimos un texto de bienvenida:



A continuación creamos una nueva página que en este ejemplo voy a llamar Blog, donde no introducimos ningún texto en el editor.

Una vez creadas las dos páginas, vamos a configurar los ajustes de lectura de nuestra página, entrando en Ajustes > Lectura. En la primera opción encontramos "La página inicial muestra", y podemos definir cuál será la página que se mostrará al entrar en nuestra web desde vvv y seleccionar la página "Inicio".

Después de cada definir donde se mostrarán las entradas relativas a noticias o actualizaciones desde de un web. Además puede editar más opciones como el número de post que se publicarán por página, si el número total de entradas supera al que establezcamos, WordPress creará un paginado de forma automática.



Manual de manejo y actualización de la página web

A continuación ordenaremos el orden en que se muestran las páginas en nuestro menú para mejorar la apariencia y se más coherente con los estándares de la Web, para lo entramos en ítem "Páginas":



Al reproducir, al pasar el ratón sobre una página tenemos la opción de "Editar" o "Añadir" donde podemos seleccionar el orden en que se mostrarán en las páginas.



Manual de manejo y actualización de la página web

Los Usuarios

Desde WordPress podemos crear y administrar varios usuarios asignándoles distintos perfiles a roles como **Suscriptor**, **Administrador**, **Editor**, **Autor** o **Colaborador**, dependiendo del perfil establecido el nuevo usuario tendrá permisos para publicar automáticamente o necesitara de la supervisión de otro usuario. Para crear un nuevo usuario accedemos a **Usuarios** en el menú principal y seleccionamos "Añadir nuevo".



A continuación completamos los campos que nos solicita:



Manual de mango y actualización de la página web

Nombre de Usuario, Correo electrónico y Contraseña son datos obligatorios, más abajo se puede seleccionar si queremos enviar un correo electrónico con la contraseña al nuevo usuario.

Desde el desplegable perfil podemos determinar el rol de cada usuario, que depende a continuación:

Suscriptor: son usuarios que pueden acceder a contenidos privados o solo para suscribirse. Es un perfil ideal para weblogs donde se permita solo el acceso a los contenidos a usuarios registrados, capacidad que se habilita también en el panel de administración.

Colaborador: es cualquier usuario que pueda escribir nuevos artículos y noticias, y modificaciones. Cualquier contenido nuevo no se publica directamente sino que requiere aprobación de un administrador. Ideal para blogs con muchos colaboradores y que requieren de un nivel mínimo de calidad en las nuevas entradas.

Autor: es otro perfil de colaborador pero este puede publicar directamente sus escritos.

Editor: es casi un administrador que, salvo las funciones propias del administrador (instalaciones, modificación de plantillas, plugins, etc) puede gestionar artículos y noticias de cualquier otro usuario. Suele el Redactor Jefe si utilizamos una analogía periodística.

Administrador: tiene acceso a todo en el blog y es quien recibe en su correo las notificaciones de los eventos que le suceden (nuevos comentarios, contacto, actualizaciones, etc). Es el encargado de las actualizaciones, instalación de plugins, cambio de plantillas y configuración.

Manual de mango y actualización de la página web

Los Comentarios

En WordPress todas las entradas y páginas tiene la opción de ser comentada por los visitantes a la web, estos comentarios pueden ser administrados por nosotros, realizando un clic en los contenidos que creamos que no son respuestas. Por defecto WordPress nos muestra los comentarios en la pantalla al acceder a la administración.



Los comentarios de usuarios no registrados se muestran en color amarillo, y los creados por los usuarios del sistema se muestran con normalidad. También podemos acceder a items de comentarios del Menú de WordPress.

Al pasar el ratón sobre el comentario podemos administrar el mismo, con varias opciones (Ver, Aprobar, responder, Editar, Spam o Borrar a la Papelera).

En el caso de seleccionar Spam el sistema bloqueará permanentemente al usuario que ha escrito este comentario.

Manual de mango y actualización de la página web

Cuando no queremos que los visitantes puedan dejar comentario en nuestras páginas o entradas, accedemos a la edición rápida, de por el momento una entrada y desactivamos la opción "Permitir comentarios", que normalmente esta activada por defecto en todas nuestras publicaciones:




Manual de mango y actualización de la página web

SERVERIO REMOTO

WordPress es especialmente conocido por la facilidad de instalación. Bajo la mayoría de las circunstancias, instalar WordPress es un proceso muy simple y lleva menos de cinco minutos completado. El proceso de instalación en el Servidor Remoto, será similar al que vemos para el servidor local salvo en un par de cuestiones que repasaremos a continuación:

Como vemos en el primer capítulo, para instalar WordPress es necesario disponer de un servidor LAMP (Linux Apache con MySQL y PHP). Esta cuestión no complica en lo más mínimo la instalación, ya que el 99% de los servidores web usan esta tecnología.

En primer lugar, tendremos que dirigirnos a uno de los muchos proveedores de dominios y hosting, que, sin ánimo de hacer publicidad gratuita a nadie, podemos elegir entre dos empresas muy buenas como "Centros Red" o "Akarinet" que proporcionan un buen servicio a precios competitivos.

Ahora corresponde seleccionar el nombre de dominio y usar la extensión más adecuada para nuestro sitio como ".es" para páginas de España, el ".com" para empresas, ".org" para las organizaciones sin ánimo de lucro o el ".net" para los servicios relacionados con Internet y las nuevas tecnologías, entre otras muchas opciones. A la hora de elegir el hosting, nos aseguraremos de un espacio mínimo de 1GB con lo que tendremos espacio de sobra para casi cualquier proyecto. También repasaremos los servicios adicionales que nos ofrecen como las cuentas de correo o el número de bases de datos de que disponemos, etc.

Tras contratar el servicio, nos llegará un correo electrónico con toda la información que necesitamos para acceder a nuestro panel de control o "panel" desde donde crearemos y administraremos las cuentas de correo electrónico de nuestro dominio, como las bases de datos desde "phpMyAdmin", para crear la base de datos necesaria para nuestra Web. En el correo electrónico de nuestro proveedor o en el panel tendremos acceso a la cuenta de FTP, de nuestro dominio, y nos tendrán que proporcionar un nombre de servidor, un usuario y una contraseña.

Manual de mango y actualización de la página web

En este punto necesitamos de una nueva herramienta para realizar las subidas de los archivos de WordPress a nuestro servidor via FTP, para ello vamos a utilizar **Filezilla** por ser un producto de Software Libre que podemos descargar libremente para cualquier sistema operativo desde <http://filezilla-project.org/>. En los sistemas operativo Linux, tan sólo necesitamos abrir un terminal e introducir sudo apt-get install filezilla para descargar e instalar Filezilla de forma automática.



Desde Filezilla, introducimos los datos que nos proporciona nuestro proveedor para acceder al disco donde se aloja nuestra web. En Filezilla tenemos que tener en cuenta las siguientes opciones:

1. Nombre del Servidor que será como "ftp.nombredominio.es"
2. Nombre de usuario de FTP
3. Contraseña
4. Seleccionamos los archivos del disco duro de nuestro ordenador
5. Observamos los archivos del disco del Servidor.

Para subir los archivos es suficiente con seleccionarlos y arrastrarlos hasta el disco del servidor.

A continuación abrimos un navegador e introducimos la URL de nuestra página para instalar WordPress del mismo modo en que lo instalamos en local, con la precaución de tener creado previamente nuestra base de datos en "MySQL".

Manual de mango y actualización de la página web

EXPORTAR E IMPORTAR

En este momento nos encontramos con un WordPress instalado y con todo su contenido en Local y otro WordPress totalmente limpio en Remoto, y es el momento de pasar todo lo que hemos hecho en Local a la que será nuestra Web definitiva.

En primer lugar accedemos a la administración de nuestro sitio en Local, y en el menú vamos a **Herramientas > Exportar**, y seleccionando "Todo el contenido" pinchamos el botón para descargar el Archivo de Importación.



Obtendremos un fichero ".xml" que descargaremos en nuestro ordenador:



Manual de mango y actualización de la página web

A continuación accedemos a la administración de nuestro sitio remoto y en el menú vamos a **Herramientas > Importar**



Desde esta pantalla nos indican la posibilidad de instalar distintos plugins para la importación de contenidos de distintas plataformas como Blogger o el mismo WordPress, que debemos instalar para continuar con el proceso de importación.



Podemos instalar el Plugin directamente en nuestro servidor nos lo permite, o si a la Web del Plugin y descargarlo. Una vez descargamos el plugin en la carpeta wp-content/plugins con ayuda de nuestro FTP para instalarlo.

Manual de mango y actualización de la página web

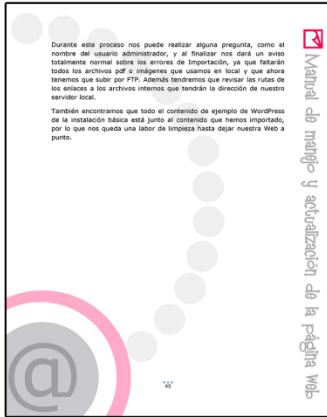
Una vez instalado de forma automática o subido por FTP, debemos activarlo en la administración de nuestra Web para continuar con el proceso de importación.




Con el Plugin WordPress-Importer instalado y activo, volvemos al menú **Herramientas > Importar** donde seleccionamos el fichero ".xml" que exportamos de nuestro WordPress en Local.



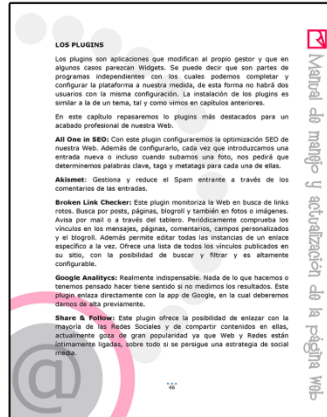
Manual de mango y actualización de la página web





Manual de mantenimiento y actualización de la página web

Durante este proceso nos puede realizar alguna pregunta, como el nombre del usuario administrador, y al finalizar nos dará un aviso totalmente normal sobre los errores de importación, ya que habrán todos los archivos pdf e imágenes que usamos en local y que ahora tenemos que subir por FTP. Además tendremos que revisar las rutas de los enlaces a los archivos internos que tendrán la dirección de nuestro servidor local.

También encontraremos que todo el contenido de ejemplo de WordPress de la instalación básica está junto al contenido que hemos importado, por lo que nos queda una labor de limpieza hasta dejar nuestra Web a punto.




Manual de mantenimiento y actualización de la página web

LOS PLUGINS

Los plugins son aplicaciones que modifican al propio gestor y que en algunos casos poseen Widgets. Se puede decir que son partes de programas independientes con los cuales podemos completar y configurar la plataforma a nuestra medida, de esta forma no habrá dos usuarios con la misma configuración. La instalación de los plugins es similar a la de un tema, tal y como vimos en capítulos anteriores.

En este capítulo repasaremos los plugins más destacados para un acabado profesional de nuestra Web.

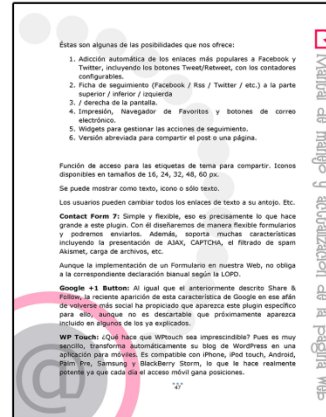
All One in SEO: Con este plugin configuraremos la optimización SEO de nuestra Web. Además de configurarlo, cada vez que introduzcamos una entrada nueva o incluso cuando subamos una foto, nos pedirá que determinemos palabras clave, tags y metatags para cada una de ellas.


Akismet: Gestiona y reduce el Spam entrante a través de los comentarios de las entradas.

Broken Link Checker: Este plugin monitoriza la Web en busca de links rotos. Busca por posts, páginas, blogs y también en fotos e imágenes. Avisa por mail o a través del tablero. Periódicamente comprueba los vínculos en los mensajes, páginas, comentarios, campos personalizados y el blogroll. Además permite editar todas las instancias de un enlace específico a la vez. Ofrece una lista de todos los vínculos publicados en su sitio, con la posibilidad de buscar y filtrar y es altamente configurable.

Google Analytics: Realmente indispensable. Nada de lo que hacemos o tenemos pensado hacer tiene sentido si no medimos los resultados. Este plugin entesa directamente con la tool de Google, en la cual deberemos darnos de alta previamente.

Share & Follow: Este plugin ofrece la posibilidad de entasar con la mayoría en las Redes Sociales y de compartir contenidos en ellas, actualmente goza de gran popularidad ya que Web y Redes están constantemente ligados, sobre todo si se persigue una estrategia de social media.




Manual de mantenimiento y actualización de la página web

Estas son algunas de las posibilidades que nos ofrece:

1. Adición automática de los enlaces más populares a Facebook y Twitter, incluyendo los botones Tweet/Follow, con los contadores configurables.
2. Ficha de seguimiento (Facebook / RSS / Twitter / etc.) a la parte superior / inferior / izquierda
3. ¿Derecha de la pantalla.
4. Impresión, Navigador de Favoritos y botones de correo electrónico.
5. Widgets para gestionar las acciones de seguimiento.
6. Versión abreviada para compartir el post o una página.

Función de acceso para las etiquetas de tema para compartir. Iconos disponibles en tamaños de 16, 24, 32, 48, 60 px.

Se puede mostrar como texto, icono o sólo texto.

Los usuarios pueden cambiar todos los enlaces de fondo o su ancho, etc.

Contact Form 7: Simple y flexible, es exactamente lo que hace grande a este plugin. Con él diseñaremos de manera flexible formularios y podremos enviarlos. Además, soporta muchas características incluyendo la presentación de AJAX, CAPTCHA, el filtrado de spam Akismet, carga de archivos, etc.

Aunque la implementación de un Formulario en nuestra Web, no obliga a la correspondiente declaración manual según la LOPD.

Google +1 Button: Al igual que el anteriormente descrito Share & Follow, la reciente aparición de esta característica de Google en ese año de vuelta más social ha propiciado que aparezca este plugin específico para ello, aunque no es deseable que próximamente aparezca incluido en algunos de los ya mencionados.

WP Touch: ¿Qué hace que Whouch sea imprescindible? Pues es muy sencillo, transforma automáticamente su blog de WordPress en una aplicación para móviles. Es compatible con iPhone, iPod touch, Android, Palm Treo, Samsung y BlackBerry Storm, lo que le hace realmente interesante ya que cada día el acceso móvil gana posiciones.




Manual de mantenimiento y actualización de la página web

El panel de administración te permite personalizar muchos aspectos de su apariencia, y que su carga sea rápida, fácil y elegante, sin necesidad de modificar un solo bit de código o que afecten al tema de escritorio.

La visualización desde el móvil da la opción al visitante de nuestro blog a cambiar la apariencia que desee entre clásica y móvil.

Feedburner Feedsmith Extend: Con este plugin lo que conseguimos es crear un feed o una fuente de donde beban lectores de noticias. Hay suscripciones que son fáciles a facilitar su email con el fin de que les envíemos información. Así conseguimos que a través de Google, que adquirió el servicio feedburner en 2007, o a través de cualquier otro lector de noticias, cada vez que publiquemos una entrada nueva le pueda llegar de inmediato al suscriptor sin tener que facilitarnos el mail.

De ahí su importancia, ya que es uno de los medios que tenemos a nuestro alcance para que difundido a nuestro blog. De poco servirá todo el esfuerzo si luego no lo difundimos.

Capítulo VIII Validación Técnica

Luego de finalizar la realización del manual para colaboradores, se estableció el proceso para evaluar el material y el resultado del manual, donde se utilizó el método de investigación descriptiva y el instrumento de la encuesta de opción múltiple, para evaluar la eficiencia del proyecto, además de implementar los cambios surgidos, luego de dicho proceso, para enriquecer el mismo.

Se utilizó un instrumento de validación enfocada en tres áreas de la comunicación y el diseño.

Parte Objetiva:

Verificar si los objetivos planteados al inicio del proyecto fueron logrados.

Parte Semiológica:

Comprobar la eficacia de los elementos utilizados en el manual, los cuales corresponden a: colores, formas, tipografía, fondos e imágenes.

Parte Operativa:

Verificar que el manual para colaboradores sea funcional, práctico y accesible.

8.1 Población y muestreo

Para validar el proyecto fue necesario concentrar los criterios del grupo objetivo del proyecto y la institución que lo acredita. En total fueron 31 personas encuestadas y con esto establecer parámetros de referencia en cuanto a la eficiencia del proyecto. Se identificó el logro de los objetivos propuestos y posibles cambios que mejorarían la propuesta del proyecto.

Cliente:	Giovanni Rodas	Director de Marketing	Editorial Santillana
Experto:	Claudia Ruiz	Catedrática y Asesora	Universidad Galileo
Experto:	Antonio Gutiérrez	Administrador y Catedrático	Universidad Galileo
Experto:	Vicente Ibarra	Catedrático	Universidad Galileo

Experto:	Andrea Corzo	Comunicadora	Editorial Santillana
Experto:	Alvaro Ubico	Diseñados y Mercadólogo	Editorial Santillana
Grupo Objetivo:	Colaboradores de Editorial Santillana	*Marketing *Diseño y diagramación *Equipo de Redes	Editorial Santillana

8.2 Método e instrumentos

Determinar la metodología de investigación e instrumento a utilizar para validar el proyecto.

Investigación Descriptiva

Los investigadores recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados.

La investigación descriptiva se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental.

Entrevista

Es la recolección de datos, se refiere al uso de gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información, que pueden ser la entrevista, la encuesta, el cuestionario, la observación, el diagrama de flujo y el diccionario de datos.

Encuesta



Es un instrumento de investigación de mercados que consiste en obtener información de los encuestados, por medio de un cuestionario diseñado para obtener información específica y es un medio útil y eficaz para recoger información en un tiempo relativamente breve.

Escala de Likert.

Con este tipo de preguntas se pretende medir el grado de intensidad o sentimiento respecto de una característica o variable a medir y preguntas dicotómicas, que permiten responder solamente con un sí o un no.

Likert es una escala psicométrica comúnmente utilizada en cuestionarios, y es la escala de uso más amplio en encuestas para la investigación, principalmente en ciencias sociales. Al responder a una pregunta de un cuestionario elaborado con la técnica de Likert, se especifica el nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración

8.2.1 Instrumento:

Género: Femenino Masculino Edad:

Nombre: Empresa donde labora:

Profesión: Puesto: Años de experiencia:

Encuesta de Validación de Proyecto

Editorial Santillana es una empresa que se dedica a la creación de contenidos educativos innovadores que sobrepasen las necesidades pedagógicas de la actualidad. Santillana también abarca el campo de servicios de formación docente para docentes, coordinadores y directores de centros educativos, lo cual genera un plus importante a los contenidos formativos impresos y digitales. Y con el fin de lograr su principal objetivo de alcanzar el monopolio en el mercado centroamericano como una la mejor empresa de servicios educativos integrales se desarrolla el siguiente proyecto:

"Diseño de Manual Digital de manejo y actualización de uso de la página web de Richmond, para los colaboradores de Editorial Santillana"

Concepto: **"Innovación tecnológica para la educación"**

Instrucciones: Responda las preguntas que se le presenten, marcando con una X la opción que considere. Según su criterio, gustos y preferencias.

Parte Objetiva

1. ¿Cómo parte del desarrollo integral y económico de la Empresa Editorial Santillana considera necesario la creación de un manual digital para el manejo y actualización de la página web de Richmond para los colaboradores de la editorial?

Si

No

2. ¿Considera necesario recopilar información relacionada con aspectos de comunicación y diseño, que constituya el respaldo teórico, para fundamentar este proyecto de tesis?

Si

No

3. ¿Considera que es importante investigar/ejecutar un acopio de todos aquellos datos relevantes relacionados con páginas web, sitios en internet, dominios y actualizaciones para integrarlos en el manual digital?

Si

No

4. ¿Considera importante dar a conocer la página web de Richmond a través de un manual que incluya formas de pantalla, para los colaboradores puedan enriquecer y actualizar la página web?

Si

No

5. ¿Considera necesario realizar el diseño de un manual digital que identifique las características sobresalientes de la página web de Richmond?

Si

No

Parte Semiológica

6. ¿Según su criterio, los colores utilizados en el manual digital denotan, oscura, tranquilidad, seriedad e innovación?

Mucha

Poco

Nada

7. ¿Considera que el manual digital con todos sus componentes de diseño, muestra armonía con la innovación y tecnología?

Mucha

Poco

Nada

8. ¿Según su criterio, la tipografía utilizada en el manual digital es adecuada, legible y entendible?

Mucha

Poco

Nada

9. ¿Según su criterio, el material visual utilizado en el manual digital, conlleva mensajes de identificación con la página web y con el uso de la tecnología para realizar los cambios necesarios?

Mucha

Poco

Nada

10. ¿Considera que el manual digital en su diseño global, en la transmisión de su gama de colores, formas de pantalla y espacios utilizados, impactan al colaborador de la editorial para que les sea funcional y práctico el manejo del sitio web?

Mucha

Poco

Nada

Parte Operativa

11. ¿Considera que la diagramación utilizada en el manual digital contribuyó eficientemente para que la información sea de fácil comprensión?

Si

No

12. ¿Considera que el manual digital mantiene el tamaño adecuado?

Si

No

13. ¿Considera que el lenguaje utilizado en la descripción de la empresa, su objetivo y el énfasis de su negocio son fáciles de entender?

Si

No

OBSERVACIONES:

Gracias por su colaboración

8.3 Resultados e interpretación de resultados

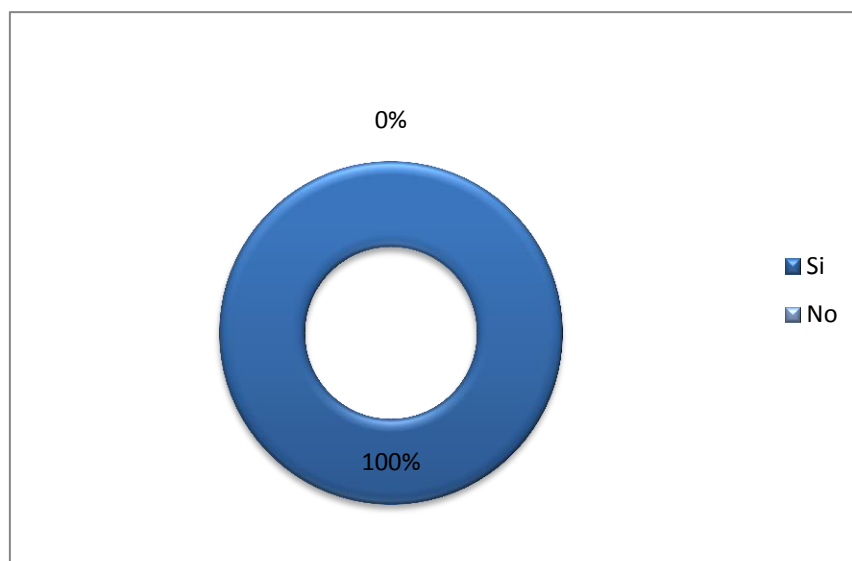
Luego de haber pasado la encuesta, se procedió a la tabulación, codificación e interpretación de resultados, para determinar si se deben realizar cambios a la propuesta gráfica.

Parte Objetiva

Pregunta 1

1. ¿Cómo parte del desarrollo integral y económico de la Empresa Editorial Santillana, considera necesario la creación de un manual digital para el manejo y actualización con plantilla WordPress del sitio web de la línea de textos en idioma inglés marca Richmond?

Pregunta 1	Alternativa		Porcentajes		
	Si	No	Si	No	
Cliente	1	0	3%	0%	
Expertos	5	0	16%	0%	
Grupo objetivo	25	0	81%	0%	
Total	31	0	100%	0%	100%



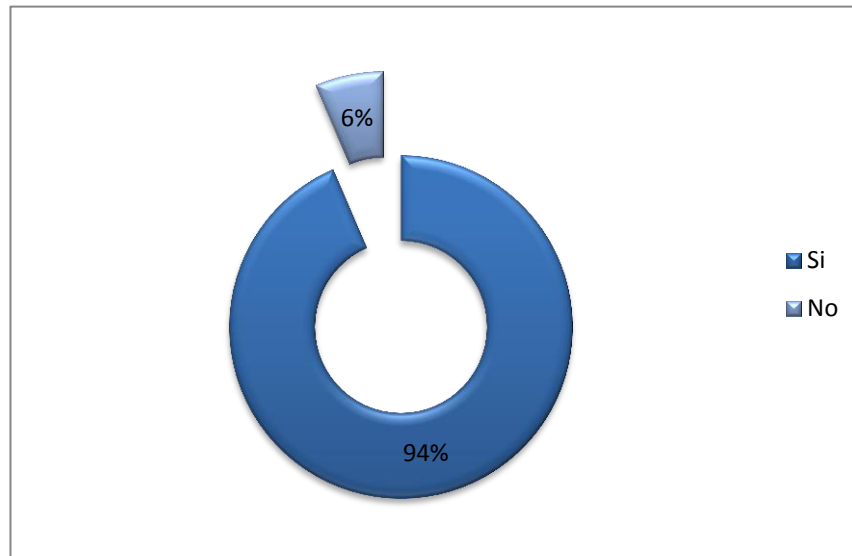
Interpretación:

El 100% de los encuestados considera necesario la creación de un manual digital para el manejo y actualización con plantilla WordPress del sitio web de la línea de textos en idioma inglés marca Richmond, para el desarrollo integral y económico de la Empresa Editorial Santillana.

Pregunta 2

2. ¿Considera necesario recopilar información relacionada con aspectos de comunicación y diseño, que constituya el respaldo teórico, para fundamentar este proyecto de tesis?

Pregunta 2	Alternativa		Porcentajes		
	Si	No	Si	No	
Cliente	1	0	3%	0%	
Expertos	5	0	16%	0%	
Grupo objetivo	23	2	75%	6%	
Total	29	2	94%	6%	100%



Interpretación

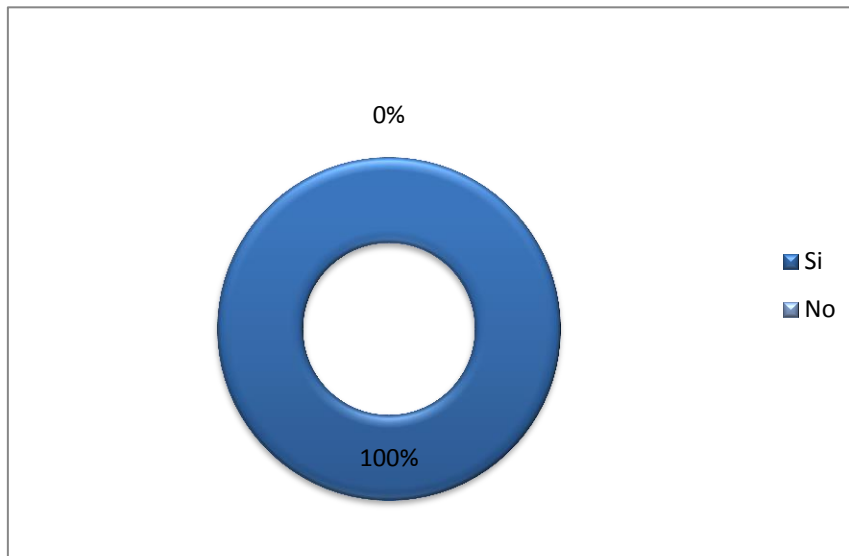
El **94%** de la gente encuestada considera que sí es necesario recopilar información relacionada con aspectos de comunicación y diseño, que constituya el respaldo teórico, para fundamentar este proyecto.

El **6%** de los encuestados no lo considera necesario.

Pregunta 3

3. ¿Considera que es importante investigar y efectuar un acopio de todos aquellos datos relevantes relacionados con páginas web, sitios en internet, dominios y actualizaciones para integrarlos en el manual digital?

Pregunta 3	Alternativa		Porcentajes		
	Si	No	Si	No	
Cliente	1	0	3%	0%	
Expertos	5	0	16%	0%	
Grupo objetivo	25	0	81%	0%	
Total	31	0	100%	0%	100%



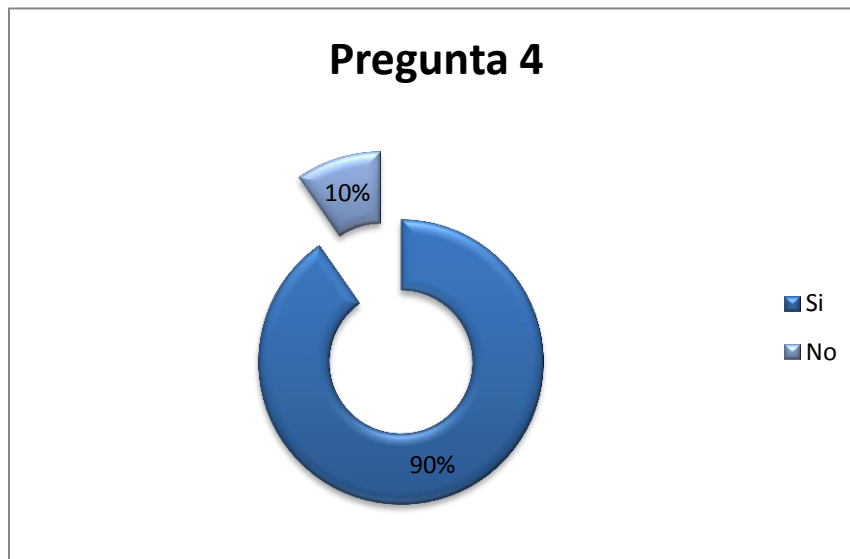
Interpretación

El **100%** de los encuestados cree que sí es importante investigar y efectuar un acopio de todos aquellos datos relevantes relacionados con páginas web, sitios en internet, dominios y actualizaciones para integrarlos en el manual digital.

Pregunta 4

4. ¿Considera importante dar a conocer el sitio web de Richmond a través de un manual que incluya tomas de pantalla, para los colaboradores puedan enriquecer y actualizar el sitio?

Pregunta 4	Alternativa		Porcentajes		
	Si	No	Si	No	
Cliente	1	0	3%	0%	
Expertos	5	0	16%	0%	
Grupo objetivo	22	3	71%	10%	
Total	28	3	90%	10%	100%



Interpretación

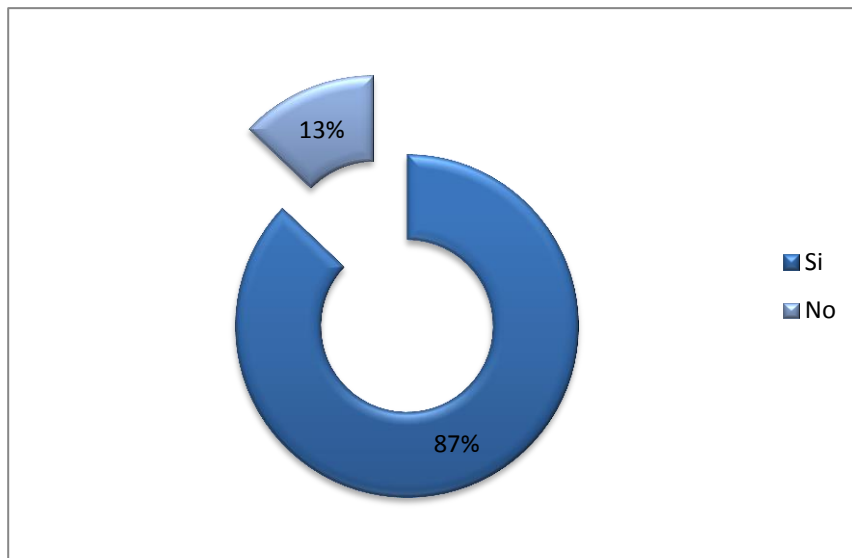
El **90%** de las personas encuestadas considera importante dar a conocer el sitio web de Richmond a través de un manual que incluya tomas de pantalla, para los colaboradores puedan enriquecer y actualizar la página web.

El **10%** no lo cree viable.

Pregunta 5

5. ¿Considera necesario realizar el diseño de un manual digital que identifique las características sobresalientes del sitio web de Richmond?

Pregunta 5	Alternativa		Porcentajes		
	Si	No	Si	No	
Cliente	1	0	3%	0%	
Expertos	5	0	16%	0%	
Grupo objetivo	21	4	68%	13%	
Total	27	4	87%	13%	100%



Interpretación

El **87%** de los encuestados sí considera necesario realizar el diseño de un manual digital que identifique las características sobresalientes del sitio web de Richmond.

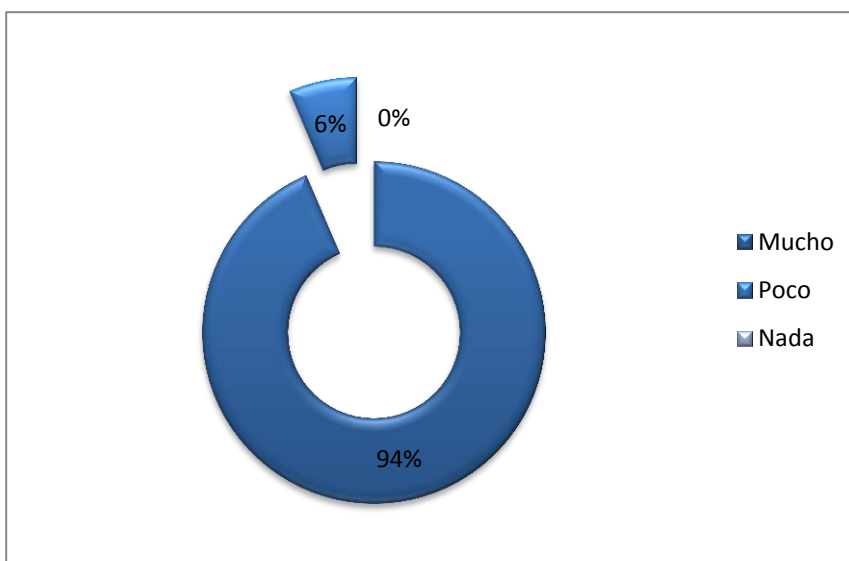
13% de las personas encuestadas no lo considera necesario.

Parte Semiológica

Pregunta 6

6. ¿Según su criterio, los colores utilizados en el manual digital denotan, frescura, tranquilidad, seriedad e innovación?

Pregunta 6	Alternativa			Porcentajes			
	Mucho	Poco	Nada	Mucho	Poco	Nada	
Cliente	1	0	0	3%	0%	0%	
Expertos	4	1	0	13%	3%	0%	
Grupo objetivo	24	1	0	78%	3%	0%	
Total	29	2	0	94%	6%	0%	100%



Interpretación

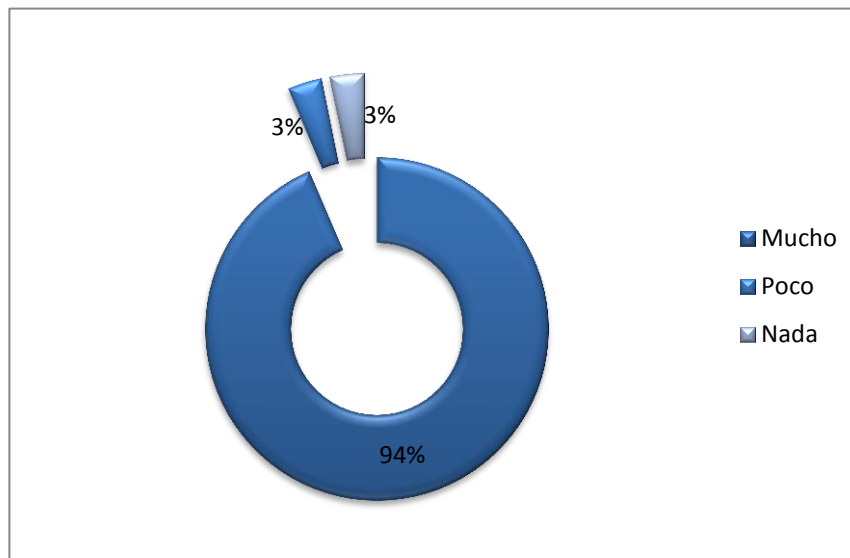
El **94%** del total de los encuestados sí considera que los colores utilizados en el manual digital denotan, frescura, tranquilidad, seriedad e innovación.

El **6%** no lo considera así.

Pregunta 7

7. ¿Considera que el manual digital con todos sus componentes de diseño, muestra armonía con la innovación y tecnología?

Pregunta 7	Alternativa			Porcentajes			
	Mucho	Poco	Nada	Mucho	Poco	Nada	
Cliente	1	0	0	3%	0%	0%	
Expertos	5	0	0	16%	0%	0%	
Grupo objetivo	23	1	1	75%	3%	3%	
Total	29	1	1	94%	3%	3%	100%



Interpretación

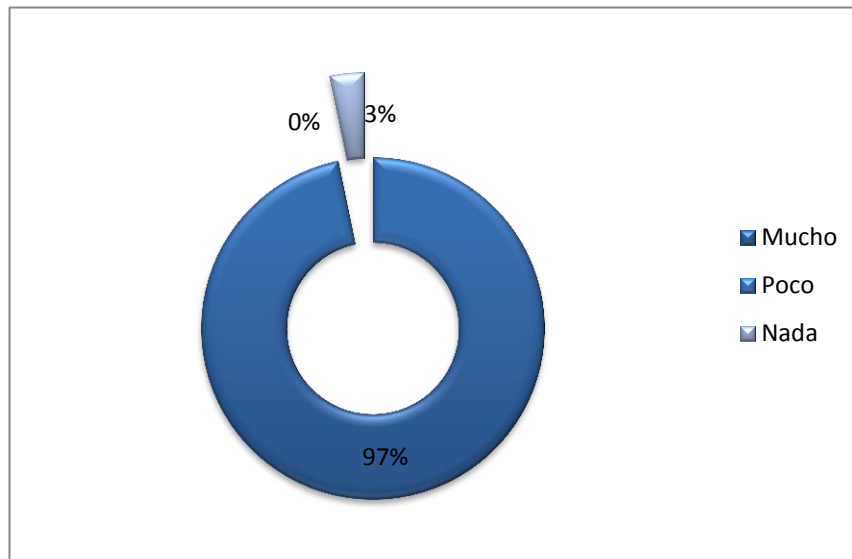
El **94%** de las personas encuestadas sí considera que el manual digital muestra armonía con la innovación y tecnología con todos sus componentes de diseño.

El **3%** cree que poco y el siguiente **3%** considera que nada.

Pregunta 8

8. ¿Según su criterio, la tipografía utilizada en el manual digital es adecuada, legible y entendible?

Pregunta 8	Alternativa			Porcentajes			
	Mucho	Poco	Nada	Mucho	Poco	Nada	
Cliente	1	0	0	3%	0%	0%	
Expertos	4	0	1	13%	0%	3%	
Grupo objetivo	25	0	0	81%	0%	0%	
Total	30	0	1	97%	0%	3%	100%



Interpretación

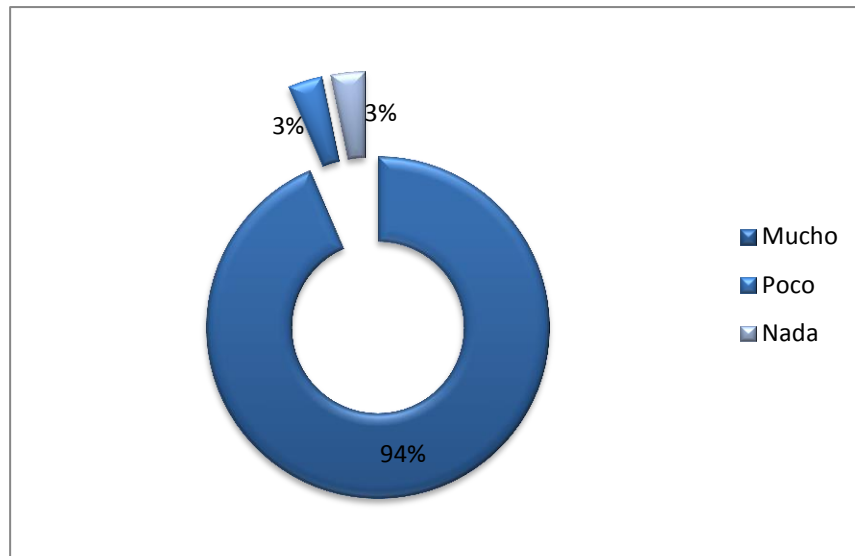
El **97%** del total de los encuestados considera que la tipografía utilizada en el manual digital sí es adecuada, legible y entendible.

El **3%** restante considera que no es nada legible.

Pregunta 9

9. ¿Según su criterio, el material visual utilizado en el manual digital, connotan mensajes de identificación con el sitio web y con el uso de la tecnología para realizar los cambios necesarios?

Pregunta 9	Alternativa			Porcentajes			
	Mucho	Poco	Nada	Mucho	Poco	Nada	
Cliente	1	0	0	3%	0%	0%	
Expertos	5	0	0	16%	0%	0%	
Grupo objetivo	23	1	1	75%	3%	3%	
Total	29	1	1	94%	3%	3%	100%



Interpretación

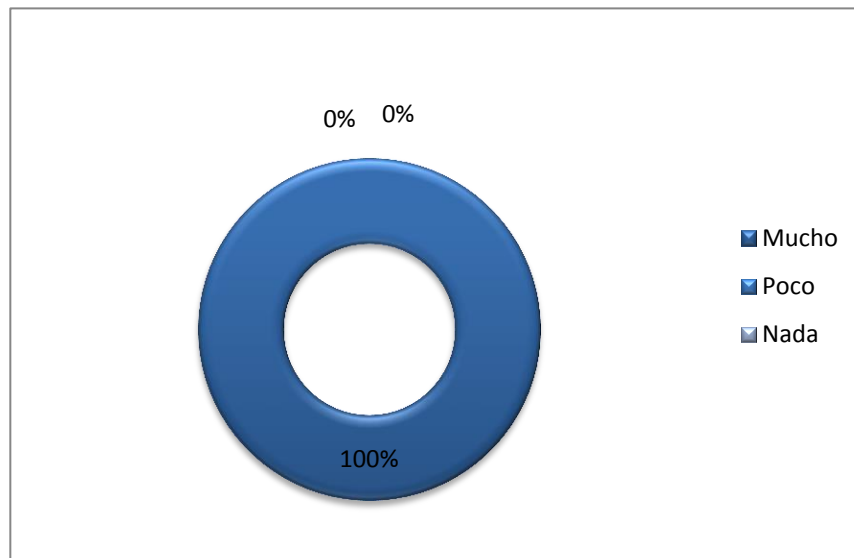
El **94%** de la gente encuestada cree que el material visual utilizado en el manual digital sí connota mensajes de identificación con el sitio web y con el uso de la tecnología para realizar los cambios necesarios.

El **3%** cree que muy poco y el siguiente **3%** considera que no se identifica con nada con la página web y el uso de la tecnología.

Pregunta 10

10. ¿Considera que el manual digital en su diseño global, en la transmisión de su gama de colores, tomas de pantalla y espacios utilizados, impacten al colaborador de la editorial para que les sea funcional y práctico el manejo del sitio web?

Pregunta 10	Alternativa			Porcentajes			
	Mucho	Poco	Nada	Mucho	Poco	Nada	
Cliente	1	0	0	3%	0%	0%	
Expertos	5	0	0	16%	0%	0%	
Grupo objetivo	25	0	0	81%	0%	0%	
Total	31	0	0	100%	0%	0%	100%



Interpretación

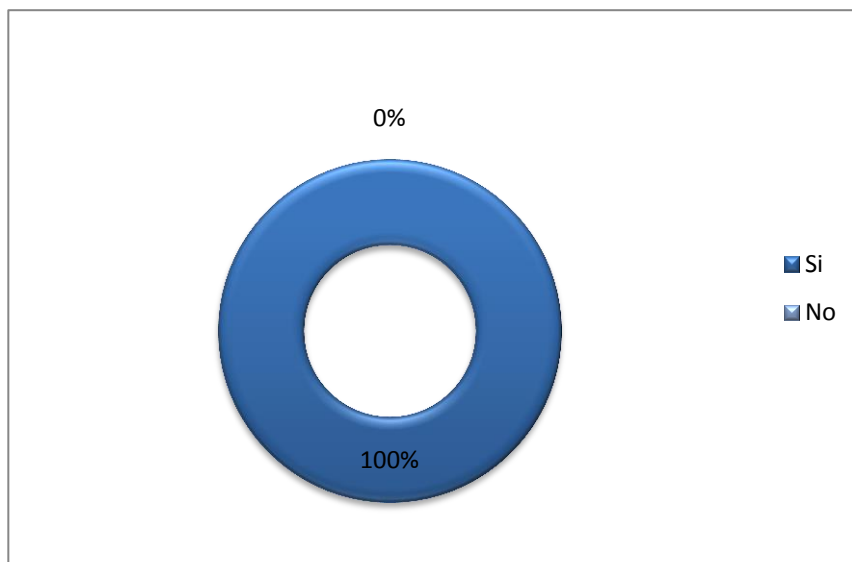
El **100%** del total de los encuestados sí considera que el manual digital en su diseño global, en la transmisión de su gama de colores, tomas de pantalla y espacios utilizados, impactan al colaborador de la editorial y les es funcional y práctico el manejo del sitio web.

Parte Operativa

Pregunta 11

11. ¿Considera que la diagramación utilizada en el manual digital contribuirá eficientemente para que la información sea de fácil comprensión?

Pregunta 11	Alternativa		Porcentajes		
	Si	No	Si	No	
Cliente	1	0	3%	0%	
Expertos	5	0	16%	0%	
Grupo objetivo	25	0	81%	0%	
Total	31	0	100%	0%	100%



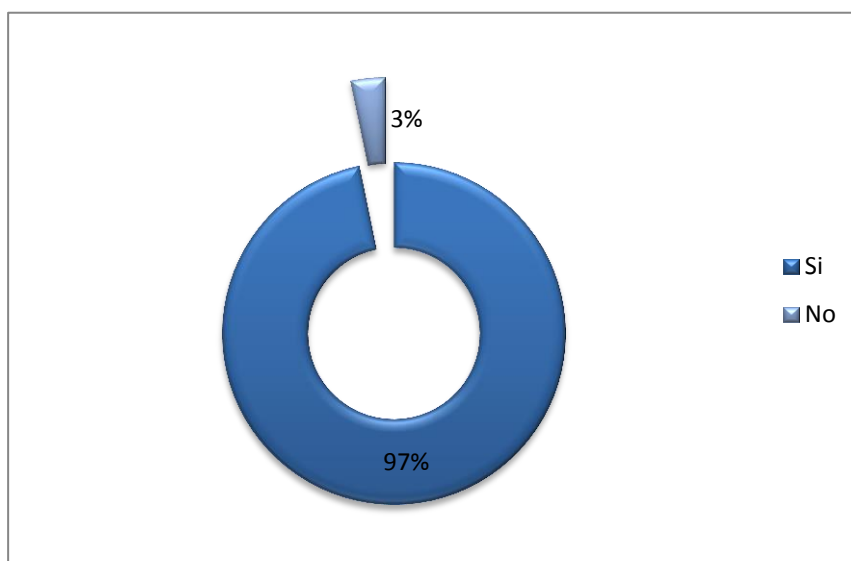
Interpretación

El **100%** del total de los encuestados considera que la diagramación utilizada en el manual digital sí contribuirá eficientemente para que la información sea de fácil comprensión.

Pregunta 12

12. ¿Considera que el manual digital mantiene el tamaño adecuado?

Pregunta 12	Alternativa		Porcentajes	
	Si	No	Si	No
Cliente	1	0	3%	0%
Expertos	5	0	16%	0%
Grupo objetivo	24	1	81%	0%
Total	30	1	100%	0%



Interpretación

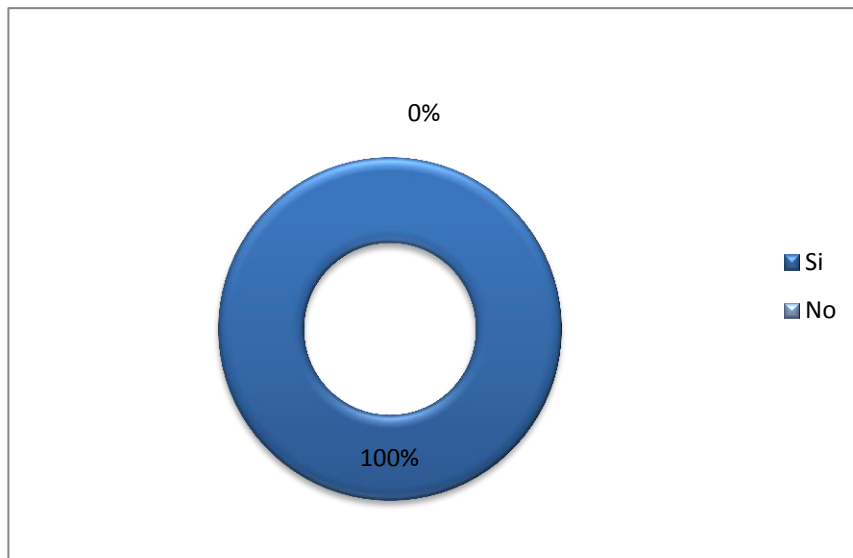
El **97%** del total de los encuestados considera que el manual digital sí mantiene el tamaño adecuado.

El **3%** de los encuestados considera que no.

Pregunta 13

13. ¿Considera que el lenguaje utilizado en la descripción de la empresa, su objetivo y el énfasis de su negocio son fáciles de entender?

Pregunta 13	Alternativa		Porcentajes		
	Si	No	Si	No	
Cliente	1	0	3%	0%	
Expertos	5	0	16%	0%	
Grupo objetivo	25	0	81%	0%	
Total	31	0	100%	0%	100%



Interpretación

El **100%** de las personas encuestadas considera que el lenguaje utilizado en la descripción de la empresa sí cumple con su objetivo y el énfasis de su negocio es fácil de entender.

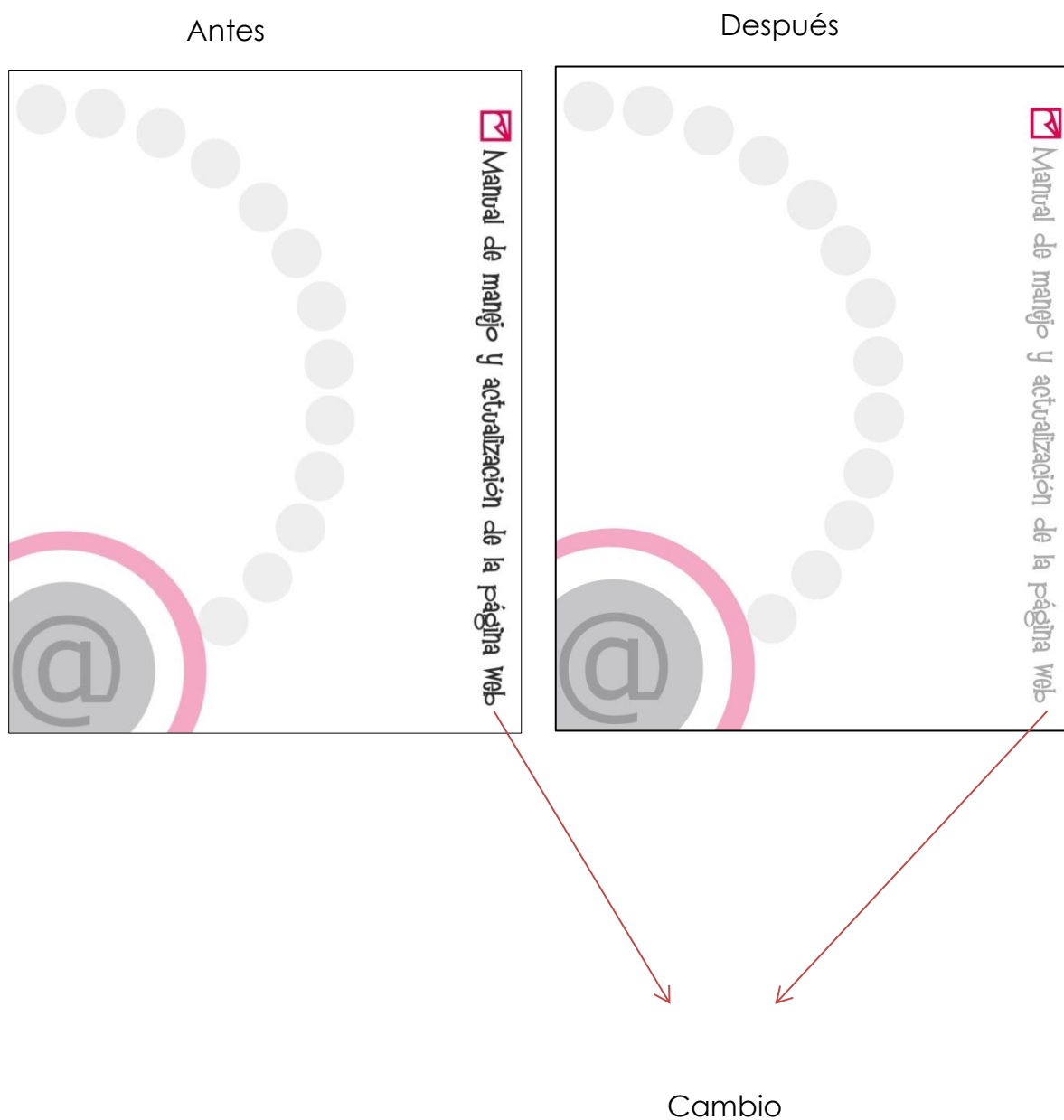
Observaciones generales:

1. Excelente trabajo, el proyecto presentado se ajusta a los requerimientos de diseño de la empresa.
2. Bajar la intensidad a la tipografía del costado para que no interfiera con el contenido.
3. Es fácil y práctico.
4. Agregar índice para una mejor ubicación.
5. Numerar las páginas.

8.4 Cambios en base a los resultados

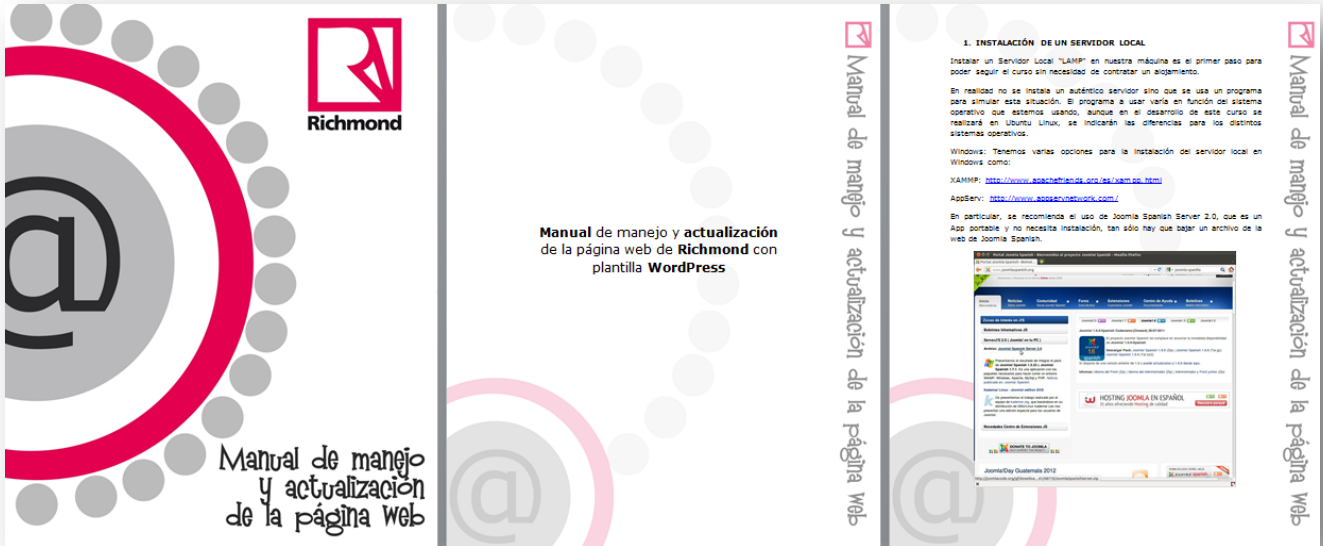
Con los resultados de la encuesta y las observaciones tanto de expertos y el grupo objetivo, se identificó la necesidad de realizar algunos cambios en la propuesta gráfica.

1. Bajar la intensidad a la tipografía del costado.

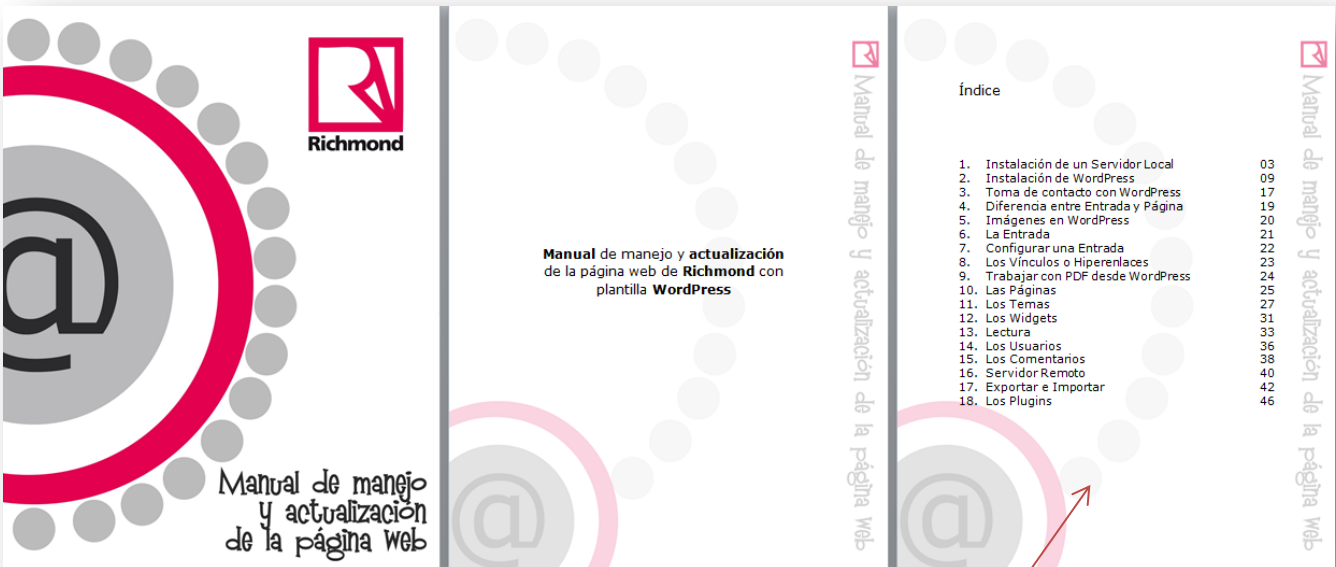


2. Agregar Índice.

Antes



Después



Cambio

Antes

MAC: Para los usuarios de Mac, pueden instalar Xampp o un programa específico para Mac como Mamp: <http://www.mamp.info/en/index.html>

NOTA: Se recomienda el uso de Mozilla Firefox para realizar este curso: <http://www.mozilla.org/es-ES/firefox/tx/>

CREANDO LA BASE DE DATOS EN "phpMyAdmin"

El siguiente paso en la instalación de WordPress, como en la instalación de cualquier otro gestor de contenido, es la creación de una base de datos. Ésta es la clave de los gestores de contenidos dinámicos. Para ello usamos un asistente llamado "phpMyAdmin". Para acceder, arrancamos nuestro servidor local, y colocamos <http://localhost/phpmyadmin> en nuestro navegador:

Manual de manejo y actualización de la página web

Después

MAC: Para los usuarios de Mac, pueden instalar Xampp o un programa específico para Mac como Mamp: <http://www.mamp.info/en/index.html>

NOTA: Se recomienda el uso de Mozilla Firefox para realizar este curso: <http://www.mozilla.org/es-ES/firefox/tx/>

CREANDO LA BASE DE DATOS EN "phpMyAdmin"

El siguiente paso en la instalación de WordPress, como en la instalación de cualquier otro gestor de contenido, es la creación de una base de datos. Ésta es la clave de los gestores de contenidos dinámicos. Para ello usamos un asistente llamado "phpMyAdmin". Para acceder, arrancamos nuestro servidor local, y colocamos <http://localhost/phpmyadmin> en nuestro navegador:

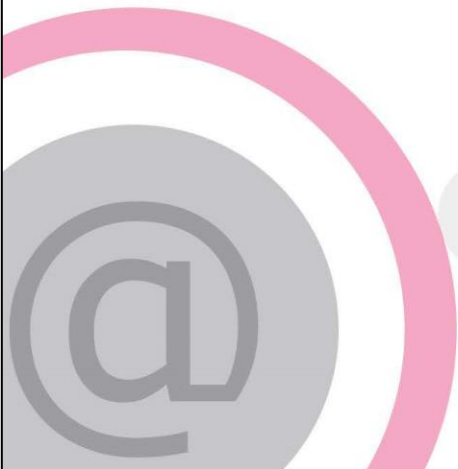
Manual de manejo y actualización de la página web

Cambio:
Numeración de páginas

Capítulo IX: Propuesta gráfica final



Manual de manejo y **actualización**
de la página web de **Richmond** con
plantilla **WordPress**





Índice

1.	Instalación de un Servidor Local	03
2.	Instalación de WordPress	09
3.	Toma de contacto con WordPress	17
4.	Diferencia entre Entrada y Página	19
5.	Imágenes en WordPress	20
6.	La Entrada	21
7.	Configurar una Entrada	22
8.	Los Vínculos o Hiperenlaces	23
9.	Trabajar con PDF desde WordPress	24
10.	Las Páginas	25
11.	Los Temas	27
12.	Los Widgets	31
13.	Lectura	33
14.	Los Usuarios	36
15.	Los Comentarios	38
16.	Servidor Remoto	40
17.	Exportar e Importar	42
18.	Los Plugins	46



1. INSTALACIÓN DE UN SERVIDOR LOCAL

Instalar un Servidor Local "LAMP" en nuestra máquina es el primer paso para poder seguir el curso sin necesidad de contratar un alojamiento.

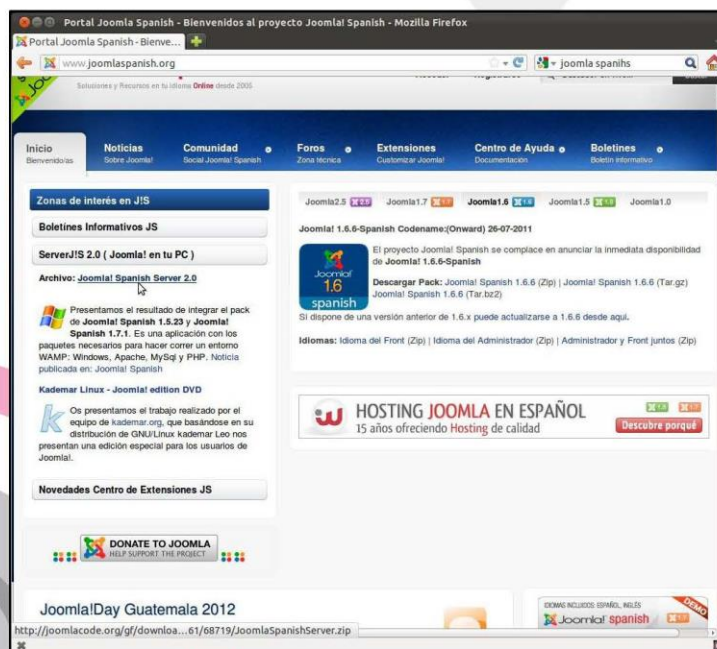
En realidad no se instala un auténtico servidor sino que se usa un programa para simular esta situación. El programa a usar varía en función del sistema operativo que estemos usando, aunque en el desarrollo de este curso se realizará en Ubuntu Linux, se indicarán las diferencias para los distintos sistemas operativos.

Windows: Tenemos varias opciones para la instalación del servidor local en Windows como:

XAMMP: <http://www.apachefriends.org/es/xampp.html>

AppServ: <http://www.appservnetwork.com/>

En particular, se recomienda el uso de Joomla Spanish Server 2.0, que es un App portable y no necesita instalación, tan sólo hay que bajar un archivo de la web de Joomla Spanish.





Solamente hay que descomprimir el contenido del archivo que hemos descargado en una carpeta que está en la Raíz del disco a usar, es decir, si usamos la "Unidad C" de Windows, es ahí donde debe estar. Una ventaja de este servidor es su portabilidad, así que le podemos poner una memoria USB y usarlo en todos los equipo que se deseen, quedando la carpeta de este modo "F: server"

Para arrancar el servidor buscamos el archivo "iniciar.exe", y se observará el logotipo de Joomla! en el área de notificación de Windows (junto al reloj). Haciendo clic en éste, se despliega un menú donde elegimos Iniciar Apache (es la primera opción). Se abrirá un navegador y en la barra de dirección nos aparecerá: <http://localhost>.

Linux: En sistemas Linux también tenemos varias opciones, con la instalación de Xampp en algunas distribuciones, o la instalación real de todo lo que necesitamos para nuestro CMS como Apache, Php y MySQL, aunque os recomiendo la instalación de todo junto, que en Ubuntu sería

Abrimos un terminal (Ctrl + Alt + T) y escribimos:

```
sudo apt-get install lamp-server^
```

El símbolo del final es muy importante, ya que si no se encuentra, nos va a decir que no encuentra ningún paquete. Después instalamos phpMyAdmin con:

```
sudo apt-get install phpmyadmin
```

Si al teclear en el navegador <http://localhost/phpmyadmin> no vemos la pantalla de acceso, se soluciona editando este archivo:

```
sudo nano /etc/apache2/apache2.conf
```

y agregando al final del archivo esta línea:

```
Include /etc/phpmyadmin/apache.conf
```

Una vez hecho esto, reiniciamos Apache con:

```
sudo /etc/init.d/apache2 restart
```

y listo, ya podemos ingresar a phpMyAdmin.

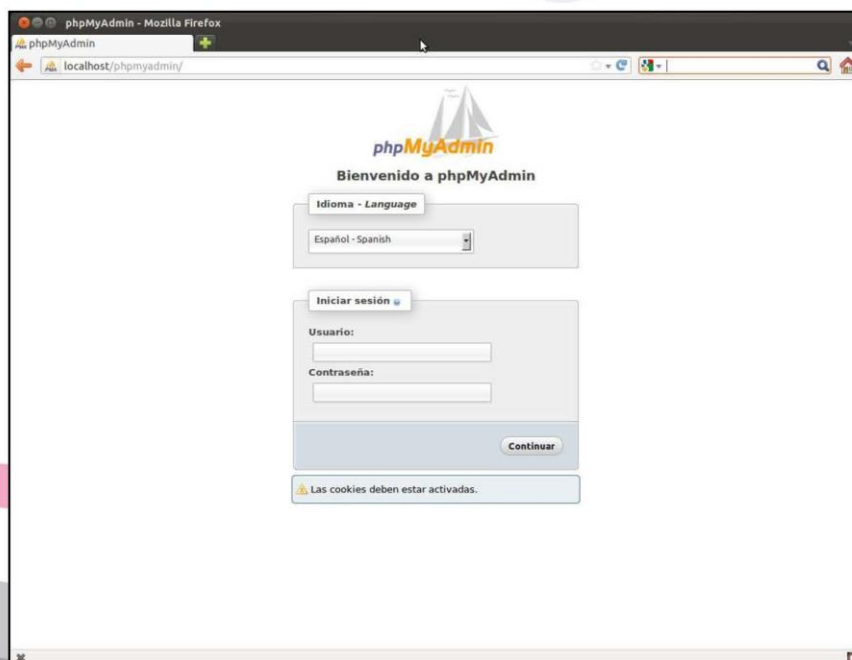


MAC: Para los usuarios de Mac, pueden instalar Xampp o un programa específico para Mac como Mamp: <http://www.mamp.info/en/index.html>

NOTA: Se recomienda el uso de Mozilla Firefox para realizar este curso: <http://www.mozilla.org/es-ES/firefox/fx/>

CREANDO LA BASE DE DATOS EN "phpMyAdmin"

El siguiente paso en la instalación de WordPress, como en la instalación de cualquier otro gestor de contenido, es la creación de una base de datos. Ésta es la clave de los gestores de contenidos dinámicos. Para ello usamos un asistente llamado "phpMyAdmin". Para acceder, arrancamos nuestro servidor local, y colocamos <http://localhost/phpmyadmin/> en nuestro navegador:

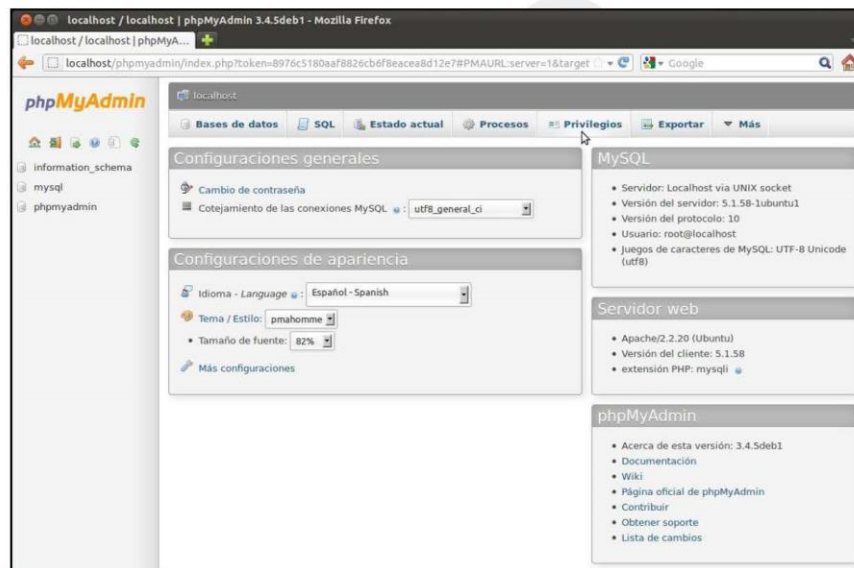




Para acceder necesitamos el nombre de usuario (normalmente: root) y la contraseña que pusimos durante la instalación del servidor local.

En la parte inferior nos aparece una alerta en la que nos indica que las cookies deben estar activadas en nuestro navegador. Generalmente en Firefox están activadas por defecto.

Una vez que introducimos nombre de usuario y contraseña, accedemos al panel de phpMyAdmin.



Donde seleccionamos la pestaña "Privilegios", para acceder a una nueva pantalla, en la que seleccionamos "Agregar un nuevo usuario":



localhost / localhost | phpMyAdmin 3.4.5deb1 - Mozilla Firefox

localhost / localhost | phpMyAdmin

localhost/phpmyadmin/index.php?token=8976c5180aaf8826cbdf8eacea8d12e7#PMAURL_server=1&target

phpMyAdmin

Bases de datos SQL Estado actual Procesos Privilegios Exportar Más

Vista global de usuarios

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z [Mostrar todo]

Usuario	Servidor	Contraseña	Privilegios globales	Conceder	Acción
<input type="checkbox"/> debian-sys-maint	localhost	Sí	ALL PRIVILEGES	Sí	Editar los privilegios Exportar
<input type="checkbox"/> phpmyadmin	localhost	Sí	USAGE	No	Editar los privilegios Exportar
<input type="checkbox"/> root	127.0.0.1	Sí	ALL PRIVILEGES	Sí	Editar los privilegios Exportar
<input type="checkbox"/> root	localhost	Sí	ALL PRIVILEGES	Sí	Editar los privilegios Exportar
<input type="checkbox"/> root	s065-019	Sí	ALL PRIVILEGES	Sí	Editar los privilegios Exportar

↑ Marcar todos / Desmarcar todos

[Agregar un nuevo usuario](#)

[Eliminar a los usuarios seleccionados](#)

(Revocar todos los privilegios activos de los usuarios y borrarlos después.)

Eliminar las bases de datos que tienen los mismos nombres que los usuarios.

Continuar

Nota: phpMyAdmin obtiene los privilegios de los usuarios 'directamente de las tablas de privilegios MySQL'. El contenido de estas tablas puede diferir de los privilegios que usa el servidor si es que se han realizado cambios manuales en él. En este caso, nuevamente deberá cargar la página de privilegios antes de continuar.

http://localhost/phpmyadmin/server_p...80aaf8826cbdf8eacea8d12e7&adduser=1



A continuación, ingresamos los datos del usuario, asignándole un nombre, y una contraseña. En el campo "Servidor", seleccionamos "Local" para que él nos coloque el "localhost". En la parte inferior de la pantalla seleccionamos "Crear base de datos con el mismo nombre y otorgar todos los privilegios", y a continuación hacemos clic en "Crear usuario".

Si todo ha ido bien tendremos un mensaje de la creación del Usuario y de su base de datos. Recuerda bien los datos que has introducido para la creación de la base de datos ya que será necesario para la instalación en el próximo capítulo.



INSTALACIÓN DE WORDPRESS

Una vez instalado el servidor local y creada la base de datos, sólo nos queda bajar un copia de WordPress para su instalación. No dirigimos a <http://es.wordpress.org> para bajar una versión totalmente en español:

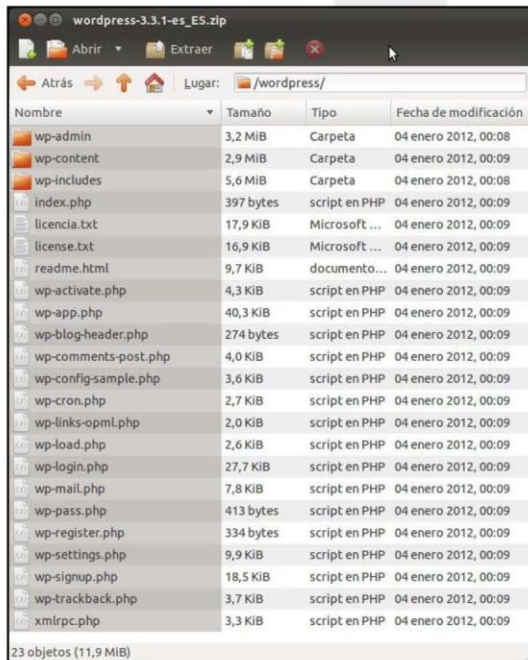


En este momento está disponible la versión 3.3.1 con un peso de 4.4 Mb. Haciendo clic en el botón rojo de descarga, ésta comienza automáticamente.

Ahora tenemos un archivo comprimido en “.zip” que contiene todos los archivos necesarios para la instalación de WordPress. Necesitamos descomprimir todos estos archivos en la carpeta pública de nuestro servidor local, que está ubicada en nuestro disco duro, y puede tener distintos nombres como “htdos”, “public”, “httpdos” o lo más común “www”. En ella creamos una



nueva carpeta a la que llamamos por ejemplo "wp", y es en esta carpeta donde descomprimos los archivos de WordPress:



En el caso de Ubuntu, esta carpeta se encuentra en "/var/www", donde crearemos la carpeta que llamamos "wp", aunque podría tener el nombre que queramos.

A continuación abrimos un navegador y tecleamos `http://localhost/wp` en la barra de direcciones para comenzar con la instalación propiamente dicha.

En primer lugar, nos encontramos con un mensaje de error, ya que el archivo de configuración de WordPress no existe, y nos indica que podemos crearlo desde el botón "Crear un archivo de configuración"



Aparentemente falta el archivo `wp-config.php`. Este archivo es necesario para empezar.
¿Necesitas ayuda? La encontrarás aquí (en inglés).

Puedes crear un archivo `wp-config.php` a través de la web, pero esto no funciona en algunos servidores. Lo más seguro es crear el archivo manualmente.

[Crear un archivo de configuración](#)

Podemos crear el archivo de configuración manualmente, ya que WordPress nos proporciona el archivo "**wp-config-sample.php**", que nos va indicando los pasos a seguir, o hacerlo desde un editor de código como "**Dreamweaver**". Personalmente prefiero "**Bluefish**" que es un editor gratuito, aunque podemos usar el bloc de notas para editar texto plano, guardando después el archivo con la extensión "**.php**", aunque en este curso vamos a seguir los pasos que nos da WordPress en su instalador.

Descarga Bluefish: <http://bluefish.openoffice.nl/index.html>



Bienvenid@ a WordPress. Antes de empezar necesitamos algo de información de la base de datos. Necesitas conocer la siguiente información antes de seguir.

1. Nombre de la base de datos
2. Nombre de usuario de la base de datos
3. Contraseña de la base de datos
4. Host de la base de datos
5. Prefijo de tabla (si quieres ejecutar más de un WordPress en una sola base de datos)

Si por alguna razón no funciona la creación automática de este archivo no te preocupes. Todo lo que hace es rellenar un fichero de configuración con la información de la base de datos. También puedes simplemente abrir el fichero `wp-config-sample.php` en un editor de texto, rellenar la información y guardarlo como `wp-config.php`.

En la mayoría de las ocasiones esta información te la facilita tu proveedor de alojamiento. Si no tienes esta información tendrás que contactar con ellos antes de poder continuar. Si ya estás listo ...

[¡Vamos a ello!](#)



En la siguiente pantalla WordPress nos indica que datos son los que necesitamos, para su instalación.

WORDPRESS

A continuación deberás introducir los detalles de conexión con tu base de datos. Si no estás seguro de cuales son contacta con tu proveedor de alojamiento.

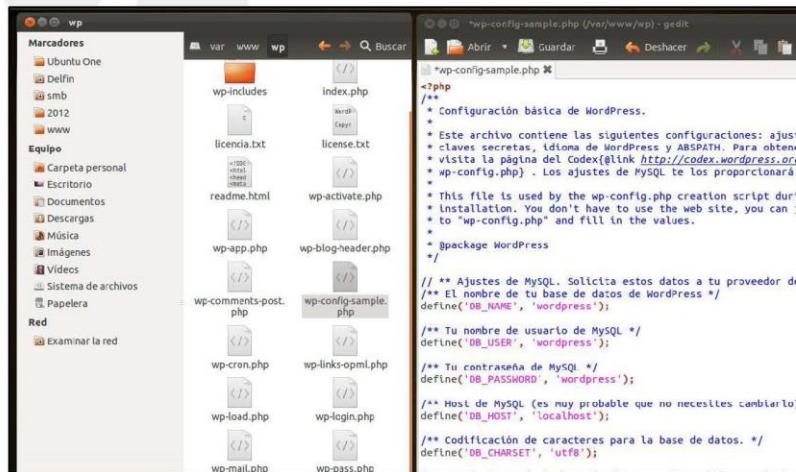
Nombre de la base de datos	<input type="text" value="wordpress"/>	El nombre de la base de datos en la que quieres que se ejecute WP.
Nombre de usuario	<input type="text" value="wordpress"/>	Tu nombre de usuario de MySQL.
Contraseña	<input type="text" value="wordpress"/>	...y la contraseña de MySQL.
Host de la base de datos	<input type="text" value="localhost"/>	Si no funciona localhost tendrás que contactar con tu proveedor de alojamiento para que te diga cual es.
Prefijo de tabla	<input type="text" value="wp_"/>	Si quieres ejecutar varias instalaciones de WordPress en una sola base de datos cambia esto.

Continuamos introduciendo los datos que nos solicita.



Aunque no es lo normal, podemos tener un fallo en este punto de la instalación, que no tiene mayor importancia si seguimos las indicaciones del instalador.

Ahora copiamos el código que WordPress, nos proporciona, y localizamos el archivo `wp-config-sample.php` en la carpeta pública de nuestro servidor local, y lo editamos con Bluefish para borrar todo su contenido y pegar el código que nos ha facilitado WordPress en la última pantalla:



Guardamos los cambios del archivo wp-config-sample.php, y lo renombramos a "wp-config.php" para continuar con la instalación desde el navegador pulsando el botón "Iniciar la instalación"





Bienvenido

¡Bienvenido al famoso proceso de instalación de WordPress de cinco minutos! Tal vez quieras leer tranquilamente la [Documentación del archivo Léeme](#). En caso contrario, rellena los datos más abajo y en seguida estarás utilizando la plataforma de publicación personal más potente y extensible del mundo.

Información necesaria

Por favor, debes facilitarnos los siguientes datos. No te preocupes, siempre podrás cambiar estos ajustes más tarde.

Título del sitio

Nombre de usuario
Los nombres de usuario sólo pueden tener caracteres alfanuméricos, espacios, guiones bajos, guiones, puntos y el símbolo @.

Password, dos veces

Se generará un password automático si lo dejas en blanco.

Débil

Tu contraseña debe tener al menos siete caracteres. Para que tu contraseña sea segura, usa mayúsculas, minúsculas, números y símbolos como ! " ? \$ % ^ &).

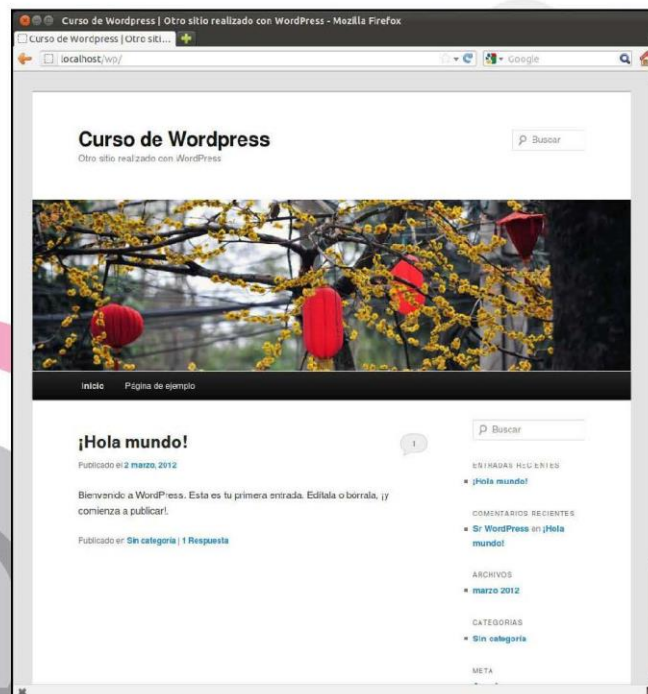
Tu correo electrónico
Comprueba bien tu dirección de correo electrónico antes de continuar.

Privacidad Permitir que mi sitio aparezca en motores de búsqueda como Google y Technorati.

A continuación indicamos nuestro nombre de usuarios de WordPress que por defecto es admin, ponemos una contraseña, una dirección de correo electrónico, y seleccionamos sí que queremos o no se encontrados por motores de búsqueda como Google, por supuesto seleccionamos que sí, y continuamos.



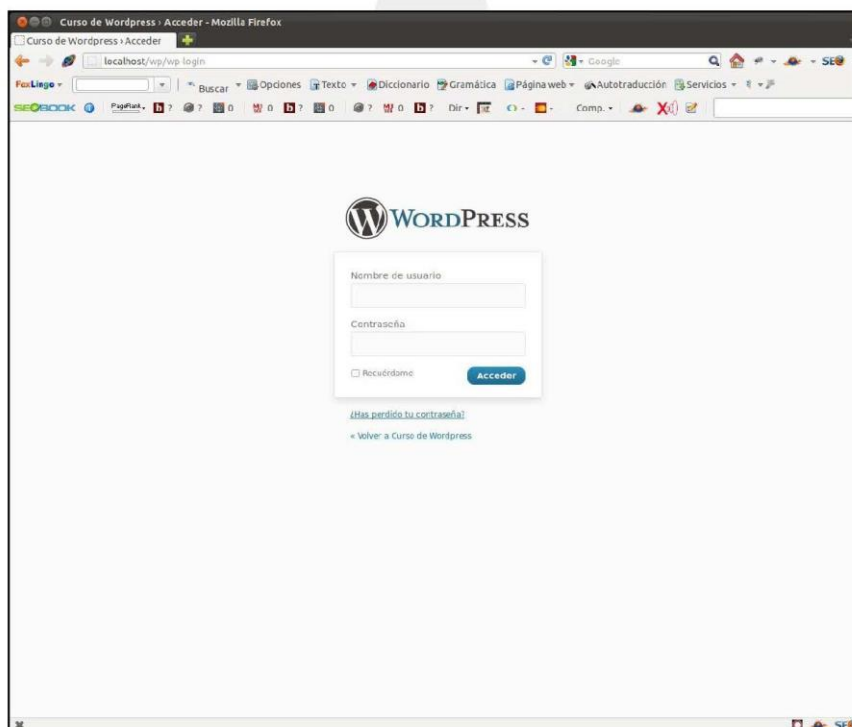
Con esta última pantalla WordPress no informa que ya ha concluido la instalación de forma exitosa.





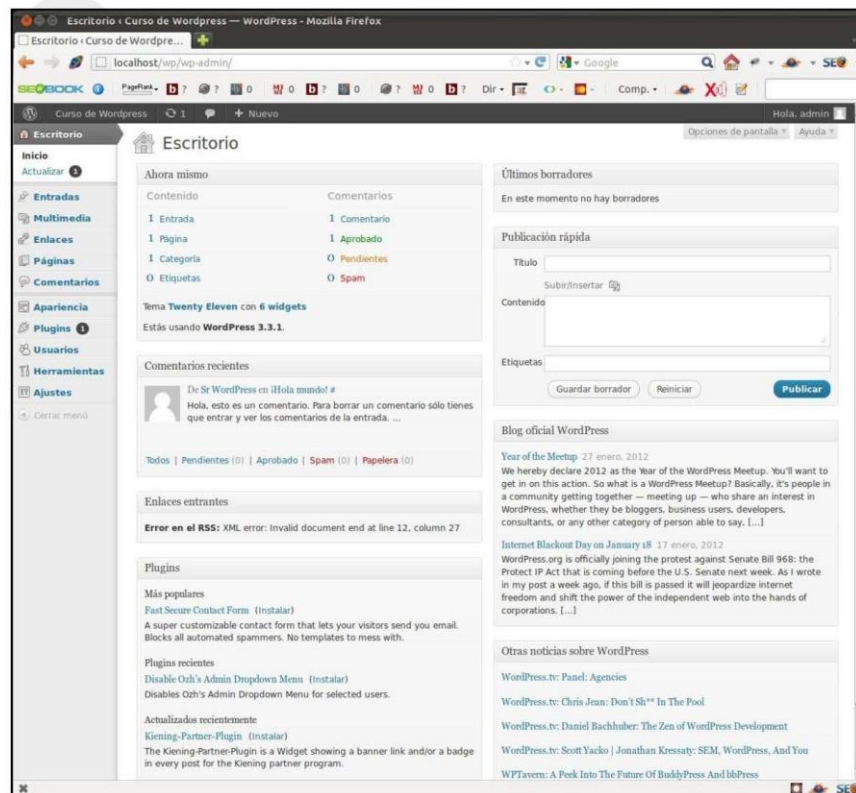
TOMA DE CONTACTO CON WORDPRESS

Una vez instalado WordPress, de forma exitosa, es hora de acceder al panel de administración, para ello colocamos wp-admin tras la url, quedado así <http://localhost/wp/wp-admin> para ver la pantalla de acceso a WordPress:



Ingresamos con el nombre de usuario y la contraseña que elegimos durante la instalación, para acceder al escritorio de WordPress. Allí encontramos en primera instancia una pantalla de bienvenida, donde se nos ofrece acceso a la documentación de primeros pasos de WordPress (inglés), y enlaces con los principales puntos a configurar de WordPress.

Para continuar con este curso, cerraremos este mensaje de bienvenida con el botón "Omitir", y continuamos con las partes del escritorio:



En la zona de administración de WordPress, encontramos el logotipo de WordPress que nos lleva a los distintos enlaces de documentación: foro de soporte y sugerencias. A continuación, en la parte superior tenemos el Título de nuestro sitio Web que nos lleva a la parte pública.

En el lado izquierdo tenemos el Menú Principal desde donde accedemos a todas las opciones de edición y configuración de WordPress.

En el centro, ocupando la mayor parte de la pantalla, encontramos el Escritorio, donde WordPress hace gala de su flexibilidad, al ser muy configurable, y facilidad de uso, ya que para poner el escritorio a nuestro gusto sólo hay que arrastrar las distintas ventanas, y soltarlas en el lugar que más nos guste.



Diferencia entre Entrada y Página:

Una de las primeras cosas que debemos saber sobre WordPress es la diferencia entre una Entrada o Post y una Página, que aunque no tiene mucha dificultad puede llevarnos a confusión. Hay que entender que aunque WordPress es un CMS muy potente y extendido, originalmente fue concebido para generar Blogs, y conserva esta cualidad, que nos proporciona ventajas adicionales sobre otros gestores más complejos como Joomla! o Drupal.

La Entrada o Post, es el contenido dinámico de nuestra página, característica propia del Blog. Puede ser actualización o noticia, que permite ir actualizando nuestra Web de forma cronológica, aunque también podemos organizar las entradas por categorías, tags (etiquetas) o autores.

La Página, es el contenido estático de nuestra Web, donde se muestra la información referente a los servicios que se prestan u otro tipo de información, útil a nuestros visitantes. Las páginas se organizan mediante los Items de menú.

En su instalación WordPress, integra una post de ejemplo 'Hola Mundo' y una 'página de ejemplo' en su menú principal.





IMÁGENES EN WORDPRESS

Para añadir imágenes en WordPress, nos dirigimos al editor, y vamos a colocar una imagen dentro del Post que creamos anteriormente. En primer lugar hacemos clic en el botón Subir/Insertar, y se nos abre la ventana "Añadir objeto":



En un primer vistazo podemos ver que añadir una imagen es tan fácil como arrastrar el archivo a la ventana de 'Añadir objeto' o seleccionarla del ordenador con el botón "Elegir archivos"

También tenemos otras dos opciones desde las pestañas superiores, que son añadir "Desde una URL" externa, usando siempre imágenes con licencia y desde un servidor propio para no perder el enlace, y "Librería Multimedia", que son las imágenes que ya hemos subido previamente para otros usos. Posteriormente tendremos la pestaña "Galería" con parecida función a la "Librería Multimedia".

También tiene la capacidad de alertarnos de que el tamaño máximo de las imágenes que se quieren subir es de 2Mb, lo que ya es una imagen muy grande para Web.

Tras seleccionar el archivo de imagen correspondiente se nos abre una nueva ventana de configuración:

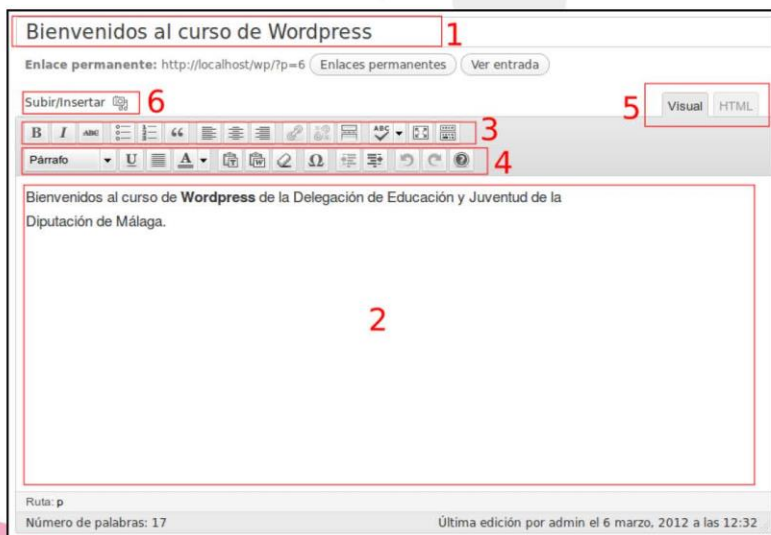


LA ENTRADA

En el Escritorio contamos con una ventana de 'Publicación Rápida', que podemos usar para añadir nuevas entradas, aunque no es recomendable ya que se prescinden de ciertas herramientas de Edición, con las que contamos en el editor de WordPress. Por lo tanto, dejaremos el ratón sobre el item "Entradas" del Menú Principal, se nos despliegan varias opciones, donde elegiremos "Añadir nueva".

En la nueva ventana encontramos el Editor "wysiwyg" de WordPress (What You See Is What You Get en inglés, "lo que ves es lo que obtienes"), donde comenzamos a introducir nuestra primera entrada.

En primer lugar introducimos el título de la entrada, y a continuación podemos introducir el texto del Post. Veamos las partes del editor:



1. Barra de Título.
2. Cuerpo del Post, donde introducimos el texto, imágenes o contenido multimedia.
3. Barra de opciones de edición
4. Barra avanzada (se despliega con el ultimo botón de la barra básica)
5. Conmutador de editor "wysiwyg" y editor HTML
6. Subir/Insertar

La opción de editar el texto HTML es muy interesante en WordPress, aunque no es imprescindible para trabajar con este CMS.



CONFIGURAR UNA ENTRADA

Para mejorar la navegación del usuario y la organización interna de nuestras entradas, WordPress, nos permite configurar las entradas por categorías y etiquetas, lo cual supone un acceso rápido e intuitivo a la información de nuestra web.

Para ello, editamos nuestra entrada y nos fijamos en los paneles de la derecha, en la configuración estándar de WordPress encontraremos cuatro paneles:

- **Formato:** que define como se mostrará nuestra entrada.
- **Categorías:** que organiza nuestra entrada en una o más categorías
- **Etiquetas:** nos permite insertar las palabras clave del post
- **Imagen destacada:** nos permite resaltar una de las imágenes del post.

Nos vamos a centrar en los paneles de Categorías y Etiquetas. En el panel de Categorías podemos crear la categoría Cursos y asignar nuestro Post. En el Panel Etiquetas, vamos a seleccionar las palabra clave de nuestro Post, y vamos a ser coherentes con el nombre que pongamos a las etiquetas, de modo que si ahora usamos la etiqueta "diseño Web", no usamos "diseño de páginas" en otro Post que pueda recibir esta etiqueta.



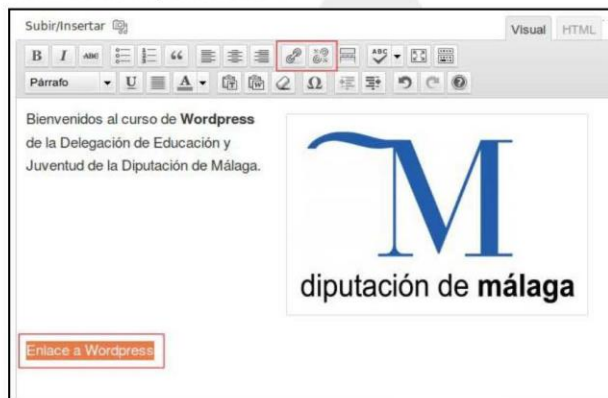
En la parte práctica podemos ver que se ha creado la categoría "Cursos" y que nuestro Post tiene las etiquetas que le hemos asignado:





LOS VÍNCULOS O HIPERENLACES

Desde el primer día una de las mayores ventajas de Internet ha sido El Vínculo o Hiperenlace, que nos ha llevado de un sitio a otro con un sólo clic, y desde luego, será una de la opciones que más vamos a usar en nuestra Web con WordPress. Realizar enlaces desde el Editor de WordPress es, como no podía ser de otra manera, un proceso muy fácil. En primer lugar editamos de nuevo nuestra entrada, e introducimos el texto que hará de enlace, para seleccionarlo y pinchar en el icono de Hiperenlaces:



A continuación abre la ventana de Insertar/Editar enlace:

En esta ventana definimos la URL de destino, el título del enlace que aparece al pasar el ratón sobre el vínculo, y la opción de abrir el enlace en una nueva ventana o pestaña. También tenemos la opción de enlazar con contenido existente en nuestra Web. Tras completar los parámetros hacemos clic en "añadir enlace" y actualizamos nuestro post para ver los resultados.





TRABAJAR CON PDF DESDE WORDPRESS

En el caso de trabajar con documentos en PDF, tenemos dos opciones, que es o enlazar un PDF del mismo modo que creamos un enlace a una página externa o enlazándolo con cualquier documento en PDF de Internet, aunque ésta no es una práctica muy adecuada cuando no somos propietarios de ese documento y no podemos garantizar que siempre estará en lugar donde los hemos enlazado.

La opción más recomendable es añadir el archivo PDF del mismo modo que añadimos las imágenes en los anteriores capítulos:

Estás usando la subida de multiples archivos. ¿Tienes problemas?, prueba [el cargador del navegador](#).

Tamaño máximo de subida de archivos: 2MB. Después de subir un archivo, puedes agregar el título y la descripción.

LOGO DIPUTACION VECTORIAL copia [Ocultar](#)



Nombre de archivo: LOGO-DIPUTACION-VECTORIAL-copia.pdf
Tipo de archivo: application/pdf
Fecha de subida: 8 marzo, 2012

Título

Leyenda

Descripción

URL del enlace

Introduce una URL para el enlace o clic sobre el actual.
 [Borrar](#)



LAS PÁGINAS

Después de ver las entradas que serán el contenido dinámico de nuestra Web, vamos a ver los contenidos estáticos o permanentes como el "quienes somos" o los distintos servicios que se ofrecen en una Web corporativa.

A las distintas páginas se accede desde el menú de WordPress, y a continuación vamos hacer clic en el Ítem "Páginas" y seleccionamos "Añadir nueva":



Encontramos un editor idéntico al que encontramos con las entradas, aunque los paneles laterales tienen opciones muy distintas:

En el panel "Publicar" encontramos las opciones de "Estado" para situar la página como 'borrador', 'publicada' o 'pendiente de revisión'. En "Visibilidad" establecemos quien puede ver la página.

Con cada nueva página se añade un nuevo Ítem en el menú principal de nuestra Web. En el panel "Atributos de la página" tenemos la opción de situar este Ítem en la parte superior del menú o anidararlo dentro de otro Ítem existente, para que sólo se muestre al pasar el ratón sobre el Ítem superior.. También podemos seleccionar una estructura distinta para la página de 'Plantilla' y establecer un 'Orden' entre los Ítems del menú.





Como en las entradas, tenemos la posibilidad de seleccionar una “Imagen destacada”.



Como podemos ver en la imagen anterior, se ha creado una nueva página con un ítem de menú, y otro anidado dentro de él.

Por defecto Wordpress incluye la opción de “Comentarios” para todas las páginas, entre otros parámetros que podemos configurar. En el panel de “Administración”, vamos a “Páginas” y con el ratón situado sobre cualquier página, seleccionamos “Edición rápida”.

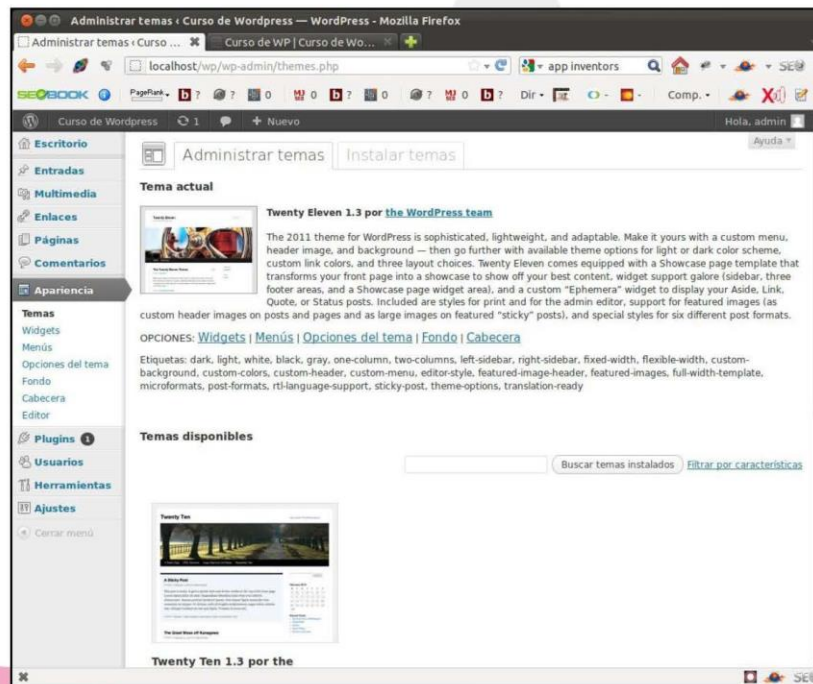




LOS TEMAS

Los temas o las plantillas de WordPress definen la apariencia de tendrá nuestra Web para los visitantes. La instalación y configuración de los temas es, una vez más, una tarea fácil, aunque aquí sí que podemos encontrarnos con algún conflicto que tendremos que solventar.

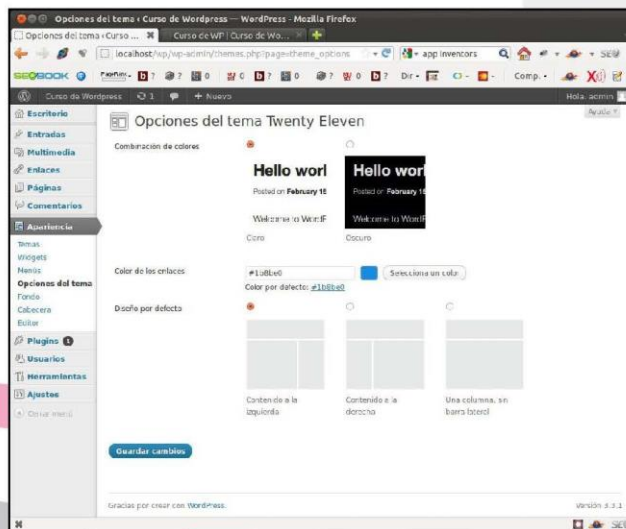
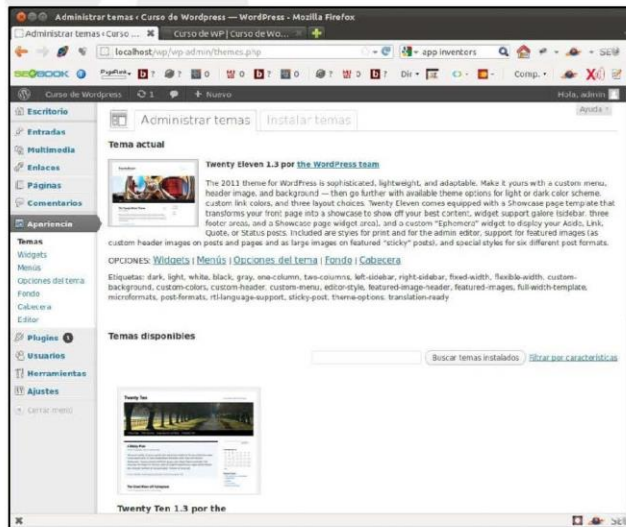
Para comenzar seleccionamos Apariencia > Temas, y se nos muestra una ventana con las plantillas preinstaladas en WordPress.



Haciendo clic en "Opciones del Tema" del tema activo veremos parámetros que podemos configurar; éstas dependerán de cada plantilla. En WordPress encontramos un gran número de Temas que podemos usar de forma gratuita y que encontraremos fácilmente haciendo una búsqueda en Google.

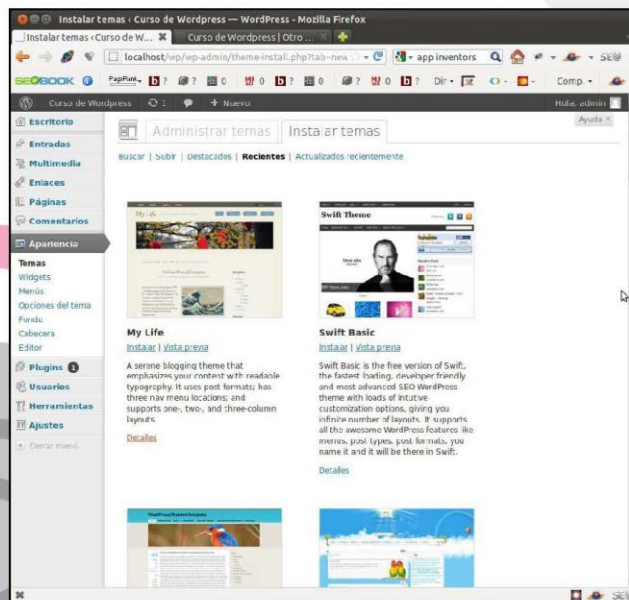
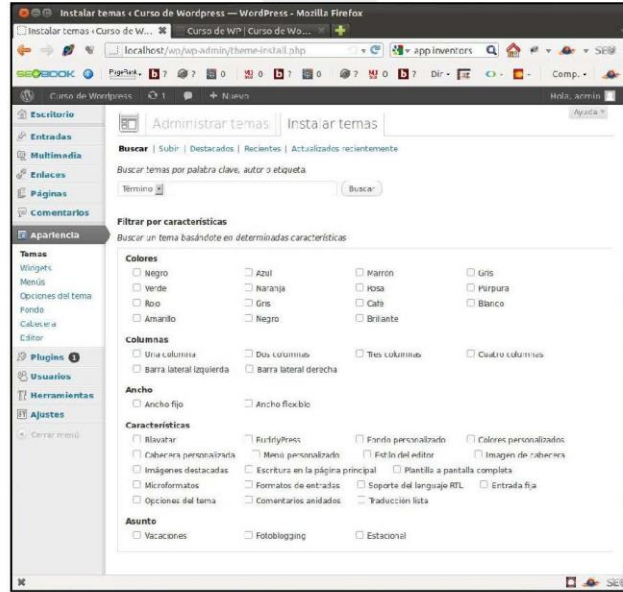
Existe la opción de comprar plantillas profesionales, aunque esto dependerá del presupuesto y expectativas de cada uno.

La propia Web de WordPress nos ofrece una gran cantidad de platillas gratuitas en <http://wordpress.org/extend/themes/>



También, podemos buscar e instalar temas directamente desde el Panel de Administración de WordPress, haciendo clic en la pestaña superior "Instalar Temas", donde encontramos, varias opciones como 'Buscar' en el directorio de WordPress, 'Subir' desde nuestro ordenador un tema que tengamos

descargado, o ver los temas 'Destacados' o 'Recientes' del directorio de WordPress:





Instalar un tema es tan fácil como hacer clic en "Instalar", aunque en una gran mayoría de ocasiones la configuración de seguridad de nuestro servidor nos lanzará un error y no nos permitirá finalizar la instalación.

Pero tenemos más opciones, como descargar el Tema en formato ZIP y deprimir el archivo dentro de las carpetas de sistema de WordPress, concretamente en /wp-content/themes. Esta opción también está disponible en un servidor remoto con la ayuda de un FTP, que veremos en próximos capítulos.

Para más comodidad tenemos la opción 'Subir' en la instalación de Temas:



Después, encontramos el nuevo tema instalado y tan sólo pinchamos en 'Activar':



Liquorice 2.2 por Nudge Design
A simple and clean vintage looking theme for you to build on using Google's font API Lobster font. Custom background feature enabled.
[Activar](#) | [Vista previa](#) | [Borrar](#)
Todos los archivos de este tema se encuentran en /themes/liquorice.
Etiquetas: custom-background, two-columns, fixed-width, right-sidebar, light, brown, orange, blue



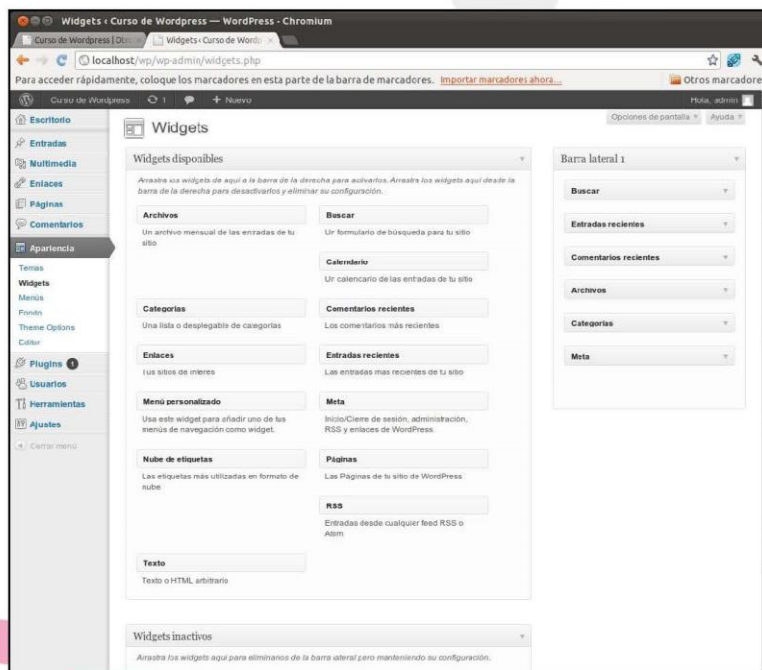


LOS WIDGETS

Un Widgets es una aplicación adicional muy útil que te da acceso a funciones de uso habitual.

Por ejemplo en el panel de la derecha de nuestro WordPress, encontramos varios Widgets como el de búsqueda, entradas recientes etc. Los Widgets, pueden cambiar en función de la plantilla que estemos usando. El trabajo con Widgets, es fácil e intuitivo, ya que sólo hay que arrastrarlos.

Accedemos desde el menú de la administración a Apariencia > Widgets:



En el panel de la derecha encontramos los Widgets que están activos en nuestra plantilla, y que también encontramos en la barra derecha de nuestro WordPress. Simplemente tenemos que arrastrarlos para cambiar su orden, o arrastrarlos fuera de la barra para eliminar la publicación.

En el centro de la pantalla encontramos los Widgets disponibles, que igualmente, sólo tenemos que arrastrarlos hasta su lugar correspondiente en la "Barra lateral" para publicarlos.



Finalmente encontramos, una ventana donde arrastrar los Widgets para ponerlos en inactivos o para configurarlos correctamente antes de su publicación.

Haciendo clic en la pequeña flecha de la derecha de cada Widget, podemos acceder a la configuración específica de cada uno:

The screenshot shows a configuration window for a widget titled "Barra lateral 1". It contains three sections: "Buscar", "Meta", and "Categorías". Each section has a title field, a "Guardar" button, and "Borrar | Cerrar" options. The "Meta" and "Categorías" sections also include checkboxes for "Mostrar como desplegable" and "Mostrar la cantidad de entradas". The "Categorías" section has an additional checkbox for "Mostrar jerarquía".

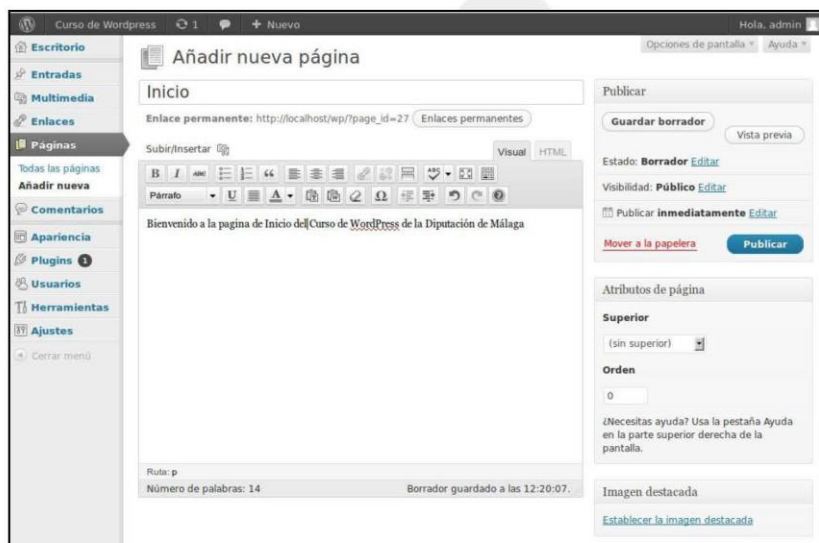
Widget	Título	Mostrar como desplegable	Mostrar la cantidad de entradas	Mostrar jerarquía
Buscar				
Meta				
Categorías				



LECTURA

En este capítulo vamos establecer un página de Bienvenida o de Inicio a nuestra web, y vamos a publicar las entradas en un una nueva pestaña de menú que podemos llamar Blog o Noticias.

En primer lugar creamos dos nuevas páginas, una que llamamos Inicio, y donde introducimos un texto de bienvenida:



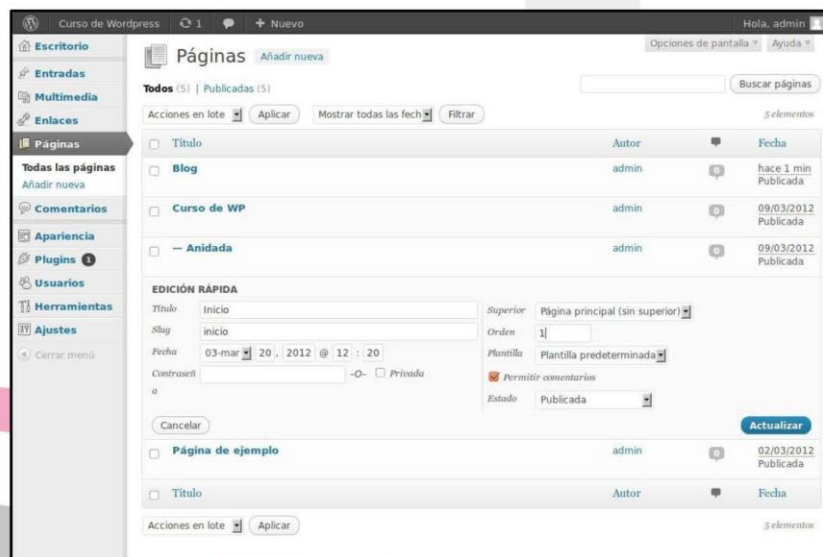
A continuación creamos una nueva página que en este ejemplo voy a llamar Blog, donde no introducimos ningún texto en el editor.

Una vez creadas las dos páginas, vamos a configurar los ajustes de lectura de nuestra página, entrando en Ajustes > Lectura. En la primera opción encontramos "La página inicial mostrará", y podemos definir cuál será la página que se mostrara al entrar en nuestra web donde voy a seleccionar la página "Inicio".

Después se debe definir donde se mostrarán las entradas relativas a noticias o actualizaciones dentro de mi web. Además puedo editar más opciones como el número de post que se publicarán por página, si el número total de entradas supera al que establecemos, WordPress creará un paginado de forma automática.



A continuación ordenaremos el orden el que se muestran las páginas en nuestro menú para mejorar la apariencia y se más coherente con los estándares de la Web, para lo entramos en Ítem "Páginas":



A continuación, al pasar el ratón sobre una página tenemos la opción de "Edición rápida" donde podemos seleccionar el orden en que se mostrarán las páginas.



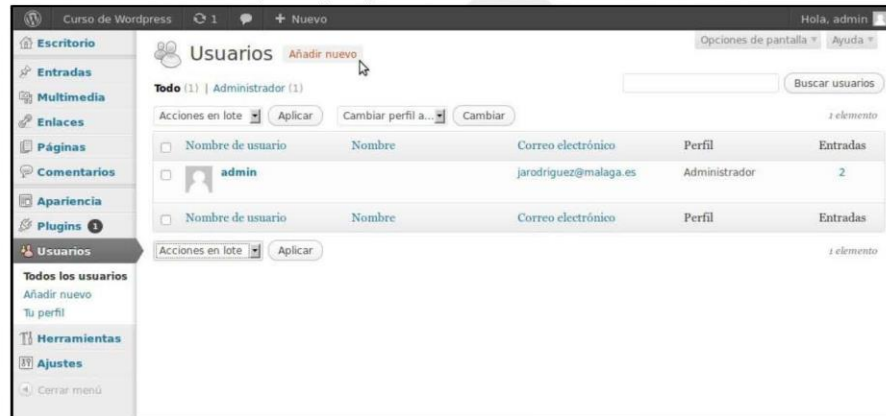
En este ejemplo, en seleccionado el "1" para Inicio, el número "2" para la página "Curso de WP" y el número "3" para el Blog, y he eliminado la página de ejemplo que trae WordPress predeterminada, quedando en la web de esta manera:





Los Usuarios

Desde WordPress podemos crear y administrar varios usuarios asignándole distintos perfiles o roles como Suscriptor, Administrador, Editor, Autor o Colaborador, dependiendo del perfil establecido el nuevo usuario tendrá permiso para publicar automáticamente o necesitara de la supervisión de otro usuario. Para crear un nuevo usuario accedemos a Usuarios en el menú principal y seleccionamos "Añadir nuevo":



A continuación completamos los campos que nos solicita:





Nombre de Usuario, Correo electrónico y Contraseña son datos obligatorios, más abajo se puede seleccionar si queremos enviar un correo electrónico con la contraseña al nuevo usuario.

Desde el desplegable perfil podemos determinar el rol de cada usuario, que detallo a continuación:

Suscriptor: son usuarios que pueden acceder a contenidos privados o solo para suscriptores. Es un perfil ideal para webs donde se permita solo el acceso a los contenidos a usuarios registrados, capacidad que se habilita también en el panel de administración.

Colaborador: es cualquier usuario que pueda escribir nuevos artículos y noticias, y modificarlos. Cualquier contenido nuevo no se publica directamente sino que requiere aprobación de un administrador. Ideal para blogs con muchos colaboradores y que requieran de un nivel mínimo de calidad en las nuevas entradas.

Autor: es otro perfil de colaborador pero este puede publicar directamente sus escritos.

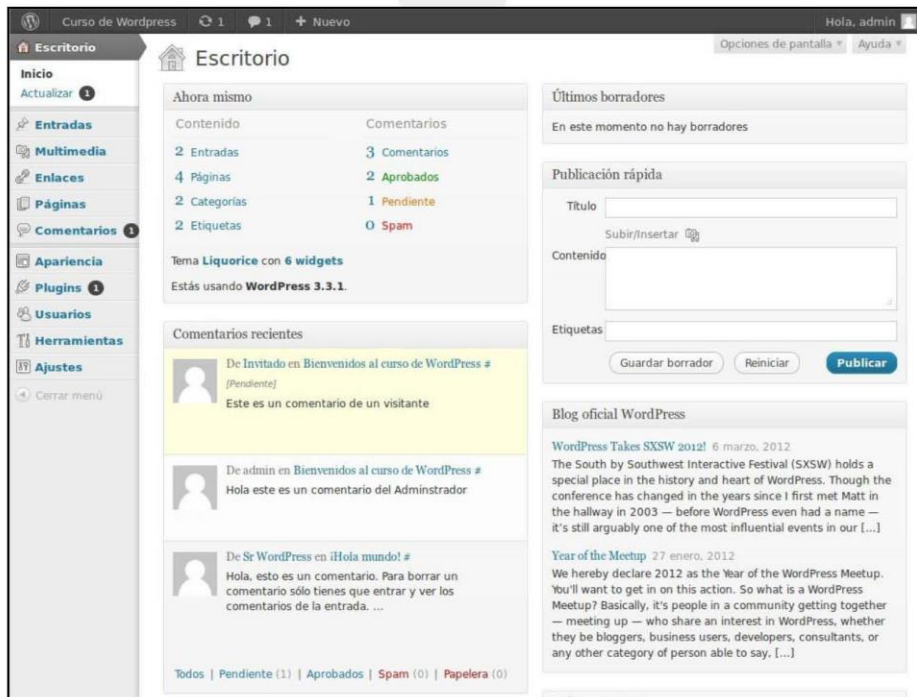
Editor: es casi un administrador que, salvo las funciones propias del administrador (instalaciones, modificación de plantillas, plugins, etc) puede gestionar artículos y noticias de cualquier otro usuario. Sería el Redactor Jefe si utilizamos una analogía periodística.

Administrador: tiene acceso a todo en el blog y es quien recibe en su correo las notificaciones de los eventos que se sucedan (nuevos comentarios, contacto, actualizaciones, etc). Es el encargado de las actualizaciones, instalación de plugins, cambio de plantillas y configuración.



Los Comentarios

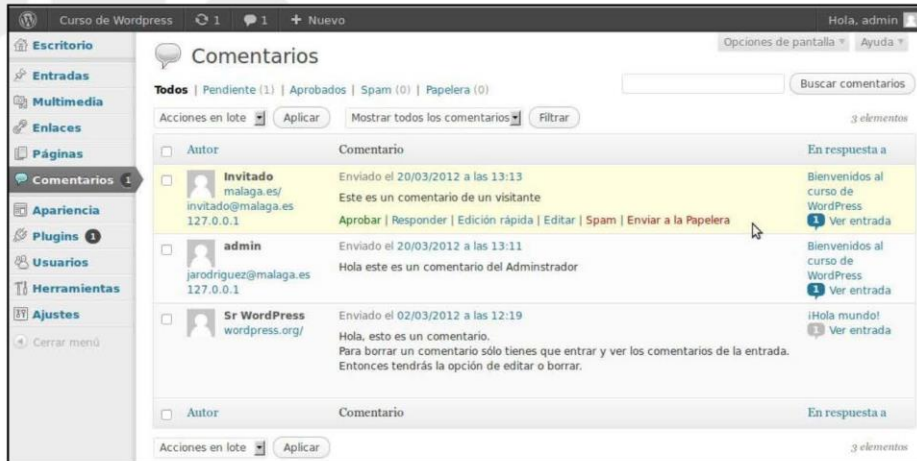
En WordPress todas la entradas y páginas tiene la opción de ser comentadas por los visitante a la web, estos comentario pueden ser administrador por nosotros, realizando así un filtro de los contenidos que creamos que no son oportunos. Por defecto WordPress nos muestra los comentarios en su Escritorio al acceder a la administración:



Los comentario de usuarios no registrados se muestran en color amarillo, y lo creados por los usuarios del sistema se muestran con normalidad. También podemos acceder a Ítem de comentarios del Menú de WordPress.

Al pasar el ratón sobre el comentario podemos administrar el mismo, con varias opciones como: Aprobar, responder, Editar, Spam o Enviar a la Papelera.

En el caso de seleccionar Spam el sistema bloqueará permanentemente al usuario que ha dejado este comentario.



Cuando no queramos que los visitantes puedan dejar comentario en nuestras páginas o entradas, accedemos a la edición rápida, de por el ejemplo una entrada y desactivamos la opción "Permitir comentarios", que normalmente esta activada por defecto en todas nuestras publicaciones:





SERVIDOR REMOTO

WordPress es especialmente conocido por la facilidad de instalación. Bajo la mayoría de las circunstancias, instalar WordPress es un proceso muy simple y lleva menos de cinco minutos completarlo. El proceso de instalación en el Servidor Remoto, será similar al que vimos para el servidor local salvo en un par de cuestiones que repasaremos a continuación:

Como vimos en el primer capítulo, para instalar WordPress es necesario disponer de un servidor LAMP (Linux Apache con Mysql y Php). Esta cuestión no complica en lo más mínimo la instalación, ya que el 99% de los servidores Web usan esta tecnología.

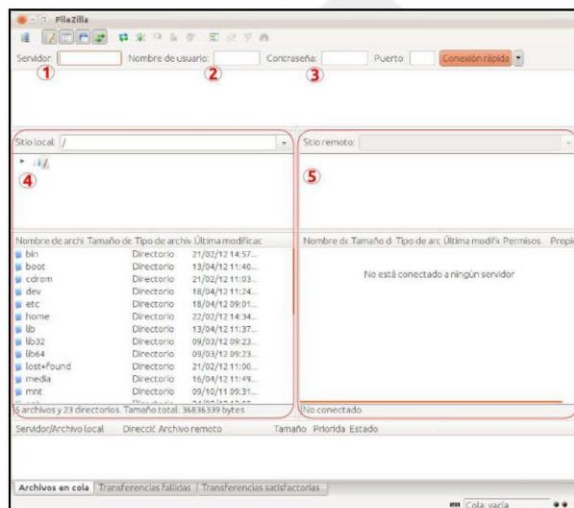
En primer lugar, tendremos que dirigirnos a uno de los muchísimos proveedores de dominios y hosting, que, sin ánimo de hacer publicidad gratuita a nadie, podemos escoger entre dos empresas malagueñas como " Centro Red" o "Axarnet" que proporcionan un buen servicio a precios competitivos.

Ahora corresponde seleccionar el nombre de dominio y usar la extensión más adecuada para nuestro sitio como ".es" para páginas de España, el ".com" para empresas, ".org" para las organizaciones sin ánimo de lucro o el ".net" para los servicios relacionados con Internet y las nuevas tecnologías, entre otras muchas opciones. A la hora de elegir el Hosting, nos aseguraremos de un espacio mínimo de 1Gb con lo que tendremos espacio de sobre para casi cualquier proyecto. También repasaremos los servicios adicionales que nos ofrecen como las cuentas de correo o el número de bases de datos de que disponemos, etc.

Tras contratar el servicio, nos llegará un correo electrónico con toda la información que necesitamos para acceder a nuestro panel de control o "panel" desde donde crearemos y administraremos las cuentas de correo electrónico de nuestro dominio, como las bases de datos desde "PhpMyAdmin", para crear la base de datos necesaria para nuestra Web. En el correo electrónico de nuestro proveedor o en el panel tendremos acceso a la cuenta de FTP, de nuestro dominio, y nos tendrán que proporcionar un nombre de servidor, un usuario y una contraseña.



En este punto necesitamos de una nueva herramienta para realizar la subida de los archivos de WordPress a nuestro servidor vía FTP, para ello vamos a utilizar Filezilla por ser un producto de Software Libre que podemos descargar libremente para cualquier sistema operativo desde <http://filezilla-project.org/>. En los sistemas operativo Linux, tan sólo necesitamos abrir un terminal e introducir `sudo apt-get install Filezilla` para descargar e instalar Filezilla de forma automática.



Desde Filezilla, introducimos los datos que nos proporciona nuestro proveedor para acceder al disco donde se alojara nuestra Web. En Filezilla tenemos que tener en cuenta los siguientes espacios:

1. Nombre del Servidor que será como: "ftp.nombredominio.es"
2. Nombre de usuario de FTP
3. Contraseña
4. Encontramos los archivos del disco duro de nuestro ordenador
5. Observamos los archivos del disco del Servidor.

Para subir los archivos es suficiente con seleccionarlos y arrastrarlos hasta el disco del servidor.

A continuación abrimos un navegador e introducimos la URL de nuestra página para instalar WordPress del mismo modo en que lo instalamos en Local, con la precaución de tener creada previamente nuestra base de datos en "Mysql".



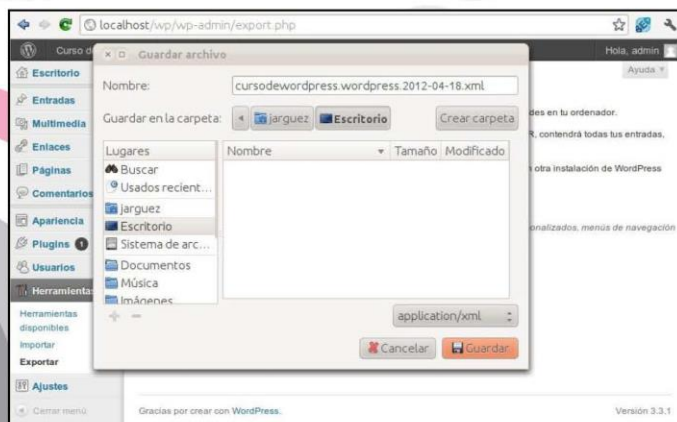
EXPORTAR E IMPORTAR

En este momento nos encontramos con un WordPress instalado y con todo su contenido en Local y otro WordPress totalmente limpio en Remoto, y es el momento de pasar todo lo que hemos hecho en Local a la que será nuestra Web definitiva.

En primer lugar accedemos a la administración de nuestro sitio en Local, y en el menú vamos a Herramientas > Exportar, y seleccionando "Todo el contenido" pinchamos el botón para descargar el Archivo de Importación.

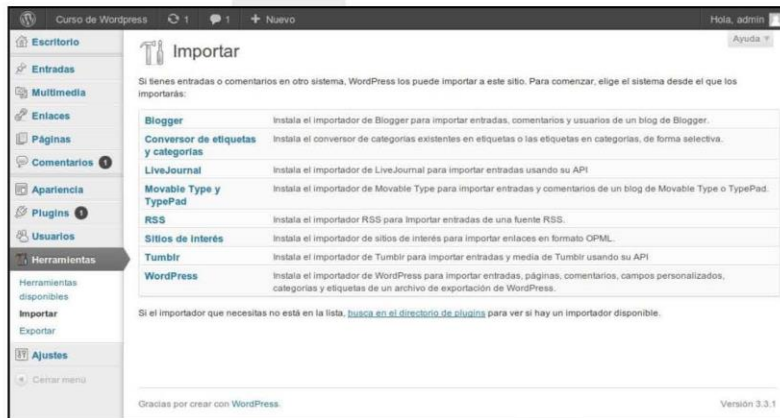


Obtendremos un fichero ".xml" que descargaremos en nuestro ordenador:

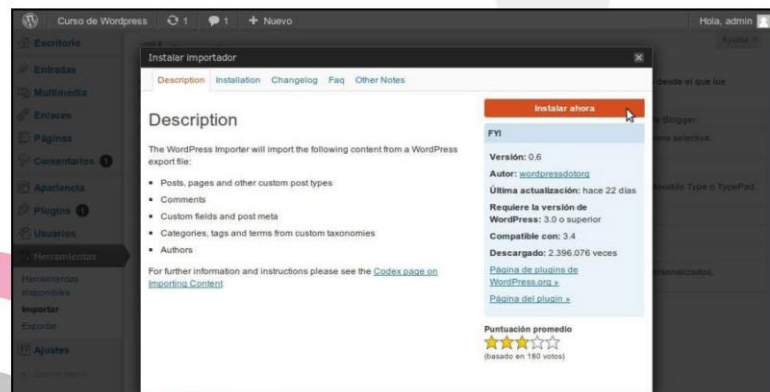




A continuación accedemos a la administración de nuestro sitio remoto y en el menú vamos a **Herramientas > Importar**



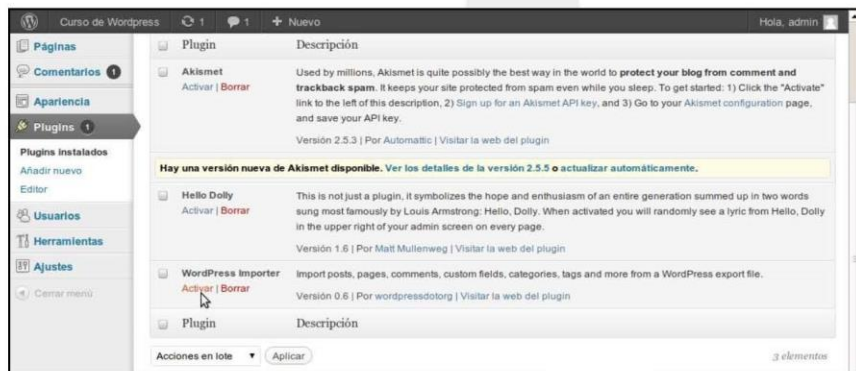
Desde esta pantalla nos indican la posibilidad de instalar distintos plugins para la importación de contenidos de distintas plataformas como Blogger o el mismo WordPress, que debemos instalar para continuar con el proceso de importación.



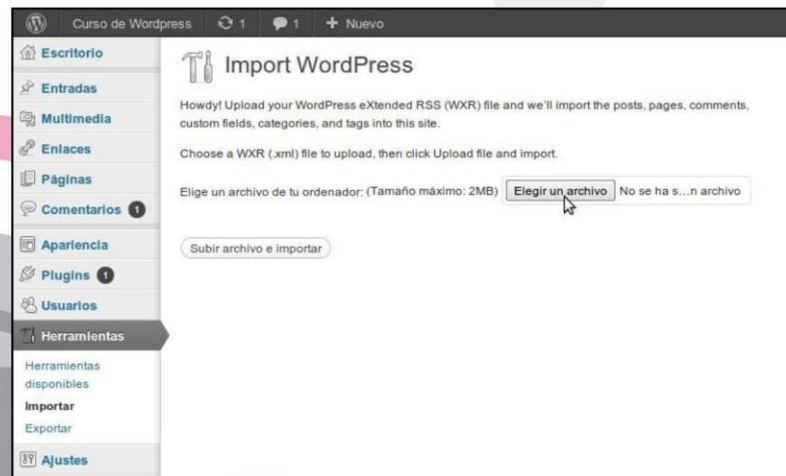
Podemos instalar el Plugin directamente si nuestro servidor nos lo permite, o ir a la Web del Plugin y descargarlo. Una vez descomprimido lo ponemos en la carpeta wp-content/plugins con ayuda de nuestro FTP para instalarlo.



Una vez instalado de forma automática o subido por FTP, debemos activarlo en la administración de nuestra Web para continuar con el proceso de importación.



Con el Plugin Wordpress-Importer instalado y activo, volvemos al menú Herramientas > Importar donde seleccionamos el fichero “.xml” que exportamos de nuestro WordPress en Local.





Durante este proceso nos puede realizar alguna pregunta, como el nombre del usuario administrador, y al finalizar nos dará un aviso totalmente normal sobre los errores de Importación, ya que faltarán todos los archivos pdf o imágenes que usamos en local y que ahora tenemos que subir por FTP. Además tendremos que revisar las rutas de los enlaces a los archivos internos que tendrán la dirección de nuestro servidor local.

También encontramos que todo el contenido de ejemplo de WordPress de la instalación básica está junto al contenido que hemos importado, por lo que nos queda una labor de limpieza hasta dejar nuestra Web a punto.



LOS PLUGINS

Los plugins son aplicaciones que modifican al propio gestor y que en algunos casos parezcan Widgets. Se puede decir que son partes de programas independientes con los cuales podemos completar y configurar la plataforma a nuestra medida, de esta forma no habrá dos usuarios con la misma configuración. La instalación de los plugins es similar a la de un tema, tal y como vimos en capítulos anteriores.

En este capítulo repasaremos los plugins más destacados para un acabado profesional de nuestra Web.

All One in SEO: Con este plugin configuraremos la optimización SEO de nuestra Web. Además de configurarlo, cada vez que introduzcamos una entrada nueva o incluso cuando subamos una foto, nos pedirá que determinemos palabras clave, tags y metatags para cada una de ellas.

Akismet: Gestiona y reduce el Spam entrante a través de los comentarios de las entradas.

Broken Link Checker: Este plugin monitoriza la Web en busca de links rotos. Busca por posts, páginas, blogroll y también en fotos o imágenes. Avisa por mail o a través del tablero. Periódicamente comprueba los vínculos en los mensajes, páginas, comentarios, campos personalizados y el blogroll. Además permite editar todas las instancias de un enlace específico a la vez. Ofrece una lista de todos los vínculos publicados en su sitio, con la posibilidad de buscar y filtrar y es altamente configurable.

Google Analytics: Realmente indispensable. Nada de lo que hacemos o tenemos pensado hacer tiene sentido si no medimos los resultados. Este plugin enlaza directamente con la app de Google, en la cual deberemos darnos de alta previamente.

Share & Follow: Este plugin ofrece la posibilidad de enlazar con la mayoría de las Redes Sociales y de compartir contenidos en ellas, actualmente goza de gran popularidad ya que Web y Redes están íntimamente ligadas, sobre todo si se persigue una estrategia de social media.



Éstas son algunas de las posibilidades que nos ofrece:

1. Adición automática de los enlaces más populares a Facebook y Twitter, incluyendo los botones Tweet/Retweet, con los contadores configurables.
2. Ficha de seguimiento (Facebook / Rss / Twitter / etc.) a la parte superior / inferior / izquierda
3. / derecha de la pantalla.
4. Impresión, Navegador de Favoritos y botones de correo electrónico.
5. Widgets para gestionar las acciones de seguimiento.
6. Versión abreviada para compartir el post o una página.

Función de acceso para las etiquetas de tema para compartir. Iconos disponibles en tamaños de 16, 24, 32, 48, 60 px.

Se puede mostrar como texto, icono o sólo texto.

Los usuarios pueden cambiar todos los enlaces de texto a su antojo. Etc.

Contact Form 7: Simple y flexible, eso es precisamente lo que hace grande a este plugin. Con él diseñaremos de manera flexible formularios y podremos enviarlos. Además, soporta muchas características incluyendo la presentación de AJAX, CAPTCHA, el filtrado de spam Akismet, carga de archivos, etc.

Aunque la implementación de un Formulario en nuestra Web, no obliga a la correspondiente declaración bianual según la LOPD.

Google +1 Button: Al igual que el anteriormente descrito Share & Follow, la reciente aparición de esta característica de Google en ese afán de volverse más social ha propiciado que aparezca este plugin específico para ello, aunque no es descartable que próximamente aparezca incluido en algunos de los ya explicados.

WP Touch: ¿Qué hace que WPTouch sea imprescindible? Pues es muy sencillo, transforma automáticamente su blog de WordPress en una aplicación para móviles. Es compatible con iPhone, iPod touch, Android, Palm Pre, Samsung y BlackBerry Storm, lo que le hace realmente potente ya que cada día el acceso móvil gana posiciones.



El panel de administración te permite personalizar muchos aspectos de su apariencia, y que su carga sea rápida, fácil y elegante, sin necesidad de modificar un solo bit de código o que afecten al tema de escritorio.

La visualización desde el móvil da la opción al visitante de nuestro blog a cambiar la apariencia que desee entre clásica y móvil.

FeedBurner FeedSmith Extend: Con este plugin lo que conseguimos es crear un feed o una fuente de donde beban lectores de noticias. Hay suscriptores que son reacios a facilitar su email con el fin de que les enviemos información. Así conseguimos que a través de Google, que adquirió el servicio feedburner en 2007, o a través de cualquier otro lector de noticias, cada vez que publiquemos una entrada nueva le pueda llegar de inmediato al suscriptor sin tener que facilitarnos el mail.

De ahí su importancia, ya que es uno de los medios que tenemos a nuestro alcance para dar difusión a nuestro blog. De poco serviría todo el esfuerzo si luego no lo difundimos.

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

El proyecto debe darse a conocer al grupo objetivo, para esto se evaluarán algunos aspectos para su reproducción.

10.1 Plan de costos de elaboración:

El proyecto de la elaboración del manual digital se entregará en un CD formato PDF, PSD y Ai, versiones editables para ser entregado al cliente.

Proceso creativo, elaboración de propuesta, recopilación de información	De Junio a Octubre
Meses trabajados	6 meses
Semanas trabajadas	24 semanas
Días trabajados	72 días (tres días por semana)
Horas trabajadas	216 horas (3 horas por día) Tomando en cuenta que un diseñador gráfico promedio, el pago por hora es de Q25.00
El costo total de elaboración de la Intranet es de	216 horas trabajadas x Q25.00 = Q.5,400.00

10.2 Plan de costos de producción

Digitalización de bocetos y presentación de la propuesta final del manual digital. Esta etapa del proyecto consiste en la validación de los artes finales.

Digitalización de bocetos y creación y elaboración del contenido del manual digital.	Total de días trabajados en este proceso: 15 días
Horas trabajadas	45 horas, 3 horas x día
El costo total de la elaboración de la etapa	45 horas trabajadas x Q25.00= Q. 1,125.00

10.3 Plan de costos de reproducción:

El manual fue creado en programas de diseño y como pieza final en formato PDF, además será alojado en un FTP donde los colaboradores de la toda la institución podrán acceder a él o bien descargarlo por lo cual no tiene costo alguno.

10.4 Plan de costos de distribución:

Por ser un manual digital, no hay gastos para su distribución, estará alojado en la nube virtual de la editorial.

10.5 Cuadro con resumen general de gastos:

Plan de costos de elaboración	Total
Elaboración	Q. 5,400.00
Producción	Q. 1,125.00
Reproducción	Q. 0.00
Distribución	Q. 0.00
Total	Q. 6,525.00

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones:

- Se logró el diseño de manual digital para el manejo y actualización con plantilla WordPress del sitio web de la línea de textos en idioma inglés marca Richmond.
- Se investigó la información relacionada con aspectos de comunicación y diseño, que constituyeron el respaldo teórico, para fundamentar este proyecto de graduación.
- Se recopiló toda la información relevante para establecer el uso de las herramientas tecnológicas del sitio web de Richmond de la empresa Editorial Santillana incluyendo el servicio de la página web richmondcan.com, para plasmarlo en el manual para colaboradores.
- Se diagramó contenido para estructurar el manual para los colaboradores que utilizan el sitio web de Richmond de la empresa Editorial Santillana, para facilitar la comprensión del mismo.

11.2 Recomendaciones:

- Mantener la información de la editorial actualizada por lo menos cada 3 meses, además de que se aplique una estrategia de comunicación para que se genere flujo de visitas hacia el sitio web, y crear contenido atractivo para el grupo.
- Renovar aproximadamente a cada 6 meses el diseño de la plantilla para darle nueva percepción, con colores e imágenes propicias que identifiquen a la empresa.
- Que el departamento de Marketing asigne a una persona que se encargue de: mantener el contenido de la marca actualizado, publicar la información que le sea enviada, reunir información y crear nuevos proyectos que haga la herramienta más útil, según las necesidades que surjan en la empresa.
- Establecer un correo electrónico para que sea el centro de recepción de información y sea publicado en la página web, y que, a su vez se coloque el nombre y el slogan de la línea de negocio, para que no pierda su identidad.

Capítulo XII: Conocimiento general

12.1 Para realizar el diseño del manual fue de mucha ayuda tener el conocimiento de estos cursos, ya que el manual necesitaba estructurar el contenido y el diseño de esta mismo, para darle una imagen que identificara a la editorial y proporcionarle estética a la página web.

Curso	Aporte
Comunicación I, II, III, IV	Este curso me apoyó en el conocimiento de la formas de comunicación que existe ya que es una parte fundamental de una empresa y es lo que nos ayuda a mantener las relaciones humanas para trabajar de una manera efectiva
Psicología de la comunicación	La Psicología de la comunicación me ayudó a comprender el entorno en el cual el individuo se desenvuelve. Ayuda a conocer los estados de ánimo, posteriormente de los que se encuentran alrededor. Para poder entablar relaciones con las personas de la Institución y tener conversaciones que fuesen útiles para realizar el proyecto
Semiología de la imagen	La semiología interpreta imágenes para esto el comunicador visual tiene la oportunidad de expresar a dar conocer por medio de imágenes, se colocaron imágenes que reflejara la identidad de la institución.
Creatividad I, II, III y IV	Desarrolló mi creatividad para encontrarle solución a la problemática realizando lluvia de ideas para crear la propuesta final
Software I, II, III y IV	Software contribuyó en todo mi

	conocimiento en los programas de diseño y que se lograra desarrollar el proyecto sin problemas.
Investigación de Mercados	Es un diagnóstico acerca de los recursos, oportunidades, fortalezas, capacidades, debilidades y amenazas. Ayudaron para realizar un analizar la información obtenida de las encuestas realizadas y conocer las necesidades del cliente.

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Bibliografía

-B-

→ Belch, George E y Belch, Michael E. (2005). Publicidad y Promoción, Perspectiva de la Comunicación de Marketing Integral. (6° ed.). Editorial McGraw-Hill Interamerica. 7-35,40-56, 150-207, 526-552, 817, 818, 820.

-C-

→ Campo Marsicovetere, Eduardo y Klée Fleischmann, Oscar. Artes Plásticas 3. (6° ed.). Editorial Kamar . p. 197-199.

-D-

→ Dabner, D (2005). Diseño, Maquetación y Composición. Barcelona. Blume. p. 34-82.

→ Díaz Bernabé y De Cavalho, Horacio. M "Hacia nuevas formas de pensar en comunicación", incluido en la antología de Sánchez Rivera y de la Mora Medina, Ciencias de la comunicación p. 240

-E-

→ Estrada Sandoval, Enrique (1993) Historia de la Educación (1ª ed.) Editorial Óscar de León Palacios Guatemala. p. 1-30, 139, 145, 181, 182.

→ Ernesto, Yturalde (1993) hace énfasis en el tema de la andragogía.

→ Estrada, Enrique (1993) atribuye a la pedagogía una reflexión sistemática que se hace sobre la educación.

→ Estrada, Enrique (1993) atribuye el uso de la tecnología como un elemento de gestión en centros educativos de Guatemala.

-F-

→ Fernández Collado, C. (2006).Conceptos. La comunicación en las Organizaciones (pp. 14-15). México: Trillas.

-L-

→ Lepeley, María Teresa. (2003) Gestión y Calidad en Educación, Un modelo de evaluación. (1° ed.). Editorial McGraw-Hill/ Interamericana Editores, S.A. p.3-10, 31-38, 63-73.

-Q-

→ Quirós Domínguez, Sergio y Quirós Peñalva, Enrique. (2003) Photoshop 7 Guía de aprendizaje. (1° ed.). Editorial McGraw-Hill/ Interamericana de España, S.A.U. p. 238,239, 240, 395, 396, 397, 398, 477, 478, 479, 480, 481, 482, 484, 463.

-R-

→ Rodas, Giovanni. Director departamento Marketing (2013).

-Z-

→ Zúñiga Diéguez, Guillermo A. (1991). Técnicas de estudio e investigación bibliográfica". Editorial Óscar de León Palacios, Guatemala, Centro América, p.29

13.2 Biblioweb

-A-

- Acuña M, María Gloria.(2010). La encuesta. Recuperado de <http://www.slideshare.net/Mgam/la-encuesta>
- Alegsa (1998-2010). Definición de desarrollo web. Recuperado de <http://www.alegsa.com.ar/Dic/desarrollo%20web.php>
- Alipso. (2009). Comunicación. Recuperado de <http://www.alipso.com/monografias/definicion2/>
- Antsae (2007). Tabla significado de colores. Recuperado de <http://antsae.wordpress.com/2007/02/12/tabla-significado-de-olores/>

-B-

- Blasco, M. (2009). El impacto psicológico del color. Recuperado de <http://www.miespacio.org/cont/aula/color.htm>
- Buibee. Top 10 de tendencias en diseño web para 2010. Recuperado de <http://www.buibee.com/blog/2009/10/21/top-10-de-tendencias-en-diseno-web-para-2010/>
- Bonilla, H., (2008). Teoría de la imagen, Teoría de la Gestalt. Recuperado de <http://teoriaimagenremington.blogspot.com/2008/12/unidad-5-teoria-de-la-gestalt.html>

-C-

- Cf. S. Pierce explica sobre la teoría de los signos bajo el nombre de Semiótica.
- Crea tu Web (2010). Estructura del sitio. Recuperado de <http://creatuweb.espaciolatino.com/guia/estructura.htm>

-D-

- Desarrollo Web. Curso práctico de diseño. Recuperado de <http://www.desarrolloweb.com/manuales/47/>
- Desarrollo Web. Tipografía y diseño. Recuperado de <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1691.php>
- Definición. Definición de herramienta. Recuperado de <http://www.definicion.org/herramienta>.
- Definición de (2012). Definición, General, Semiología. Recuperado de www.definicion.de/Semiologia/

- Digitalfotored. (2005) La cuadrícula. Recuperado de <http://www.digitalfotored.com/grafico/cuadriculatipografica.htm>
- Discovery Education (2007). La definición de educación. Recuperado de desde <http://www.discovereducation.org/index.php/uncategorized/la-definicion-de-educacion/>

-E-

- Eduard C. Lindemank (1885-1953) escribe sobre el tema relacionado con la educación para adultos Edline. Misión. Recuperado de <http://http://www.edline.com/>
- Elecash Cristalab. (2004) Fundamentos básicos del diseño web. Recuperado de <http://www.cristalab.com/blog/fundamentos-basicos-del-diseno-web-c9811/>
- Eyra (2007). Enfoques: constructivismo vs conductivismo. Recuperado de <http://teoria-diseno.blogspot.com/>

-F-

- Fotonostra. Concepto de tipografía, familia y fuentes tipográficas. Recuperado de <http://www.fotonostra.com/grafico/partescaracter.htm>
- Fotonostra. La semiología. Recuperado de <http://www.fotonostra.com/grafico/semiologia.htm>.
- Fotonostra. Magenta. Recuperado de <http://colormagenta.cl/el-significado-del-termino-diseno-grafico-esta-sujeto-a-una-larga-serie-de-interpretaciones/2006/02/28>
- Fotonostra. Técnicas de composición. Recuperado de <http://www.fotonostra.com/grafico/tecnicascompos.htm>

-G-

- García, Héctor. "La historia de la imprenta". El portal Educativo. Recuperado de http://www.proyectosalanhogar.com/Tecnologia/La_imprenta.htm.
- García Santos, Zoila Libertad. Teorías de la comunicación. Recuperado de http://letras-uruguay.espaciolatino.com/aaa/garcia_santos_zoila_libertad/teorias_de_la_comunicacion.htm

→ Gfx. Fundamentos del diseño gráfico. Recuperado de <http://gfx.programasfull.com/bases-del-diseno-y-sus-principios.html>

-I-

→ Image & Art (2009). Teoría del diseño. Recuperado de <http://www.imageandart.com/teoria.html>.

-L-

→ Loiza, Florencia. Diseñando con tipografía 4. Recuperado de http://www.mageandart.com/tutoriales/typografia/seguir_reglas/index.htm

→ López de Prado, Rosario. (2009). "Historia de la imprenta". Recuperado de http://www.portalplanetasedna.com.ar/la_imprenta.htm

-M-

→ Mercaba. Pedagogía. Recuperado de <http://www.mercaba.org/DicPC/P/pedagogia.htm>

→ Moodle. (2010). Tipo de pregunta de opción múltiple. Recuperado de http://docs.moodle.org/es/Tipo_de_Pregunta_de_Opci%C3%B3n_M%C3%A1ltiple

-N-

→ Netdisseny. Diseño: composición y tipografía. Recuperado de <http://www.mailxmail.com/curso-diseno-composicion-tipografia/tipos-equilibrio>.

→ Pérez Belmonte, J. (2009). Diez tendencias de comunicación online para el 2010. Recuperado de <http://cuatrotipos.wordpress.com/2009/12/14/diez-tendencias-de-comunicacion-online-para-2010/>

-P-

→ Platea. Introducción a la tecnología. Recuperado de <http://platea.pntic.mec.es/~msanch2/tecnoweb/introduc.htm>

-R-

→ Real Academia Española. Recuperado de <http://www.rae.es/>

-S-

- <http://www.shutterstock.com>
 - shutterstock_53403505
 - shutterstock_7836985
 - shutterstock_62762296
 - shutterstock_75178387
 - shutterstock_124152937
 - shutterstock_159999245
 - shutterstock_162205859
 - shutterstock_166692962
 - shutterstock_12040348
 - shutterstock_12042810
 - shutterstock_15816403
 - shutterstock_31707256
 - shutterstock_48893422
 - shutterstock_58867760

-U-

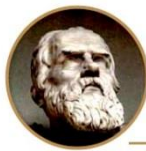
- Universidad en línea de Estocolmo. "Psicología del color".
Recuperado de http://estocolmo.se/cultura/color_oktub23.htm

-Y-

- Yturralde, Ernesto. (2009). "Definición de andragogía". Talleres de andragogía. Recuperado de <http://www.yturralde.com/andragogia.htm>

Capítulo XIV: Anexos

14.1 Encuesta



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en La Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Género: Femenino Masculino Edad:

Nombre: Empresa donde labora:

Profesión: Puesto: Años de experiencia:

Encuesta de Validación de Proyecto

Editorial Santillana es una empresa que se dedica a la creación de contenidos educativos innovadores que sobrepasen las necesidades pedagógicas de la actualidad. Santillana, también abarca el campo de servicios de formación para docentes, coordinadores y directores de centros educativos, lo cual genera un plus importante a los contenidos formativos impresos y digitales. Y con el fin de lograr su principal objetivo de alcanzar el monopolio en el mercado centroamericano como una la mejor empresa de servicios educativos integrales se desarrolla el siguiente proyecto:

“Diseño de manual digital para el manejo y actualización con plantilla WordPress del sitio web de la línea de textos en idioma inglés marca Richmond”

Concepto: **“Innovación tecnológica para la educación”**

Instrucciones: Responda las preguntas que se le presentan, marcando con una X la opción que considere. Según su criterio, gustos y preferencias.

Parte Objetiva

1. ¿Cómo parte del desarrollo integral y económico de la Empresa Editorial Santillana considera necesario la creación de un manual digital para el manejo y actualización con plantilla WordPress del sitio web de la línea de textos en idioma inglés marca Richmond?

Si

No

2. ¿Considera necesario recopilar información relacionada con aspectos de comunicación y diseño, que constituya el respaldo teórico, para fundamentar este proyecto de tesis?

Si

No

3. ¿Considera que es importante investigar efectuar un acopio de todos aquellos datos relevantes relacionados con páginas web, sitios en internet, dominios y actualizaciones para integrarlos en el manual digital?

Si

No

4. ¿Considera importante dar a conocer el sitio web de Richmond a través de un manual que incluya tomas de pantalla, para los colaboradores puedan enriquecer y actualizar la página web?

Si

No

5. ¿Considera necesario realizar el diseño de un manual digital que identifique las características sobresalientes del sitio web de Richmond?

Si

No

Parte Semiológica

6. ¿Según su criterio, los colores utilizados en el manual digital denotan, frescura, tranquilidad, seriedad e innovación?

Mucho

Poco

Nada

7. ¿Considera que el manual digital con todos sus componentes de diseño, muestra armonía con la innovación y tecnología?

Mucho

Poco

Nada

8. ¿Según su criterio, la tipografía utilizada en el manual digital es adecuada, legible y entendible?

Mucho

Poco

Nada

9. ¿Según su criterio, el material visual utilizado en el manual digital, connotan mensajes de identificación con la página web y con el uso de la tecnología para realizar los cambios necesarios?

Mucho

Poco

Nada

10. ¿Considera que el manual digital en su diseño global, en la transmisión de su gama de colores, tomas de pantalla y espacios utilizados, impacten al colaborador de la editorial para que les sea funcional y práctico el manejo del sitio web?

Mucho

Poco

Nada

Parte Operativa

11. ¿Considera que la diagramación utilizada en el manual digital contribuirá eficientemente para que la información sea de fácil comprensión?

Si

No

12. ¿Considera que el manual digital mantiene el tamaño adecuado?

Si

No

13. ¿Considera que el lenguaje utilizado en la descripción de la empresa, su objetivo y el énfasis de su negocio son fáciles de entender?

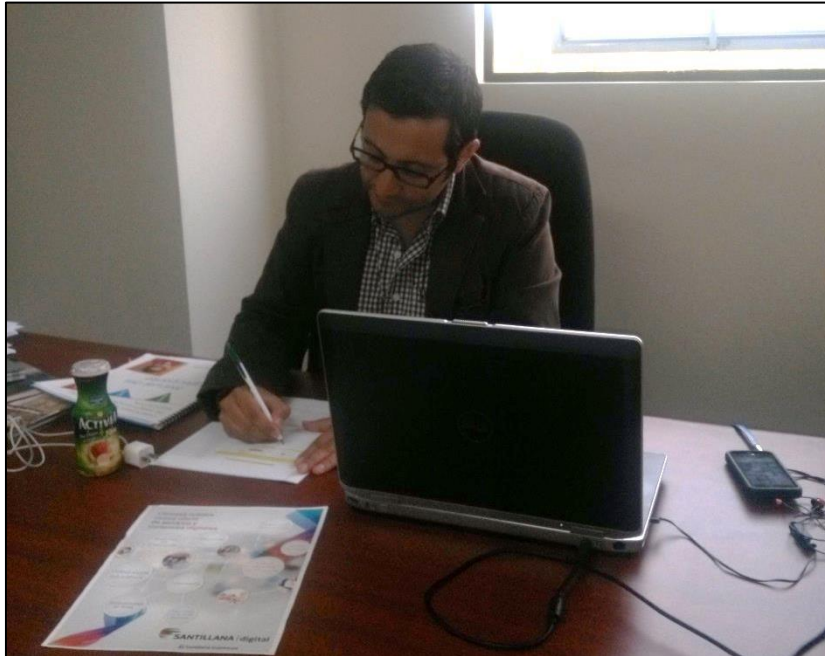
Si

No

OBSERVACIONES:

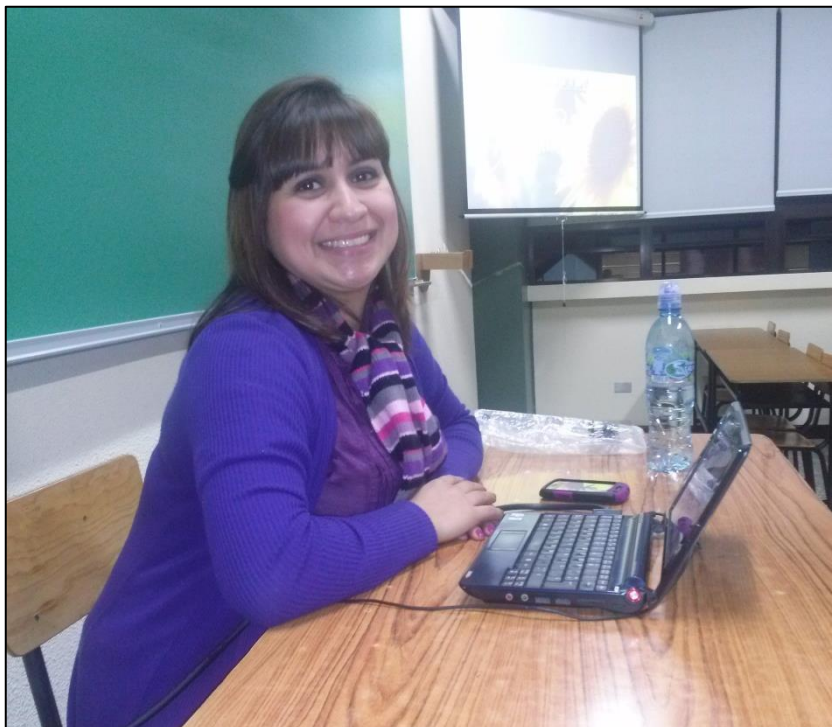
14.2 Fotografías

Cliente:



Giovanni Rodas
Director de Marketing
Editorial Santillana

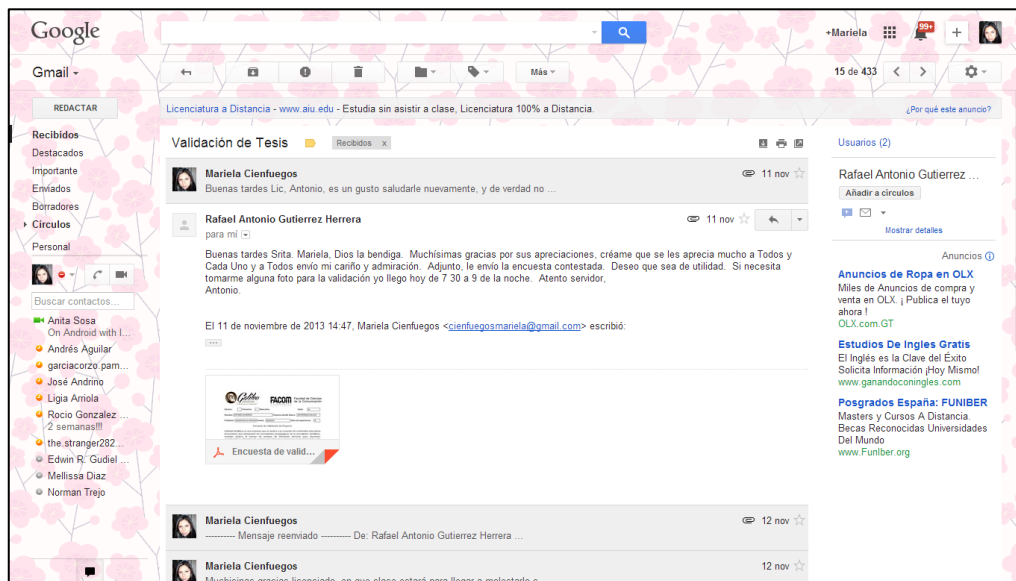
Expertos:



Claudia Ruiz
Asesora
Universidad Galileo

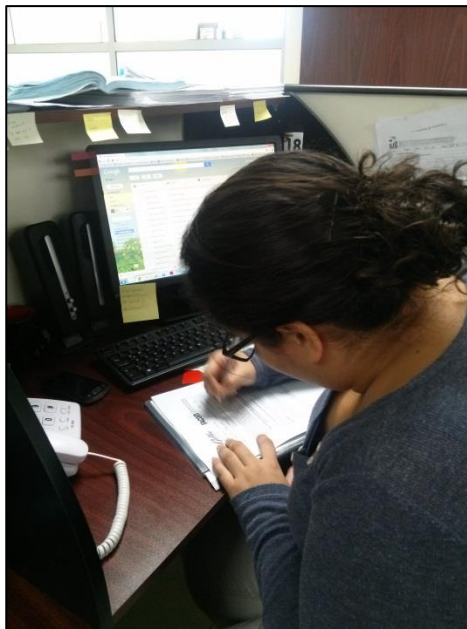


Vicente Ibarra
Catedrático
Universidad Galileo

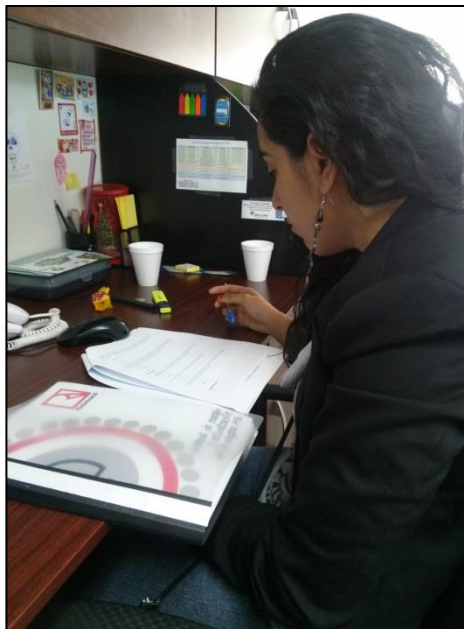


Antonio Gutiérrez
Catedrático
Universidad Galileo

Grupo Objetivo: Colaboradores de Editorial Santillana



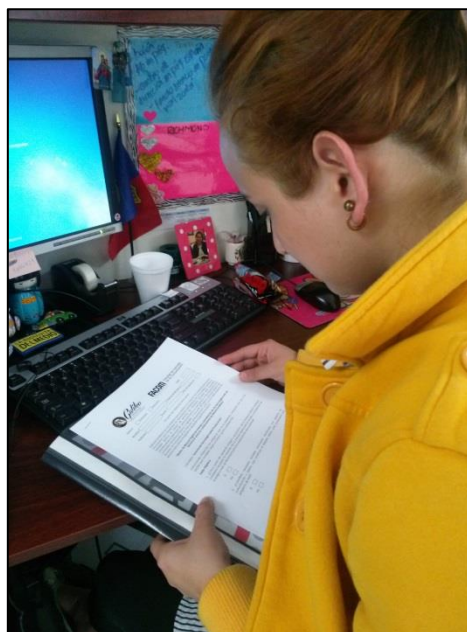
Isabel Álvarez
Gestión Marketing
Editorial Santillana



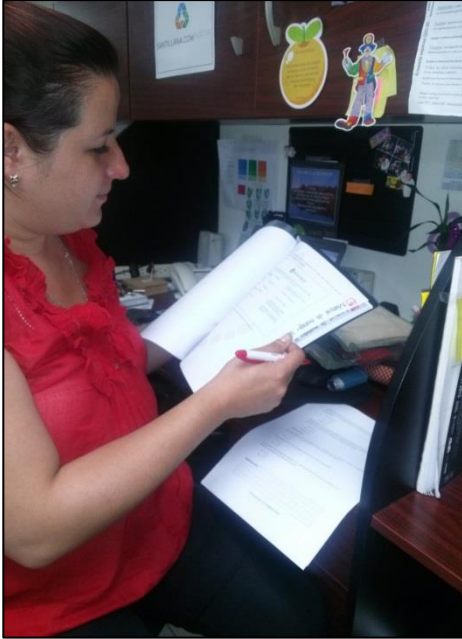
Andrea Corzo
Comunicadora
Editorial Santillana



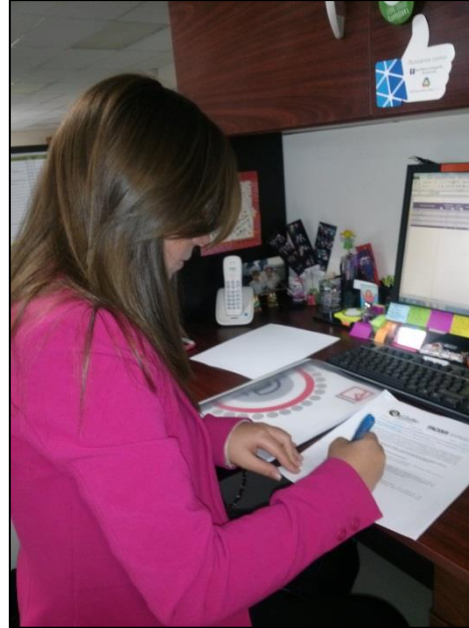
Alvaro Ubico
Coordinador de Marca
Editorial Santillana



Mellissa Díaz
Asistente Marketing
Editorial Santillana



Ana Sosa
Auxiliar Marketing
Editorial Santillana



Ana Valenzuela
Auxiliar Marketing
Editorial Santillana