



UNIVERSIDAD

*Galileo*

Guatemala, C. A.

**TEMA:**

DISEÑO DE UN ESPACIO INTERACTIVO PARA QUE LOS LECTORES DEL SITIO WEB  
WWW.ELPERIODICO.COM.GT REPORTEN, POR MEDIO DE FOTOS O VIDEOS, ACONTECI-  
MIENTOS QUE CONSIDEREN RELEVANTES.

**ELPERIÓDICO GUATEMALA, GUATEMALA 2011**

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

PRESENTADO A LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA  
UNIVERSIDAD GALILEO

**ELABORADO POR:**

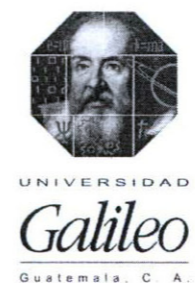
TOMÁS COLUSSI TORRESI

CARNET 20062456

**PARA OPTAR EL TÍTULO DE:**

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

**NUEVA GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, 2011**



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 27 de junio del 2011


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 UN ESPACIO INTERACTIVO PARA QUE LOS LECTORES DEL SITIO WEB WWW.ELPERIODICO.COM.GT REPORTEN POR MEDIO DE FOTOS O VIDEOS, ACONTECIMIENTOS QUE CONSIDEREN RELEVANTES.** Así mismo solicito que la Licda. Lisa Quan sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,

  
\_\_\_\_\_  
**Tomás Colussi Torresi**  
20062456

  
\_\_\_\_\_  
**Licda. Lisa Quan**  
Asesor

Guatemala 05 de julio de 2011

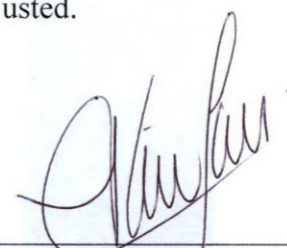
**Señor:**  
**Tomás Colussi Torresi**  
**Presente**

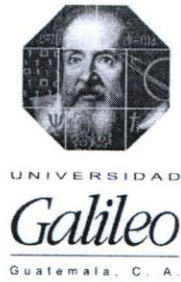
Estimado Señor Colussi:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN ESPACIO INTERACTIVO PARA QUE LOS LECTORES DEL SITIO WEB WWW.ELPERIODICO.COM.GT REPORTEN POR MEDIO DE FOTOS O VIDEOS, ACONTECIMIENTOS QUE CONSIDEREN RELEVANTES.** Asimismo, se aprueba a la Licda. Lisa Quan como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

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



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 26 de julio de 2011

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de ciencias de la Comunicación**  
**Universidad Galileo**

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN ESPACIO INTERACTIVO PARA QUE LOS LECTORES DEL SITIO WEB [WWW.ELPERIODICO.COM.GT](http://WWW.ELPERIODICO.COM.GT) REPORTEN POR MEDIO DE FOTOS O VIDEOS, ACONTECIMIENTOS QUE CONSIDEREN RELEVANTES.** Presentado por el estudiante *Tomás Colussi Torresi*, con número de carné 20062456, 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. Lisa Quan**  
**Asesor**



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 21 de noviembre de 2011

**Señor:**  
**Tomás Colussi Torresi**  
**Presente**

Estimado Señor Colussi:

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**



UNIVERSIDAD  
**Galileo**  
Guatemala, C. A.

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

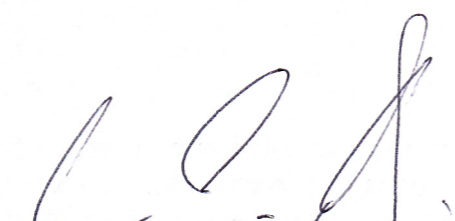
Ciudad de Guatemala, 28 de febrero de 2012.

Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano FACOM  
Universidad Galileo  
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE UN ESPACIO INTERACTIVO PARA QUE LOS LECTORES DEL SITIO WEB WWW.ELPERIODICO.COM.GT REPORTEN POR MEDIO DE FOTOS O VIDEOS, ACONTECIMIENTOS QUE CONSIDEREN RELEVANTES**, del estudiante Tomás Colussi Torres, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.

  
**Edgar Lizardo Porres Velásquez**  
Asesor Lingüístico  
Universidad Galileo

Guatemala, 01 de marzo de 2012


**Señor:**  
**Tomás Colussi Torresi**  
**Presente**

Estimado señor Colussi:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE UN ESPACIO INTERACTIVO PARA QUE LOS LECTORES DEL SITIO WEB WWW.ELPERIODICO.COM.GT REPORTEN POR MEDIO DE FOTOS O VIDEOS, ACONTECIMIENTOS QUE CONSIDEREN RELEVANTES**. Presentado por el estudiante: *Tomás Colussi Torresi*, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

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



FUENTE: ACPRUEBAS.COM

EN ESTE DOCUMENTO NOS ADENTRAMOS EN LA PLANEACIÓN, DISEÑO Y CREACIÓN DEL PRIMER SITIO WEB DE PERIODISMO URBANO EN GUATEMALA.

Basado en la idea de que cualquier persona es un periodista en potencia capacitado para registrar los hechos que suceden a su alrededor, surge la idea de construir un medio para seguir fomentando la interactividad y la participación de los lectores del sitio web de elPeriódico de Guatemala.

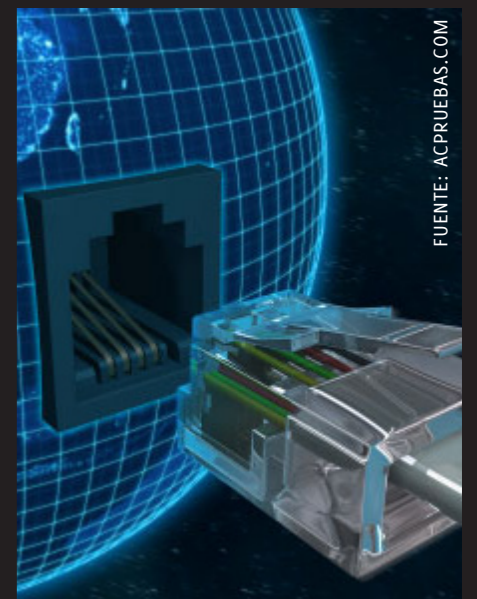
En él los usuarios podrán documentar por medio de fotos o videos cualquier acontecimiento que les parezca relevante para luego publicarlo en la página. Esta modalidad abre grandes posibilidades de compartir información y dar a conocer situaciones de los lugares que

# SINOPSIS

están fuera del alcance del trabajo periodístico profesional.

Este espacio ha sido pensado como una sección de la página web de elPeriódico que logre aumentar la interactividad con sus lectores.

Con este portal elPeriódico pretende abrir una nueva brecha en la comunicación digital de Guatemala y en consecuencia aumentar su cobertura, la cantidad de visitas al sitio y sus ingresos por medio de publicidad.



FUENTE: ACPRUEBAS.COM

# ÍNDICE

## dedicatoria

Este proyecto de graduación está dedicado a mis padres, porque creyeron en mí y porque me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, porque en gran parte gracias a ustedes, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, y porque el orgullo que sienten por mí, fue lo que me hizo ir hasta el final. Va por ustedes, por lo que valen, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí.

A mi hermano y amigos, gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

Mil palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos difíciles.

A todos, espero no defraudarlos y contar siempre con su valioso apoyo, sincero e incondicional.

<b>Capítulo I: Introducción</b> .....	04
---------------------------------------	----

## Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto.....	06
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	06
2.3 Magnitud.....	06
2.4 Trascendencia.....	07
2.5 Vulnerabilidad.....	07
2.6 Factibilidad.....	07

## Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1 Objetivo general.....	08
3.2 Objetivos específicos.....	08

## Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente.....	10
--	----

## Capítulo V: Definición del grupo objetivo

5.1 Perfil geográfico.....	12
5.2 Perfil demográfico.....	13
5.3 Perfil psicográfico.....	13
5.4 Perfil conductual.....	13

## Capítulo VI: Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	14
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	16
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.....	26

## Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el Marco Teórico.....	34
7.3 Conceptualización.....	37
7.3.1 Método.....	37
7.3.2 Definición del concepto.....	37
7.4 Bocetaje.....	38
7.5 Propuesta preliminar.....	54



FUENTE: PHOTODUNE.NET

## Capítulo VIII: Validación técnica

8.1 Población y muestreo.....	62
8.2 Método e instrumentos.....	63
8.3 Resultados e interpretación de resultados.....	64
8.4 Cambios con base en los resultados.....	86

## Capítulo IX: Propuesta gráfica final

## Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración.....	103
10.2 Plan de costos de producción.....	103
10.3 Plan de costos de reproducción.....	103
10.4 Plan de costos de distribución.....	103

## Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones.....	104
11.2 Recomendaciones.....	104

## Capítulo XII: Bibliografía.....

105

## Capítulo XIII: Anexos.....

106

# [ I ]

# INTRODUCCIÓN

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO ESTÁ DIVIDIDO EN NUEVE CAPÍTULO Y CADA UNO DE ELLOS ABORDA EL OBJETIVO DE ESTUDIO DESDE DISTINTOS ÁNGULOS, POR LO QUE SIGUEN SU PROPIA LÓGICA, TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS. A CONTINUACIÓN SE PRESENTA BREVEMENTE EL CONTENIDO DE CADA UNO DE ELLOS.



**En la primera parte** se muestra cual es la necesidad de comunicación que tiene el Periódico y cómo es que esta será solucionada por medio del sitio.

Se indica la relación que existe entre la demanda de comunicación visual que se identificó y el problema de investigación que se construyó a partir de esa demanda.

**En la segunda parte** se plantea el objetivo general, el cual es una descripción objetiva y concisa que se pretende alcanzar con la intervención del sitio web que se está planteando.

Paralelamente con la definición del objetivo general se definen los objetivos específicos, los cuales detallan, desglosan y definen con mayor precisión las metas que se pretenden alcanzar.

En cada objetivo específico se definen los resultados concretos esperados, los indicadores objetivamente medibles, los procedimientos para su medición y el riesgo que se le asigna.

**En la tercera parte** se hace referencia a toda la información relacionada con el Periódico como empresa, lo cual nos llevará a entender más sobre sus propósitos y por qué desea crear este portal.

En esta parte se describen los datos más relevantes de el Periódico, así como información de la competencia, misión y visión de la empresa y organigrama.

**En la cuarta parte** estudiamos al público objetivo de el Periódico para tener una referencia de hacia quiénes va enfocando este sitio y así tener una mejor idea sobre qué es lo que quieren ver en este sitio.

**En la quinta parte** hacemos referencia a todos los conceptos que están relacionados con el proyecto y que nos sirven de una u otra manera para fundamentar el diseño y desarrollo del sitio.

La importancia de esta parte es brindar información teórica, conceptual, técnica, filosófica, científica, de las áreas de comunicación y diseño, así como los conceptos principales de páginas web que permitan orientar la toma de decisiones que den respuesta a los objetivos planteados.

**En la sexta parte** se justifica como las ciencias, las artes, tendencias y las teorías recopiladas se ponen en práctica en la teoría del proyecto.

Se definen las ideas que permitirán estructurar el mensaje gráfico y textual que sustenten y fundamenten la propuesta, evidenciando todos los pasos que se llevaron a cabo para definir la idea central.

Con base en esta idea central se hacen bocetos que permitan visualizarla, al considerar varias opciones que respondan a todos los elementos de ilustración, diagramación, composición, tipografía, uso del color, texturas, fotografías, efectos, formas y tamaños del formato y todos aquellos elementos que se utilizan para la propuesta.

Luego del bocetaje se realizan las propuestas preliminares, especificando el tipo de pieza, sus dimensiones y/o proporciones, además de agregar un razonamiento del porqué de dicha pieza.

**En la séptima parte** se evalúa cualitativamente y cuantitativa-

mente la efectividad que presenta el material diseñado en función de dar respuesta a los requerimientos del cliente, los objetivos del proyecto y la funcionalidad del proyecto.

Se presenta la técnica y los instrumentos a utilizar para la recopilación de datos. Es decir, la metodología de la investigación y el instrumento a utilizar, y se explica el proceso utilizado para la validación y los pasos a seguir para alcanzar los resultados.

Se hace un acercamiento con el cliente, el grupo objetivo y con expertos a quienes se les presentan las propuestas preliminares y se evalúan aspectos relacionados a los objetivos del proyecto, expresión gráfica, aspectos semiológicos de comunicación, operatividad y funcionalidad de la propuesta.

De esta manera se recopila información acerca de los contenidos formales del diseño, así como también de las percepciones que tienen los entrevistados.

**En la octava parte** se presenta la propuesta gráfica final del sitio web. En ésta se presenta el proyecto tal y como quedó después de los cambios de la propuesta preliminar. Se acompañan las impresiones de la propuesta y la fundamentación que respalda el proyecto.

**En la novena y última parte** se toman en cuenta los costos de producción, reproducción y distribución del proyecto: Medios virtuales, cantidad y costo de producción y reproducción del sitio web.

ESTE  
PROYECTO  
PRETENDE ABRIR  
UNA NUEVA  
BRECHA EN LA  
COMUNICACIÓN  
DIGITAL EN  
GUATEMALA





FUENTE: JMORGANMARKETING.COM

EN ESTA PARTE SE MUESTRA CUÁL ES LA NECESIDAD DE COMUNICACIÓN QUE TIENE ELPERIÓDICO Y CÓMO ES QUE ESTA SERÁ SOLUCIONADA POR MEDIO DEL SITIO.

El elPeriódico de Guatemala ha solicitado crear un medio para obtener más visitas en su sitio web [www.elperiodico.com.gt](http://www.elperiodico.com.gt), por lo que surgió la idea de crear un portal anexo en el que los usuarios del sitio puedan interactuar directamente con su contenido, algo muy lejano de lo que ofrece en este momento elPeriódico o cualquier otro medio de comunicación en Guatemala.

## 2.1 CONTEXTO

La página web de elPeriódico nació en el año 2003 como un proyecto no lucrativo. Luego de siete años al aire, ésta página se ha convertido en el segundo sitio de noticias más visitado en Guatemala después de Prensa Libre y genera muchos ingresos por medio de publicidad.

Para continuar con su crecimiento, elPeriódico está buscando lograr una mejor comunicación con sus usuarios y sobre todo crear un vínculo interactivo con ellos, para lo cual se pretende crear una sección en su página web que funcionará como una plataforma para que cualquier persona, dentro del área metropolitana, se convierta en un “reportero”.

Esto significa que los usuarios podrán documentar, por medio de fotos o videos, cualquier acontecimiento que consideren relevante para luego publicarlo en la página y así compartirlo con otros usuarios del sitio.

Este será un sitio generado por el usuario. Eso significa que las historias enviadas no estarán editadas, investigadas, ni los hechos comprobados antes de ser publicadas.

El sitio será construido y equipado con algunas herramientas ágiles para publicar, descubrir y hablar de lo que los usuarios piensan que es

# [ II ]

## PROBLE- MÁTICA

sobresaliente, sean estos acontecimientos de sus vidas, o sus propias capturas de lo que está en los titulares a nivel nacional.

### 2.2 REQUERIMIENTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO

La página web de elPeriódico necesita una sección en la que se involucre directamente al usuario con su propio contenido, para así crear una mejor interactividad<sup>1</sup> y contribuir a que el sitio [www.elperiodico.com.gt](http://www.elperiodico.com.gt) siga creciendo.

Para sustentar las razones por las cuales se consideró importante el problema y la forma de contribuir a la solución del mismo, se presentan a continuación las siguientes variables.

### 2.3 MAGNITUD

Guatemala tiene una densidad demográfica ascendente a 14,361,666 habitantes en todo el país, de los cuales 7,003,337 habitantes son hombres y 7,358,328 son mujeres<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Según Bou Bauzá Guillem “La interactividad supone un esfuerzo de diseño para planificar una navegación entre pantallas en las que el usuario sienta que realmente controla y maneja una aplicación”.

<sup>2</sup> Fuente: Estimaciones de la población total por departamento con base en el Censo 2002, período 2010.

En el departamento de Guatemala existe un total de 3,103,685 habitantes y en la ciudad de Guatemala existen 942,348 habitantes de los cuales 444,429 son hombres y 497,919 son mujeres (abarcando desde la zona 1 hasta la zona 25)<sup>3</sup>.

En lo que respecta a su población cibernauta, Guatemala alcanza en el año 2010 la cantidad de 2,431,453 usuarios activos de Internet, de los cuales el 56% son individuos de 18 a 30 años, el 40% de 31 a 40 años y el 4% de 41 a 50 años<sup>4</sup>.

Según estadísticas de “Google Analytics”<sup>5</sup>, el sitio web de elPeriódico cuenta con un promedio de 20,000 usuarios que visitan diariamente el sitio, de los cuales el 90% son provenientes de la ciudad de Guatemala.

Se espera con este proyecto atraer a nuevos usuarios hacia la página y crear una “comunidad” en la que todos contribuyan a que la población guatemalteca esté más y mejor informada.

### 2.4 TRASCENDENCIA

Guatemala es un país que está comenzando a despegar en la plataforma web de una forma exitosa y con futuro. Los periódicos en línea están tomando fuerza y cada vez más las personas buscan enterarse de las últimas noticias que acontecen en nuestro país por estos medios.

Es por esta razón que elPeriódico busca innovar y crear nuevos servicios que, a pesar de que este tipo de servicios ya son utilizados en otros países, en Guatemala aún no se ha creado nada parecido. Por lo tanto, se espera que la trascendencia de este proyecto logre abrir una nueva

<sup>3</sup> Fuente: Instituto Nacional de Estadística, con base en el XI Censo de Población y VI de Habitación 2002.

<sup>4</sup> Fuente: <http://www.deguate.com/servicios/internetguate.shtml>

<sup>5</sup> Servicio gratuito de estadísticas de sitios web generado y distribuido por Google.

brecha en la comunicación digital de Guatemala.

### 2.5 VULNERABILIDAD

Por medio de la implementación de este sitio se pretende reducir la necesidad de elPeriódico por crear un enlace interactivo con sus usuarios. En consecuencia, esto hará que los usuarios de elPeriódico visiten más frecuentemente la página y también que lleguen nuevos usuarios a ella. Con esto la publicidad en el sitio aumentará al dejar mayores ganancias para la empresa.

Además, se pretende reducir la brecha de tiempo en la que los guatemaltecos reciben información sobre los acontecimientos de su país, ya que los reporteros del sitio se encontrarán dispersos en todas las zonas del país y muchas veces tendrán la oportunidad de estar más cerca de los sucesos que cualquier reportero de los medios de comunicación masiva.

### 2.6 FACTIBILIDAD

Este proyecto es factible ya que los recursos necesarios para realizarlo ya están disponibles en la empresa. Estos recursos son:

- ◆ Humanos
- ◆ Económicos
- ◆ Tecnológicos

Dentro de los recursos humanos únicamente se requiere de dos personas; el diseñador, encargado de crear la identidad gráfica del proyecto y el propio desarrollo de la aplicación, y el administrador de contenidos, el cual será el encargado de aprobar o rechazar todos los reportes que envíen los usuarios a la página.

Dentro de los recursos económicos necesarios para desarrollar el sitio están el servidor<sup>6</sup> y el dominio web<sup>7</sup>.

En el servidor se alojarán todos los archivos relacionados con el sitio; imágenes y videos enviados por los usuarios, además de la propia plataforma. Para este caso se compartirá el servidor que utiliza actualmente la página web de elPeriódico.

El dominio web se compartirá de igual forma con el de elPeriódico, que actualmente es: [www.elperiodico.com.gt](http://www.elperiodico.com.gt).

Por último, los recursos tecnológicos necesarios para llevar a cabo el proyecto serán dos computadoras Mac G5<sup>8</sup>; una para el diseñador y otra para el administrador. Es necesario que sea específicamente este modelo, ya que la capacidad de almacenamiento y velocidad de estas computadoras es muy grande y esto garantiza un desarrollo más fácil y rápido del sitio.

<sup>6</sup> Un servidor es una computadora que, formando parte de una red, provee servicios a otras computadoras denominadas clientes.

<sup>7</sup> Es la parte principal de una dirección en el web que usualmente indica la organización o compañía que administra dicha página.

<sup>8</sup> El Power Mac G5 fue la quinta generación de ordenadores Power Mac de Apple Computer.



FUENTE: MYDIGITALLIFE.INFO

COMPUTADORA MAC G5  
LA MÁS POTENTE DEL MERCADO



# OBJETIVOS DE DISEÑO

EN ESTA PARTE SE PLANTEA EL OBJETIVO GENERAL, EL CUAL ES UNA DESCRIPCIÓN OBJETIVA Y CONCISA QUE SE PRETENDE ALCANZAR CON LA INTERVENCIÓN DEL SITIO WEB QUE SE ESTÁ PLANTEANDO.

## 3.1 OBJETIVO GENERAL

“

Diseñar un espacio interactivo para que los lectores del sitio web [www.elperiodico.com.gt](http://www.elperiodico.com.gt) reporten, por medio de fotos o videos, acontecimientos que consideren relevantes.

”

[ III ]

## 3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ◆ Construir un portal web que tenga todas las herramientas necesarias para lograr un funcionamiento accesible a los usuarios para que puedan subir sus fotografías y videos con facilidad.
- ◆ Incorporar al portal elementos gráficos y tipografías con la Imagen Corporativa de elPe-riódico para que los usuarios identifiquen la propiedad intelectual de este servicio.
- ◆ Crear distintos despliegues y animaciones que optimicen la interface para que el usuario pueda navegar fácilmente en el sitio.





FUENTE: 1001LIBROS.COM

EN ESTA PARTE SE HACE REFERENCIA A TODA LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON EL PERIÓDICO COMO EMPRESA, LO CUAL NOS LLEVARÁ A ENTENDER MÁS SOBRE SUS PROPÓSITOS Y POR QUÉ DESEA CREAR ESTE PORTAL.

#### 4.1 NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN

elPeriódico Guatemala

#### 4.2 DATOS GENERALES DE LA INSTITUCIÓN

##### Ubicación:

- ♦ Oficinas centrales:
- ♦ 15 avenida 24-51 zona 13, Guatemala, Guatemala

##### Información de contacto:

- ♦ PBX: (502) 2427-2300
- ♦ FAX: (502) 2427-2361
- ♦ <http://www.elperiodico.com.gt>
- ♦ Consultas sobre el contenido: [redaccion@elperiodico.com.gt](mailto:redaccion@elperiodico.com.gt)

#### 4.3 DOCTRINA CORPORATIVA DE ELPERIÓDICO

- ♦ Libertad y tolerancia en su significado más amplio.
- ♦ Estado de Derecho.
- ♦ Economía social de mercado.
- ♦ Igualdad de oportunidades.
- ♦ A favor del surgimiento de una sociedad irreverente, menos dispuesta y expuesta a aceptar abusos del poder público.
- ♦ A favor de la profundización de la democracia de corte occidental.
- ♦ En contra de la epidemia de impunidad que azota Guatemala.

#### 4.4 OBJETIVOS Y METAS DE ELPERIÓDICO

Expresar la verdad, revelar la realidad con énfasis crítico y fundamentalmente poner a la vista lo escondido.

Romper con el flujo tradicional de información existente en el país, de suerte que prevalezcan los intereses del lector sobre los intereses de la fuente.

# [ IV ]

# MARCO DE REFERENCIA

El diario obsesionado por las primicias informativas y las investigaciones periodísticas rigurosas y profundas.

Asimismo, siempre que sea posible, dispuesto a desafiar el status quo. En consecuencia en la disposición de aceptar altos niveles de riesgo profesional.

El diario más identificado con preocupaciones, aspiraciones, demandas, exigencias y sueños de los lectores. El que más escucha a los

lectores y por lo tanto tiene garantía que la información que publica les es útil y relevante.

El diario que hace suya la agenda de la comunidad que sirve.

El diario más preciso y más audaz del país. Asimismo, el más creativo e innovador. El más preocupado por los detalles y por las ejecuciones perfectas.

El diario con mayores y mejores formas de interacción con sus lectores.

El diario que juega el papel de contrapoder más agresivo, menos complaciente, mas crítico e inconformista frente a los abusos del poder público.

El diario que realiza un periodismo responsable y profesional y que edita y difunde el periodismo más amigable del medio.

El diario que con sus publicaciones logra inquietar a sus lectores, los hace pensar; logra estimular su curiosidad y aumentar su acervo cultural.

El diario que sólo publica lo más relevante del país y del mundo.

Un diario con habilidad para comprender y luego alterar las reglas del juego (lograr cambios de actitud y comportamiento de los dirigentes de los diferentes sectores)



#### 4.5 LOGOTIPO

El logotipo de elPeriódico está conformado básicamente por dos colores, el rojo y el negro. Según la psicología del color<sup>9</sup>, el color rojo representa valor y coraje. Es un color que encaja muy bien con la irreverencia característica que ha presentado elPeriódico en sus artículos y reportajes a lo largo de los últimos catorce años.

El color negro es en este caso la contraparte del color rojo. Este representa seriedad, nobleza, sofisticación, elegancia y poder, lo cual crea en sus lectores un sentido de confianza y estabilidad.

#### 4.6 ESQUEMA ORGANIZACIONAL DE ELPERIÓDICO



<sup>9</sup> La psicología del color analiza el efecto del color en la percepción y la conducta humana.



# [ V ]

## DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

EN ESTA PARTE ESTUDIAMOS AL PÚBLICO OBJETIVO DE ELPERIÓDICO PARA TENER UNA REFERENCIA DE HACIA QUIÉNES VA ENFOCANDO ÉSTE SITIO Y ASÍ TENER UNA MEJOR IDEA SOBRE QUÉ ES LO QUE QUIEREN VER EN ESTE SITIO.



### 5.1 PERFIL GEOGRÁFICO

El grupo objetivo de este proyecto está situado en la ciudad de Guatemala.

Esta ciudad está localizada en un valle en el área sur central del país, lo que a veces puede causar que la contaminación del aire se concentre en la ciudad, a pesar de la gran cantidad de áreas verdes con que cuenta la ciudad. Su nombre completo es La Nueva Guatemala de la Asunción aunque es llamada coloquialmente "Guate" o "La Capital".

Criterios de segmentación geográfica	
Población metropolitana	2.541.581 habitantes.
Extensión	996km
Altitud	14° 37' 15" N
Latitud	14° 37' 15" N
Longitud	90° 31' 36" 0
Temperatura media anual	19°C
La humedad relativa media	84%
Promedio de punto de rocío	12°C

### 5.2 PERFIL DEMOGRÁFICO

La demografía estudia las características de una población y su desarrollo a través del tiempo, dando a conocer particularidades de ella en cuanto a edad, sexo y otros determinantes económicos y sociales. El cúmulo y conocimiento de estas características conforman un perfil demográfico.

El perfil demográfico constituye una base informativa muy importante para el diagnóstico de la realidad de la población en estudio y facilita el diseño y desarrollo de este sitio.

Criterios de segmentación demográfica	
Ingreso	Q.10,000 – Q.25,000 mensuales
Edad	18 – 50 años
Género	Masculino - Femenino
Clase social	Oscila entre el nivel Alto "A" y el nivel Medio Bajo "C3". Estas son las personas que tienen acceso a internet.
Escolaridad	Primaria, secundaria, diversificado
Ocupación	Profesionista, oficinista, estudiante
Origen étnico	Hispanico – Indígena
Ciclo de vida	La mayoría son de estado civil casado, una minoría es de estado civil soltero.

### 5.3 PERFIL PSICOGRÁFICO

El perfil psicográfico describe las características y las respuestas de un individuo ante su medio ambiente (agresividad o pasividad, resistencia o apertura al cambio, necesidad de logro, etcétera.) Los distintos estilos de vida marcan actitudes diferentes ante los estímulos cotidianos como el consumo o la apariencia física.

Personas con el mismo perfil demográfico pueden presentar perfiles psicográficos muy distintos.

Al segmentar psicográficamente, el grupo objetivo se divide de acuerdo a su estilo de vida, personalidad y valores principalmente.

Criterios de segmentación psicográfica	
Personalidad	Proactivo, colaborador, moderno (en el sentido tecnológico), ambicioso.
Estilo de vida	<b>Actividades:</b> Estudio, trabajo o ambas. <b>Hobbies:</b> Fotografía, creación de audiovisuales. <b>Hábitos:</b> Moverse y relacionarse dentro del ámbito ciudadano.
Valores	Sed de información, emprendedores de la verdad, confiables, honorables.

### 5.4 PERFIL CONDUCTUAL

El perfil conductual se define como los rasgos de personalidad de un individuo; determinados por su historia, su cultura, su edad; de los que dependen sus respuestas conductuales. El diagnóstico de los perfiles permite predecir con aproximación la conducta del sujeto en escenarios futuros.

Criterios de segmentación conductual	
Beneficios deseados del servicio por el consumidor.	Contribuir con la comunidad informativa de Guatemala y al mismo tiempo enterarse de las últimas noticias que acontecen en el vivir de cada guatemalteco.
Tasa de uso del servicio.	Diario o periódico; dependerá del interés individual de cada usuario para reportar su información.

# [VI]

## MARCO TEÓRICO

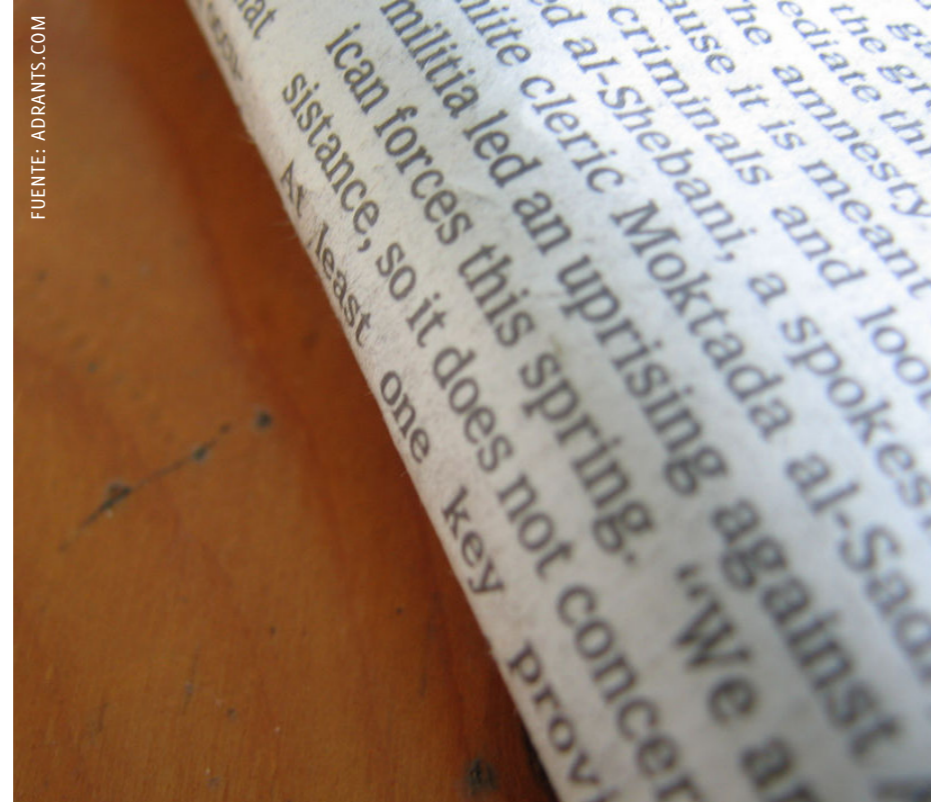
EN ESTA PARTE SE JUSTIFICA CÓMO LAS CIENCIAS, LAS ARTES, TENDENCIAS Y LAS TEORÍAS RECOPIADAS SE PONEN EN PRÁCTICA EN LA TEORÍA DEL PROYECTO.

### 6.1 CONCEPTOS FUNDAMENTALES RELACIONADOS CON EL PRODUCTO O SERVICIO

#### 6.1.1 PERIODISMO

El periodismo es una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad. Para obtener dicha información, el periodista debe recurrir obligatoriamente a fuentes verificables o a su propio testimonio. La base del periodismo es la noticia, pero comprende otros géneros, muchos de los cuales se interrelacionan, como la entrevista, el reportaje, la crónica, el documental y la opinión. El periodismo puede ser informativo, interpretativo o de opinión. La información es difundida por medios o soportes técnicos, lo que da lugar al periodismo gráfico, la prensa escrita, el periodismo radiofónico, el audiovisual (mediante televisión y el cine) y el periodismo digital o multimedia.

Dada la evidente influencia del periodismo en la sociedad se ha desa-



rollado una deontología profesional constituida por una serie de normas y deberes éticos -ética periodística-, que guían la actividad del periodista. Dichos códigos deontológicos son emitidos generalmente por los colegios profesionales en los países en que éstos existen. En general, estos códigos postulan la independencia de los medios respecto a los poderes políticos y económicos. El periodista queda sujeto a su obligación de actuar con la mayor diligencia posible en el acceso a las fuentes y en el contraste de opiniones confrontadas. Como disciplina el periodismo se ubica en algunos países dentro de la sociología y en otros entre las Ciencias de la Comunicación.

La ciencia social del periodismo persigue crear una metodología adecuada para poder presentar cualquier tipo de noticia, ser objetivo, buscar fuentes seguras y por tanto verificables.

#### 6.1.2 PRENSA ESCRITA

El concepto de prensa escrita se refiere a publicaciones impresas que se diferencian en función de su periodicidad. Esta periodicidad puede ser diaria (en cuyo caso suele llamar-

se diario, o más comúnmente periódico), semanal (semanario o revista), mensual (caso de muchas revistas especializadas) o anual (anuario).

Existen desde la aparición de la imprenta, siendo el primer medio de comunicación de masas y los vehículos originales del periodismo.

Aunque la información sea su función más destacada, la prensa periódica posee, como todo medio de comunicación, las funciones de informar, persuadir, promover, formar opinión, educar y entretener (habitualmente resumidas en la tríada informar, formar y entretener).

Específicamente, el periódico es la publicación periódica que presenta noticias (crónicas, reportajes) y artículos de opinión o literarios. Los artículos no firmados se consideran la opinión del editor (o artículo editorial). Además, suele proporcionar información diversa a sus lectores: meteorológica, bursátil, de ocio o cultural (como programación de cine y teatro), de servicios públicos (como farmacias de guardia, horarios y líneas de transporte o cuestiones

similares), y a veces incluye tiras cómicas y diversos tipos de pasatiempos. Las ediciones dominicales suelen incluir diversos tipos de suplementos. En ocasiones, se incluyen regalos o diversos tipos de promociones comerciales para incentivar su compra.

Distintos periódicos rivalizan en defender diferentes posturas públicas (políticas o ideológicas); tanto si son órgano oficial de algún partido político (prensa de partido), o el órgano de expresión de un grupo de presión económica (patronal, sindical) o religiosa (prensa católica); como si se consideran independientes. Al contrario, pueden ser la única expresión autorizada en un régimen totalitario.

En casi todos los casos y en diferente medida, sus ingresos económicos, además del precio por ejemplar que cobran a sus lectores y de la suscripción de los suscriptores que reciben el periódico en su domicilio, se basan en la inserción de publicidad. Algunos (la prensa gratuita), únicamente por ella.

Se distribuyen y venden en los quioscos y en otros lugares propios para ello; a veces se vocean o reparten de forma ambulante.

La posibilidad de recibir información en directo, primero a través de radio y televisión, y desde finales del siglo XX por internet (periodismo digital), ha terminado suprimiendo la diferencia que existía entre la prensa matutina y la prensa vespertina, que se vendía por la mañana y por la tarde respectivamente.

Los periódicos generalistas se destinan al público en general, por lo cual su estilo es claro y conciso, y su contenido muy variado, pero siempre dividido en

dos secciones generales: información y opinión, divididas a su vez en subsecciones: información nacional, internacional, local, sociedad, cultura, ciencia, salud, economía, deportes, agenda, anuncios, etcétera y, en el caso de la opinión, en: editorial, artículos de fondo, cartas al director, columnas, críticas (taurina, cinematográfica, televisiva, deportiva, teatral, musical), crónicas, humor gráfico, etc.

Algunos periódicos han adquirido fama por su aceptación de alguna sección en particular, ya sea que la sección sea destacada a comparación de otros periódicos, o que ésta tenga algún distintivo peculiar; por ejemplo, un periódico en una sociedad de publicación de varios periódicos puede atraer más clientela porque su sección de "anuncios clasificados" goza de fama de ser mucho más completa.

Los periódicos pueden estar más enfocados a temas específicos como, por ejemplo, las finanzas (prensa económica), la política, la información local (prensa local), los sucesos, los acontecimientos sociales (prensa del corazón), etc; en cuyo caso se habla de periódicos especializados. En ocasiones se la designa por colores: prensa amarilla o sensacionalista, prensa salmón o económica (por el color del papel en que se imprimen algunos prestigiosos periódicos financieros), prensa del corazón o rosa (la que trata sobre la vida de personas famosas).

La prensa diaria se distingue por la impresión en papel barato, al contrario de las revistas, más ilustradas a color e impresas en mejor papel. Esta última forma de publicación ha experimentado una gran diversificación que le ha permitido resistir mejor a la competencia de los medios de comunicación electrónicos.

#### 6.1.3 PERIODISMO DIGITAL

Es aquella modalidad del periodismo cuyo principal medio para la investigación, elaboración y, sobre todo, la difusión de la información es el ciberespacio, con internet como principal exponente.

El periodismo digital ha recibido múltiples denominaciones en los últimos años: 'periodismo electrónico', 'periodismo multimedia', 'periodismo en internet' y, sobre todo, 'ciberperiodismo'. Sin embargo, todas estas expresiones resultan ambiguas, pues aluden también a otras variantes audiovisuales del periodismo, así que cada vez más investigadores y profesionales optan por la denominación de periodismo digital, que es en resumen una digitalización de la prensa escrita, ya que guarda mucha relación con las bases del periodismo tradicional.

Internet se concibe como una herramienta de comunicación, que es además un modo de relación entre las personas, que desde cualquier lugar del mundo y a cualquier hora transmiten todo tipo de mensajes. Internet está en el mundo, pero su acceso no es uniforme, sin embargo nadie duda de su eficacia como medio de comunicación, porque una de sus principales características es



la capacidad de poner en contacto a varias personas a la vez (uso del correo electrónico, charlas, foros de noticias o envío y consumo de información).

Pero este gran medio de comunicación presenta nuevas facetas que han afectado la vida de los individuos del planeta y los han obligado a dejar de un lado actividades como la televisión, lectura de periódicos, compra y venta de música, entre otras. Porque las audiencias encontraron en la red de redes abundante información que las obligaron a ver en Internet una potente alternativa de consumo. Sin embargo, esto le permite al periodismo adelantar nuevos acontecimientos, aunque no se tenga por seguro la veracidad del hecho y de las fuentes.

Las Tecnologías de Información y la Comunicación y el joven recorrido del periodismo digital han traído consigo cambios en la forma de transmitir las ideas y de generar noticias. Actualmente no sólo se trata de emitir una información, es necesario crear canales que permitan que el usuario pueda ser y hacer parte de los contenidos.

Uno de los objetivos principales del periodismo es informar y es indispensable tener presente a quién van dirigidos los contenidos. Con el periodismo digital este aspecto es más amplio que en los medios tradicionales, pues es necesario pensar que la información cada vez le llega a más personas y no sólo a nivel local sino a lectores de cualquier lugar del planeta. Igualmente, es necesario tener un especial cuidado en los contenidos y aprovechar las diferentes características del periodismo digital, entre ellas hipertextualidad, interactividad, multimedialidad, asincronismo y memoria.

Aunque la claridad en la información se busca en cualquiera de los medios escritos, en los contenidos de la Web se debe tener un cuidado más especial. La idea es manejar un lenguaje universal, claro, espontáneo, sencillo, fresco y llamativo.

## 6.2 CONCEPTOS FUNDAMENTALES RELACIONADOS CON LA COMUNICACIÓN Y EL DISEÑO

### 6.2.1 COMUNICACIÓN

La comunicación es el proceso mediante el cual se transmite información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes. Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como “el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales”. Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.



En todo proceso de comunicación existen los siguientes elementos:

- ◆ **Emisor:** Persona que transmite algo a los demás.
- ◆ **Mensaje:** Información que el emisor envía al receptor.
- ◆ **Canal:** Elemento físico que establece la conexión entre el emisor y el receptor.

- ◆ **Receptor:** Persona que recibe el mensaje a través del canal y lo interpreta.
- ◆ **Código:** Es un conjunto de signos sistematizado junto con unas reglas que permiten utilizarlos. El código permite al emisor elaborar el mensaje y al receptor interpretarlo. El emisor y el receptor deben utilizar el mismo código. La lengua es uno de los códigos más utilizados para establecer la comunicación entre los seres humanos.
- ◆ **Contexto:** Relación que se establece entre las palabras de un mensaje y que nos aclaran y facilitan la comprensión de lo que se quiere expresar.

### 6.2.2 DISEÑO GRÁFICO

El diseño gráfico es una profesión cuya actividad es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visua-

les, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales determinados. Esta es la actividad que posibilita comunicar gráficamente ideas, hechos y valores procesados y sintetizados en términos de forma y comunicación, factores sociales, culturales, económicos, estéticos y tecnológicos.

### 6.2.3 PROGRAMAS UTILIZADOS PARA EL DISEÑO GRÁFICO

Hoy en día, gran parte del trabajo de los diseñadores gráficos es asistido por herramientas digitales. El diseño gráfico se ha transformado enormemente por causa de los ordenadores. A partir de 1984, con la aparición de los primeros sistemas de autoedición, los ordenadores personales sustituyeron de forma paulatina todos los procedimientos técnicos de naturaleza analógica por sistemas digitales. Por lo tanto los programas de diseño se han transformado en herramientas imprescindibles, entre los cuales se destacan los siguientes:

**Adobe Photoshop:** (Taller de Fotos) es una aplicación informática en forma de taller de pintura y fotografía que trabaja sobre un “lienzo” y que está destinado para la edición, retoque fotográfico y pintura a base de imágenes de mapa de bits (o gráficos rasterizados).

**Adobe Dreamweaver:** Es una aplicación en forma de estudio (basada en la forma de Adobe Flash) enfocada a la construcción y edición de sitios y aplicaciones Web basados en estándares. Creado inicialmente por Macromedia (actualmente producido por Adobe Systems).

**Adobe Flash:** Es una aplicación en forma de estudio que trabaja sobre “fotogramas”, destinado a la producción y entrega de contenido interactivo para las diferentes audiencias alrededor del mundo sin importar la plataforma.

**Adobe Illustrator:** Es una aplicación en forma de taller de arte que trabaja sobre un tablero de dibujo, conocido como “mesa de trabajo” y está destinado a la creación artística de dibujo y pintura para Ilustración (Ilustración como rama del Arte digital aplicado a la Ilustración técnica o el diseño gráfico, entre otros).

**Adobe InDesign:** Es una aplicación en forma de taller que trabaja sobre un doblez de páginas conocido como Pliego o sobre una sola página (a manera de simulación) y que está destinado a la maquetación de textos para propósitos impresos o web. desarrollada por la compañía Adobe Systems para diseñadores gráficos.

**Adobe Fireworks:** Es una aplicación en forma de estudio (basada en la forma de estudio de Adobe Flash), pero con más parecido a un taller destinado para el manejo híbrido de gráficos vectoriales con gráficos en mapa de bits y que ofrece un ambiente eficiente tanto para la creación rápida de prototipos de sitios Web e interfaces de usuario, como para la creación y Optimización de Imágenes para web.

### 6.2.4 COLOR

El color es una percepción visual que se genera en el cerebro al interpretar las señales nerviosas que le envían los fotorrecep-

tores de la retina del ojo y que a su vez interpretan y distinguen las distintas longitudes de onda que captan de la parte visible del espectro electromagnético.

Es un fenómeno físico-químico asociado a las innumerables combinaciones de la luz, relacionado con las diferentes longitudes de onda en la zona visible del espectro electromagnético, que perciben las personas y animales a través de los órganos de la visión, como una sensación que nos permite diferenciar los objetos con mayor precisión.

Todo cuerpo iluminado absorbe una parte de las ondas electromagnéticas y refleja las restantes. Las ondas reflejadas son captadas por el ojo e interpretadas en el cerebro como colores según las longitudes de ondas correspondientes. El ojo humano sólo perci-



# Adobe

ADOBE SYSTEMS INCORPORATED  
EMPRESA DE SOFTWARE DE DISEÑO

be las longitudes de onda cuando la iluminación es abundante. A diferentes longitudes de onda captadas en el ojo corresponden distintos colores en el cerebro.

Con poca luz se ve en blanco y negro. En la denominada síntesis aditiva (comúnmente llamada “superposición de colores luz”) el color blanco resulta de la superposición de todos los colores, mientras que el negro es la ausencia de color. En la síntesis sustractiva (mezcla de pinturas, tintes, tintas y colorantes naturales para crear colores) el blanco solo se da bajo la ausencia de pigmentos y utilizando un soporte de ese color y el negro es resultado de la superposición de los colores cian, magenta y amarillo.

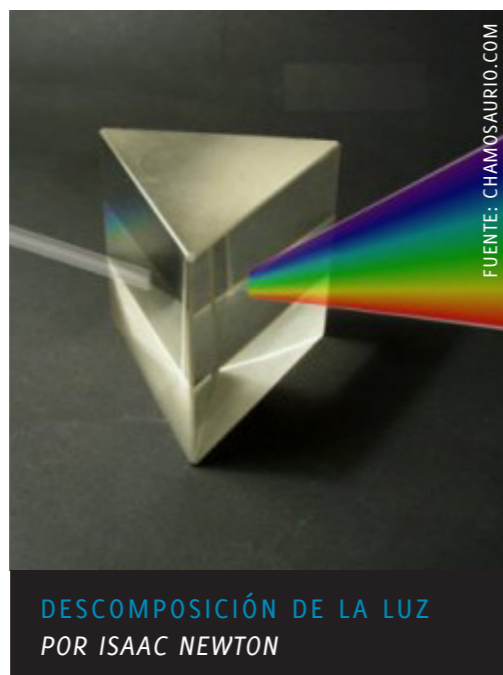
La luz blanca puede ser descompuesta en todos los colores (espectro) por medio de un prisma. En la naturaleza esta descomposición da lugar al arco iris.

### 6.2.4.1 COLOR WEB

La paleta de colores RGB (RVA en español) consta, básicamente, de tres colores primarios aditivos: Rojo-Verde-Azul. Estos colores primarios aditivos, en HTML, están representados por tres pares hexadecimales del tipo oxHH-HH-HH según el siguiente formato (los colores básicos o primarios no aquellos que no son resultantes de mezclas):

#RRGGBB (= #RRVVAA)

Los valores que puede adoptar cada uno de los tres pares hexadecimales van del ox00 (0 decimal) al oxFF (255 decimal). Sea el valor del par, tanto mayor será también la intensidad (matiz, brillo o claridad) del color correspondiente a ese par (y viceversa). Esto implica que el extremo infe-



rior de la escala cromática parte de una intensidad (grado) de color mínima (nulo = par ox00), pasa por una intensidad de color media (mediano = par ox80 [128 decimal]) hasta llegar a una intensidad de color máxima (saturado = par oxFF). El grado de más alta pureza (absoluto) de un color primario aditivo estará determinado por la presencia total del mismo (saturación = oxFF) junto con la ausencia total (nulidad = ox00) de los otros dos colores primarios aditivos.

Además de estos tres colores primarios aditivos (RVA), existen tres colores primarios sustractivos o CMY (CMA en español): Cian- Magenta-Amarillo. Estos colores surgen de la siguiente combinación (mezcla) de los primarios aditivos:

- ◆ **Cian** = Verde + Azul
- ◆ **Magenta** = Rojo + Azul
- ◆ **Amarillo** = Rojo + Verde

En cuanto a su grado de pureza, ocurre algo inverso a los colores primarios aditivos, ya que el grado absoluto estará determinado por la nulidad de uno de sus componentes y la saturación de los otros dos. Los colores complementarios de los primarios, tanto aditivos como sustractivos, serán recíprocamente:

- ◆ **Rojo** = Cian
- ◆ **Verde** = Magenta
- ◆ **Azul** = Amarillo

La combinación simultánea de los tres primarios aditivos saturados produce el blanco (oxFFFFFF). Contrariamente, la combinación simultánea de los tres primarios sustractivos nulos produce el negro (ox000000). Resulta claro también que la combinación de dos colores mutuamente complementarios producirá el blanco, de igual modo que la sustracción (absorción) de ambos dará lugar al negro (ausencia total de color). Así, por ejemplo el rojo (oxFF0000) más su complementario que es el cian (ox00FFFF), generan el blanco (oxFFFFFF). De hecho, el cian no es otra cosa que la sustracción del rojo al blanco.

Por su parte, el gris medio (ox808080), que es el exacto término medio entre el negro y el blanco, se obtendrá a partir de la combinación simultánea de los tres primarios aditivos medianos. Análogamente, el gris semisaturado (claro) se obtendrá a partir de la combinación oxCoCoCo, mientras que el gris seminulo (oscuro) mediante ox404040. De este modo, tenemos que el resto de los colores, que están comprendidos entre el negro (ox000000) y el blanco (oxFFFFFF), surgen de la combinación de los tres primarios aditivos en distintos grados. En otras palabras: bastará con reemplazar cada uno de los pares oxHH-HH-HH por un valor comprendido entre ox00 y oxFF para obtener cualquiera de los colores posibles.

Aunque en la práctica, puede haber algunas combinaciones que no sean válidas. Eso pasaba antiguamente, cuando la paleta de colores más grande tenía 256 colores. Por eso, existen 216 colores seguros, que serán visibles en cualquier dispositivo sin necesidad de dithering. (Otros 40 para el

sistema), de los cuales algunos se muestran aquí.

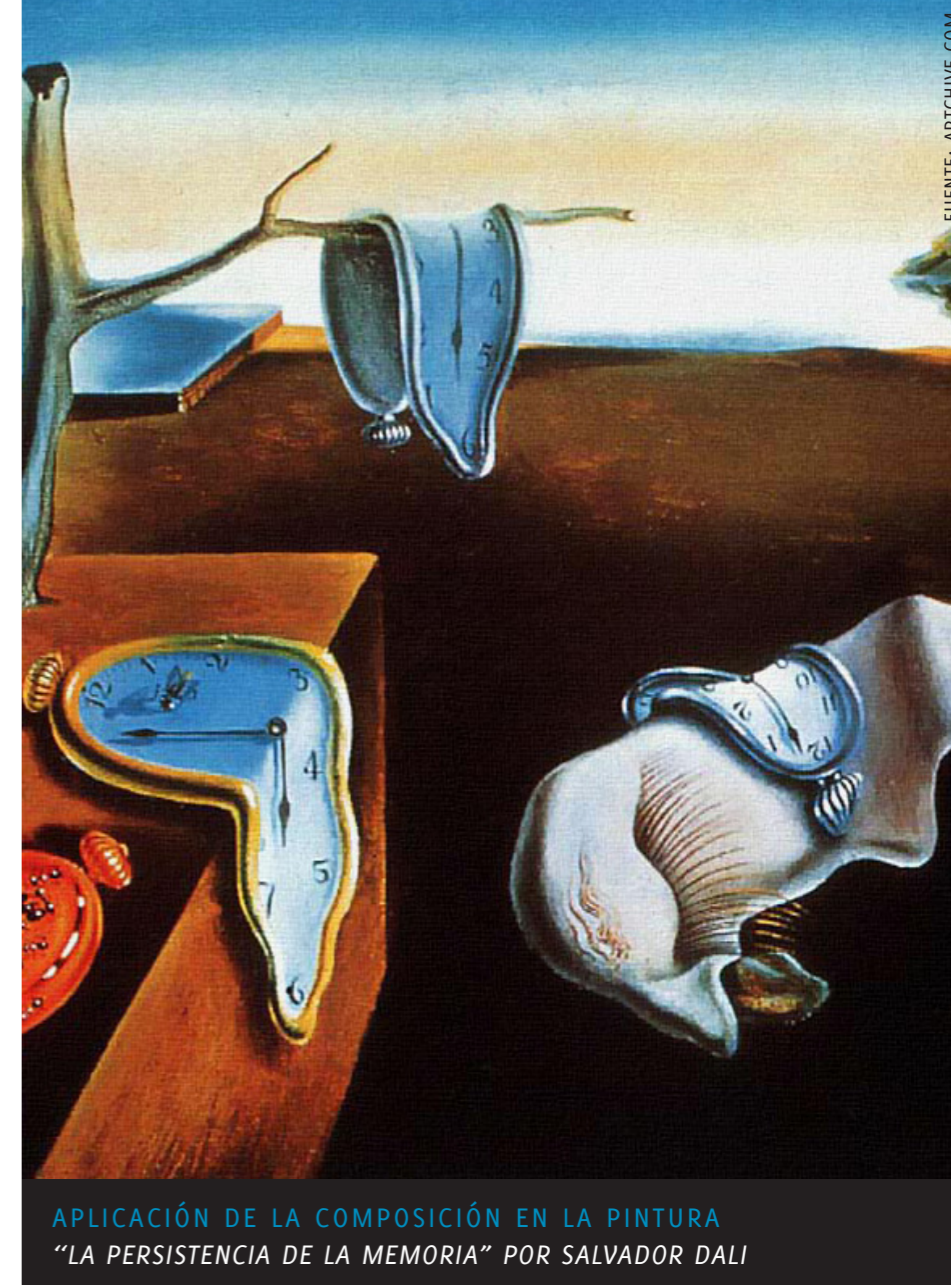
### 6.2.5 COMPOSICIÓN

La composición de las artes visuales son actividades propias del ser humano, mediante las cuales se satisfacen ciertas necesidades estéticas y prácticas. Constituyen una unidad orgánica que permite ordenar los elementos conceptuales, visuales y técnicos, necesarios para el acto creador. La composición de las artes visuales es la forma total con la que se comunica una plástica, la percepción visual es el medio idóneo para acceder a esta comunicación.

El término composición significa básicamente “juntar”, cualquier obra de arte de la música a la escritura se arregla o se pone junto con el pensamiento consciente. Los varios elementos en el diseño total se relacionan generalmente el uno al otro y con el trabajo de arte entero (Dunstan, P. 7, 1979). Hay fundamentalmente dos tipos de composición: informal, y con menos frecuencia formal o simétrica. La composición también se relaciona con el canon artístico, por ejemplo, el bosquejo de una cara agradable. En diseño gráfico y la publicación de escritorio, la composición se refiere comúnmente como la combinación de elementos de multimedia que motivan para que de esta manera se conectan a la web.

#### 6.2.5.1 DIAGRAMACIÓN

La diagramación, también llamada maquetación, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en



APLICACIÓN DE LA COMPOSICIÓN EN LA PINTURA  
“LA PERSISTENCIA DE LA MEMORIA” POR SALVADOR DALÍ

algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.

Estrictamente, el acto de diagramar tan solo se relaciona con la distribución de los elementos en un espacio determinado de la página, mientras que el diseño editorial incluye fases más amplias del proceso, desde el proyecto gráfico, hasta los procesos de producción denominados pre-prensa (preparación para impresión), prensa (impresión) y post-prensa (acabados). Sin embargo, usualmente todo el aspecto gráfico de la actividad editorial y periodística se conoce por el término diagramación.

En el caso de un diario, la diagramación sigue los objetivos y líneas gráficas y editoriales de ese impreso. Las principales líneas editoriales para la diagramación de un diario incluyen la jerarquización de los artículos por orden de importancia. Las consideraciones gráficas incluyen legibilidad e incorporación balanceada y no-obstruiva de los anuncios publicitarios.

La edición incorpora principios del diseño gráfico que, a su vez, es una profesión independiente o presente en licenciaturas relacionadas con el diseño, más allá de ser una disciplina que hace parte del currículo de profesiones como el Periodismo, la Publicidad y algunos cursos de Arquitectura en universidades

y facultades. Otros términos que sirven para referirse al proceso de diagramación son: layout, makeup o pasteup.

### 6.2.5.2 TIPOGRAFÍA

La tipografía es el arte y técnica del manejo y selección de tipos, originalmente de plomo, para crear trabajos de impresión. El tipógrafo Stanley Morison lo definió como:

Arte de disponer correctamente el material de imprimir, de acuerdo con un propósito específico: el de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto.

### 6.2.5.3 BOCETO

Un boceto, también llamado esbozo o borrador, es un dibujo realizado de forma esquemática y sin preocuparse de los detalles o terminaciones para representar ideas, lugares, personas u objetos.

Un boceto es un dibujo hecho a mano alzada, utilizando lápiz, papel y goma de borrar, realizado generalmente sin instrumentos de dibujo auxiliares. Puede ser un primer apunte del objeto ideado que aún no está totalmente definido. Se pueden utilizar tanto técnicas de perspectiva como vistas ortogonales. Es un dibujo rápido de lo que luego llegará a ser un dibujo definido o la obra de arte final en sí.

### 6.2.6 INTERNET

Es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, al garantizar

que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial. Sus orígenes se remontan a 1969, cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como ARPANET, entre tres universidades en California y una en Utah, Estados Unidos.

Uno de los servicios que más éxito ha tenido en Internet ha sido la World Wide Web (WWW, o “la Web”), hasta tal punto que es habitual la confusión entre ambos términos. La WWW es un conjunto de protocolos que permite, de forma sencilla, la consulta remota de archivos de hipertexto. Ésta fue un desarrollo posterior (1990) y utiliza Internet como medio de transmisión.

Existen, por tanto, muchos otros servicios y protocolos en Internet, aparte de la Web: el envío de correo electrónico (SMTP), la transmisión de archivos (FTP y P2P), las conversaciones en línea (IRC), la mensajería instantánea y presencia, la transmisión de contenido y comunicación multimedia -telefonía (VoIP), televisión (IPTV)-, los boletines electrónicos (NNTP), el acceso remoto a otros dispositivos (SSH y Telnet) o los juegos en línea.

El género de la palabra Internet es ambiguo, según el Diccionario de la Real Academia Española.

#### 6.2.6.1 WORLD WIDE WEB

En informática, la World Wide Web, es un sistema de documentos de hipertexto o hipermedios enlazados y accesibles a través de Internet. Con un navegador web, un usuario visualiza sitios web compuestos de páginas web que pueden contener texto, imágenes, videos u otros contenidos multimedia, y navega a través de ellas usando hipervínculos.

La Web fue creada alrededor de 1989 por el inglés Tim Berners-Lee y el belga Robert Cailliau mientras trabajaban en el CERN en Ginebra, Suiza, y publicado en 1992. Desde entonces, Berners-Lee ha jugado un papel activo guiando el desarrollo

de estándares Web (como los lenguajes de marcado con los que se crean las páginas web), y en los últimos años ha abogado por su visión de una Web Semántica.

#### 6.2.6.2 DOMINIO DE INTERNET

Un dominio de Internet es una red de identificación asociada a un grupo de dispositivos o equipos conectados a la red Internet.

El propósito principal de los nombres de dominio en Internet y del sistema de nombres de dominio (DNS), es traducir las direcciones IP de cada nodo activo en la red, a términos memorizables y fáciles de encontrar. Esta abstracción hace posible que cualquier servicio (de red) pueda moverse de un lugar geográfico a otro en la red Internet, aun cuando el cambio implique que tendrá una dirección IP diferente.

Sin la ayuda del sistema de nombres de dominio, los usuarios de Internet tendrían que acceder a cada servicio web utilizando la dirección IP del nodo (Ej. Sería necesario utilizar `http://192.0.32.10` en vez de `http://example.com`).

#### 6.2.6.3 SERVIDOR

En informática, un servidor es una computadora que, formando parte de una red, provee servicios a otras computadoras denominadas clientes.

También se suele denominar con la palabra servidor a:

Una aplicación informática o programa que realiza algunas tareas en beneficio de otras aplicaciones llamadas clientes. Algunos servicios habituales son los servicios de archivos, que permiten a los usuarios almacenar y acceder a los archivos de una computa-

dora y los servicios de aplicaciones, que realizan tareas en beneficio directo del usuario final. Este es el significado original del término. Es posible que un ordenador cumpla simultáneamente las funciones de cliente y de servidor.

Una computadora en la que se ejecuta un programa que realiza alguna tarea en beneficio de otras aplicaciones llamadas clientes, tanto si se trata de un ordenador central (mainframe), un miniordenador, un ordenador personal, una PDA o un sistema embebido. Sin embargo, hay computadoras destinadas únicamente a proveer los servicios de estos programas: estos son los servidores por antonomasia.

Un servidor no es necesariamente una máquina de última generación de grandes proporciones, no es necesariamente un superordenador; un servidor puede ser desde una computadora vieja, hasta una máquina sumamente potente (ej.: servidores web, bases de datos grandes, etc. Procesadores especiales y hasta varios terabytes de memoria). Todo esto depende del uso que se le dé al servidor. Si usted lo desea, puede convertir al equipo desde el cual usted está leyendo esto en un servidor instalando un programa que trabaje por la red y a la que los usuarios de su red ingresen a través de un programa de servidor web como Apache.

Podemos llegar a la conclusión de que un servidor también puede ser un proceso que entrega información o sirve a otro proceso. El modelo Cliente-servidor no necesariamente implica tener dos ordenadores, ya que un proceso cliente puede solicitar algo como una impresión a un proceso servidor en un mismo ordenador.

### 6.2.7 DISEÑO WEB

El diseño web es una actividad que consiste en la planificación, diseño e implementación de sitios web. No es simplemente una aplicación del diseño convencional, ya que requiere tener en cuenta cuestiones tales como navegabilidad, interactividad, usabilidad, arquitectura de la información y la interacción de medios como el audio, texto, imagen y vídeo.

La unión de un buen diseño con una jerarquía bien elaborada de contenidos aumenta la eficiencia de la web como canal de comunicación e intercambio de datos, que brinda posibilidades como el contacto directo entre el productor y el consumidor de contenidos, característica destacable del medio.



#### 6.2.7.1 SITIO WEB

El sitio web es un conjunto de páginas web, típicamente comunes a un dominio de Internet o subdominio en la World Wide Web en Internet.

La página web es un documento HTML/XHTML accesible generalmente mediante el protocolo HTTP de Internet.

Todos los sitios web públicamente accesibles constituyen una gigantesca “World Wide Web” de información (un gigantesco entramado de recursos de alcance mundial).

#### 6.2.7.2 FORMATOS DE IMAGEN PARA LA WEB

Las imágenes pueden ser de muchos formatos diferentes: bmp, gif, jpg, etc. Pero no todos estos formatos son adecuados para la web, debido a que pueden ocupar mucha memoria o no ser compatibles con algunos navegadores.

Los formatos más utilizados son el GIF y el JPG, que a pesar de ser imágenes de menor calidad que las imágenes BMP, son más recomendables debido a que ocupan menos memoria.

**Formato GIF:** Utiliza un máximo de 256 colores, y es recomendable para imágenes con grandes áreas de un mismo color o de tonos no continuos. Suele utilizarse con gran frecuencia, ya que permite definir transparencias y animación.

**Formato JPG:** Las imágenes son de mayor calidad que las GIF, al contener millones de colores, pero el tamaño de la imagen es mayor y tarda más en descargarse se utilizan más para fotos.

**Formato PNG:** Desarrollado como alternativa sin patente al formato GIF, el formato de gráficos de red portátiles (PNG) se utiliza para una compresión sin pérdidas y para la visualización de imágenes en Internet. A diferencia del formato GIF, PNG admite imágenes de 24 bits y produce transparencia de fondo sin bordes irregulares; sin embargo, algunos navegadores Web no admiten imágenes PNG. El formato PNG admite imágenes RGB, de color indexado, en escala de grises y de modo de mapa de bits sin canales alfa. PNG conserva la transparencia en imágenes en escala de grises y RGB.

El formato de las imágenes puede cambiarse mediante la utilización de algún programa de tratamiento de imágenes como Fireworks, Photoshop, Corel Draw, etc. Por ejemplo Fireworks tiene una opción, exportar a tipo gif que reduce considerablemente la ocupación de la

imagen sin perder calidad (siempre que la imagen se adecue al formato).

### 6.2.7.3 INTERACTIVIDAD

La interactividad es un concepto ampliamente utilizado en las ciencias de la comunicación, en informática, en diseño multimedia y en diseño industrial.

En su campo de aplicación suele hablarse de tres niveles de comunicación:

- ◆ **No interactiva**, cuando un mensaje no se relaciona con otro previo
- ◆ **Reactiva**, cuando un mensaje se relaciona únicamente con el previo inmediato.
- ◆ **Interactiva**, cuando un mensaje se relaciona con una serie de elementos previos.



Según Bou Bauzá Guillem “La interactividad supone un esfuerzo de diseño para planificar una navegación entre pantallas en las que el usuario sienta que realmente controla y maneja una aplicación”. En este sentido el usuario debe navegar por la aplicación y sentirse libre.

### 6.2.7.4 INTERFAZ DE USUARIO

Es el medio con que el usuario puede comunicarse con una máquina, un equipo o una computadora, y comprende todos los puntos de contacto entre el usuario y el equipo, normalmente suelen ser fáciles de entender y fáciles de accionar.

Las interfaces web tienen ciertas limitaciones en las funcionalidades que se ofrecen al usuario. Hay funcionalidades comunes en las aplicaciones de escritorio como dibujar en la pantalla o arrastrar-y-soltar que no

están soportadas por las tecnologías web estándar. Los desarrolladores web generalmente utilizan lenguajes interpretados (scripts) en el lado del cliente para añadir más funcionalidades, especialmente para ofrecer una experiencia interactiva que no requiera recargar la página cada vez (lo que suele resultar molesto a los usuarios). Recientemente se han desarrollado tecnologías para coordinar estos lenguajes con las tecnologías en el lado del servidor. Como ejemplo, AJAX es una técnica de desarrollo web que usa una combinación de varias tecnologías.

### 6.2.7.5 HTML

Siglas de HyperText Markup Language (Lenguaje de Marcado de Hipertexto), es el lenguaje de marcado predominante para la elaboración de páginas web. Es usado para describir la estructura y el contenido en forma de texto, así como para complementar el texto con

objetos tales como imágenes. HTML se escribe en forma de “etiquetas”, rodeadas por corchetes angulares (<,>). HTML también puede describir, hasta un cierto punto, la apariencia de un documento, y puede incluir un script (por ejemplo Javascript), el cual puede afectar el comportamiento de navegadores web y otros procesadores de HTML.

HTML también es usado para referirse al contenido del tipo de MIME text/html o todavía más ampliamente como un término genérico para el HTML, ya sea en forma descendida del XML (como XHTML 1.0 y posteriores) o en forma descendida directamente de SGML (como HTML 4.01 y anteriores).

### 6.2.7.6 XHTML

Acrónimo en inglés de eXtensible Hypertext Markup Language (lenguaje extensible de marcado de hipertexto), es el lenguaje de marcado pensado para sustituir a HTML como estándar para las páginas web. En su versión 1.0, XHTML es solamente la versión XML de HTML, por lo que tiene, básicamente, las mismas funcionalidades, pero cumple las especificaciones, más estrictas, de XML. Su objetivo es avanzar en el proyecto del World Wide Web Consortium de lograr una web semántica, donde la información, y la forma de presentarla estén claramente separadas. La versión 1.1 es similar, pero parte a la especificación en módulos. En sucesivas versiones la W3C planea romper con los tags clásicos traídos de HTML.

#### Ventajas respecto del HTML

- ◆ Se pueden incorporar elementos de distintos espacios de nombres XML (como MathML y Scalable Vector Graphics).
- ◆ Un navegador no necesita implementar heurísticas para detectar qué quiso poner el autor, por lo que el parser puede ser mucho más sencillo.
- ◆ Como es XML se pueden utilizar fácilmente herramientas creadas para procesamiento de documentos XML genéricos (editores, XSLT, etc.).

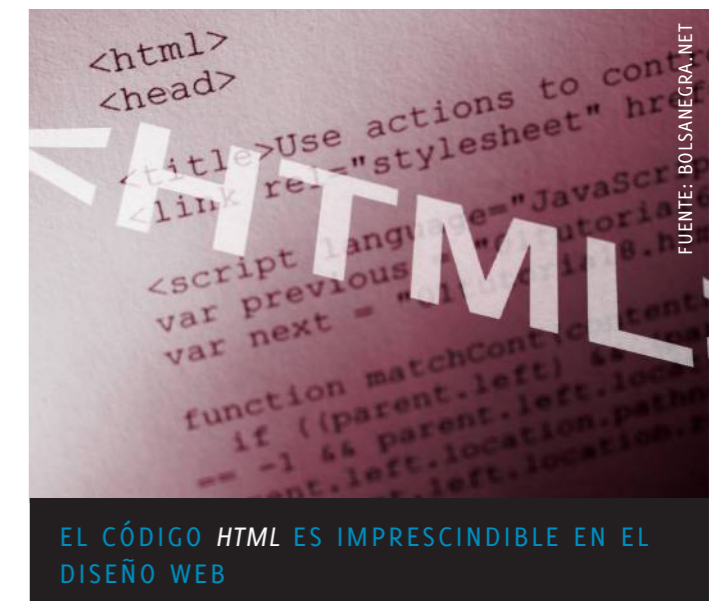
### 6.2.7.7 CSS

Las hojas de estilo en cascada (en inglés Cascading Style Sheets), CSS es un lenguaje usado para definir la presentación de un documento estructurado escrito en HTML o XML (y por extensión en XHTML). El W3C (World Wide Web Consortium) es el encargado de formular la especificación de las hojas de estilo que servirán de estándar para los agentes de usuario o navegadores.

La idea que se encuentra detrás del desarrollo de CSS es separar la estructura de un documento de su presentación.

Por ejemplo, el elemento de HTML <h1> indica que un bloque de texto es un encabezamiento y que es más importante que un bloque etiquetado como <h2>. Versiones más antiguas de HTML permitían atributos extra dentro de la etiqueta abierta para darle formato (como el color o el tamaño de fuente). No obstante, cada etiqueta <h1> debía disponer de la información si se deseaba un diseño consistente para una página y, además, una persona que lea esa página con un navegador pierde totalmente el control sobre la visualización del texto.

Cuando se utiliza CSS, la etiqueta <h1> no debería proporcionar información sobre cómo va a ser visualizado, solamente marca la estructura del documento. La



información de estilo separada en una hoja de estilo, especifica cómo se ha de mostrar <h1>: color, fuente, alineación del texto, tamaño y otras características no visuales como definir el volumen de un sintetizador de voz, por ejemplo.

La información de estilo puede ser adjuntada tanto como un documento separado o en el mismo documento HTML. En este último caso podrían definirse estilos generales en la cabecera del documento o en cada etiqueta particular mediante el atributo “style”.

### 6.2.7.8 PHP

Es un acrónimo recursivo que significa PHP Hypertext Pre-processor (inicialmente PHP Tools, o, Personal Home Page Tools). Fue creado originalmente por Rasmus Lerdorf en 1994; sin embargo la implementación principal



de PHP es producida ahora por The PHP Group y sirve como el estándar de facto para PHP al no haber una especificación formal. Publicado bajo la PHP License, la Free Software Foundation considera esta licencia como software libre.

Puede ser desplegado en la mayoría de los servidores web y en casi todos los sistemas operativos y plataformas sin costo alguno. PHP se encuentra instalado en más de 20 millones de sitios web y en un millón de servidores, el número de sitios en PHP ha compartido algo de su preponderante sitio con otros nuevos lenguajes no tan poderosos desde agosto de 2005. Es también el módulo Apache más popular entre las computadoras que utilizan Apache como servidor web. La versión más reciente de PHP es la 5.3.3, del 22 de julio de 2010.

El gran parecido que posee PHP con los lenguajes más comunes de programación estructurada, como C y Perl, permiten a la mayoría de los programadores crear aplicaciones complejas con una curva de aprendizaje muy corta. También les permite involucrarse con aplicaciones de contenido dinámico sin tener que aprender todo un nuevo grupo de funciones.

Aunque todo en su diseño está orientado a facilitar la creación de página web, es posible crear aplicaciones con una interfaz gráfica para el usuario, al utilizar la extensión PHP-Qt o PHP-GTK. También puede ser usado desde la línea de órdenes, de la misma manera como Perl o Python pueden hacerlo; a esta versión de PHP se la llama PHP-CLI (Command Line Interface).

Cuando el cliente hace una petición al servidor para que le



envíe una página web, el servidor ejecuta el intérprete de PHP. Éste procesa el script solicitado que generará el contenido de manera dinámica (por ejemplo obteniendo información de una base de datos). El resultado es enviado por el intérprete al servidor, quien a su vez se lo envía al cliente. Mediante extensiones es también posible la generación de archivos PDF, Flash, así como imágenes en diferentes formatos.

Permite la conexión a diferentes tipos de servidores de bases de datos tales como MySQL, Postgres, Oracle, ODBC, DB2, Microsoft SQL Server, Firebird y SQLite.

XAMPP es un servidor independiente de plataforma, software libre, que consiste principalmente en la base de datos MySQL, el servidor Web Apache y los intérpretes para lenguajes de script: PHP y Perl. El nombre proviene del acrónimo de X (para cualquiera de los diferentes sistemas operativos), Apache, MySQL, PHP, Perl. El programa está liberado bajo la licencia GNU y actúa como un servidor Web libre, fácil de usar y capaz de interpretar páginas dinámicas. Actualmente XAMPP esta disponible para Microsoft Windows, GNU/Linux, Solaris, y MacOS X.

PHP también tiene la capacidad de ser ejecutado en la mayoría de los sistemas operativos, tales como UNIX (y de ese tipo, como Linux o Mac OS X) y Windows, y puede interactuar con los servidores de web más populares, ya que existe en versión CGI, módulo para Apache, e ISAPI.

PHP es una alternativa a las tecnologías de Microsoft ASP y ASP.NET (que utiliza C# VB.NET como lenguajes), a ColdFusion de la compañía Adobe (antes Macromedia), a JSP/Java de Oracle, y a CGI/Perl. Aunque su creación y desarrollo se da en el ámbito de los sistemas libres, bajo la licencia GNU, existe además un IDE (entorno de desarrollo integrado) comercial llamado Zend Studio. Recientemente, CodeGear (la división de lenguajes de programación de Borland) ha sacado al mercado un entorno integrado de desarrollo para PHP, denominado Delphi for PHP. También existen al menos un par de módulos para Eclipse, uno de los IDE más populares.

### 6.2.7.9 JAVASCRIPT

Es un lenguaje de scripting basado en objetos sin tipo y liviano, utilizado para acceder a objetos en aplicaciones. Principalmente, se utiliza integrado en un navegador web al permitir el desarrollo de interfaces de usuario mejoradas y páginas web dinámicas. JavaScript es un dialecto de ECMAScript y se caracteriza por ser un lenguaje basado en prototipos, con entrada dinámica y con funciones de primera clase. JavaScript ha tenido influencia de múltiples lenguajes y se diseñó con una sintaxis similar al lenguaje de programación Java, aunque más fácil de utilizar para personas que no programan.

Todos los navegadores modernos interpretan el código JavaScript integrado dentro de las páginas web. Para interactuar con una página web se provee al lenguaje JavaScript de una implementación del Document Object Model (DOM).

El lenguaje fue inventado por Brendan Eich en la empresa Netscape Communications, la que desarrolló los primeros navegadores web comerciales. Apareció por primera vez en el producto de Netscape llamado Netscape Navigator 2.0.

Tradicionalmente, se venía utilizando en páginas web HTML, para realizar operaciones y en el marco de la aplicación cliente, sin acceso a funciones del servidor. JavaScript se ejecuta en el agente de usuario, al mismo tiempo que las sentencias van descargándose junto con el código HTML.

Inicialmente los autores lo llamaron Mocha y más tarde LiveScript pero fue rebautizado como JavaScript en un anuncio conjunto

entre Sun Microsystems y Netscape, el 4 de diciembre de 1995.

En 1997 los autores propusieron JavaScript para que fuera adoptado como estándar de la European Computer Manufacturers 'Association ECMA, que a pesar de su nombre no es europeo sino internacional, con sede en Ginebra. En junio de 1997 fue adoptado como un estándar ECMA, con el nombre de ECMAScript. Poco después también como un estándar ISO.

JavaScript es la implementación de ECMAScript de Microsoft, muy similar al JavaScript de Netscape, pero con ciertas diferencias en el modelo de objetos del navegador que hacen ambas versiones sean incompatibles con frecuencia.

Para evitar estas incompatibilidades, el World Wide Web Consortium diseñó el estándar Document Object Model (DOM, ó Modelo de Objetos del Documento en castellano), que incorporan Konqueror, las versiones 6 de Internet Explorer y Netscape Navigator, Opera la versión 7, y Mozilla Application Suite, Mozilla desde su primera versión.

### 6.2.8 IMAGEN CORPORATIVA

La imagen corporativa se refiere a cómo se percibe una compañía. Es una imagen generalmente aceptada de lo que una compañía "significa". La creación de una imagen corporativa es un ejercicio en la dirección de la percepción. Es creada sobre todo por los expertos de marketing en conjunto con los de comunicación que utilizan las relaciones públicas, campañas comunicacionales y otras formas de promoción para sugerir un cuadro mental al público. Típicamente, una imagen corporativa se diseña para ser atractiva al público, de modo que la compañía pueda provocar un interés entre los consumidores, cree hueco en su mente, genere riqueza de marca y facilite así ventas del producto.

Las corporaciones no son la única forma de organización que generan este tipo de imágenes. Los gobiernos, las organiza-

ciones caritativas, las organizaciones criminales, las organizaciones religiosas, las organizaciones políticas y las organizaciones educativas todas tienden a tener una imagen única, una imagen que sea parcialmente deliberada y parcialmente accidental, parcialmente auto-creada y parcialmente exógena.

#### 6.2.8.1 NOMBRE COMERCIAL

Este concepto junto con el logotipo son los que acompañan toda la papelería oficial de la compañía, regularmente el cliente es quien elige su nombre comercial bajo su responsabilidad y lineamientos legales, sin embargo en LAN Microsystems podemos sugerirle el nombre publicitario apropiado a su empresa.

#### 6.2.8.2 LOGOTIPO

Un logotipo (coloquialmente conocido como logo) es un elemento gráfico, que identifica a una persona, empresa, institución o producto. Los logotipos suelen incluir símbolos claramente asociados a quienes representan.

Históricamente, los artesanos del barro, del cristal, los canteros, los fabricantes de espadas y artilugios de hierro fino, y los impresores utilizaban marcas para señalar su autoría. Los reyes, además de firmar, cruzaban los documentos legales con un logotipo de su creación, a mano o con un sello.

#### 6.2.8.3 PAPELERÍA

La papelería deberá estar diseñada bajo un cuadro estándar, la papelería incluida va desde las tarjetas de presentación, notas y facturas, hojas membretadas, sobres, papelería de control inter-

no, empaques (cajas y bolsas) utilizadas. Todos ellos por lo regular contendrán el logotipo y el nombre de la marca comercial.

#### 6.2.8.4 PRENDAS Y/O UNIFORMES

Las prendas de vestir y/o uniformes deberán respetar también la parte creativa del logotipo y marca comercial, tanto como tipo de tela y color de la misma.

#### 6.2.8.5 PINTURA DE LAS INSTALACIONES

La pintura utilizada para la decoración de las instalaciones físicas del cliente debe elegirse según los preceptos psicológicos de la percepción humana a ciertos colores y tonos de los mismos. Por ejemplo, se sabe que los colores naranjas son comúnmente utilizados en restaurantes o loncherías por saberse que el naranja y combinado con los amarillos producen sensación de hambre en los visitantes, entonces este tipo de colores son lo menos aconsejable para hospitales u oficinas donde no se permita ingerir alimentos en horas laborales.

### 6.3 CIENCIAS AUXILIARES, ARTES, TEORÍAS Y TENDENCIAS

#### 6.3.1.1 CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Son aquellas disciplinas de las ciencias sociales que se encargan de estudiar la esencia de los procesos de comunicación como fenómenos en sí mismos, los medios que se emplean y el conjunto semiótico que construyen, al generar sus propios métodos de estudio y herramientas analíticas. Las ciencias de la comunicación son hoy en día una herramienta básica para comprender la naturaleza de las sociedades, así como la comunicación diaria entre personas o grupo de personas, sea en su dimensión institucional o comunitaria.

##### Antecedentes históricos

Esta joven rama disciplinaria parte de la sociología, la cual le aporta las bases metodológicas para los primeros estudios llevados a cabo de forma sistemática. Nace a principios del siglo XX, como consecuencia de las inquietudes epistemológicas que generaron el surgimiento de los medios de comunicación masivos (primeros periódicos y radiodifusoras, el primer medio masivo electrónico de comunicación).

Aunque es posible hablar de comunicación masiva desde que la invención de la imprenta por Gutenberg, no es sino hasta la década de 1920 cuando se llevan a cabo los primeros estudios sobre la influencia de la propaganda en el contexto de la Europa de la Segunda Guerra Mundial, con el ascenso de los regímenes fascistas de Alemania e Italia. Para conocer lo ocurrido antes de esta primera etapa de la disciplina, hay que remitirse hasta los clásicos griegos. Aristóteles abordó en varias ocasiones el tema de la comunicación, aunque sin conseguir fundar una escuela dedicada exclusivamente a esta disciplina.

##### Estructura de la información

La información también indica mediante códigos y conjuntos de datos, los modelos del pensamiento humano. Desde el punto de vista de la teoría de la información un mensaje es una secuencia de un conjunto finito signos. El conjunto de signos se llama alfabeto. Las probabilidades de aparición de ciertas secuencias son objeto de estudio de la teoría de la información.

##### Subespecialidades y otras disciplinas

La comunicación abarca una gran variedad de especialidades, entre las que destacan:

- ◆ Comunicación social
- ◆ Comunicación institucional

- ◆ Comunicación organizacional
- ◆ Redes
- ◆ Telecomunicaciones
- ◆ Periodismo
- ◆ Publicidad
- ◆ Relaciones públicas
- ◆ Psicología organizacional
- ◆ Comunicación audiovisual.

El objeto de estudio de las ciencias de la comunicación –los procesos y fenómenos de comunicación– también lo abordan con frecuencia otras disciplinas, entre las cuales es posible mencionar a la lingüística, la sociología, la antropología social, ciencia política, la cibernética y la psicología, entre otras. Entre esas otras está la educación desde la pedagogía (educación de la niñez), hasta la andragogía (educación de adultos).

#### 6.3.1.2 FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN

**Informativa:** Tiene que ver con la transmisión y recepción de la información. A través de ella se proporciona al individuo todo el caudal de la experiencia social e histórica, así como proporciona la formación de hábitos, habilidades y convicciones. En esta función el emisor influye en el estado mental interno del receptor al aportar nueva información.

**Afectivo - valorativa:** El emisor debe otorgarle a su mensaje la carga afectiva que el mismo demande, no todos los mensajes requieren de la misma emotividad, por ello es de suma importancia para la estabilidad emocional de los sujetos y su realización personal. Gracias a esta función, los individuos pueden establecerse una imagen de sí mismo y de los demás.

**Reguladora:** Tiene que ver con la regulación de la conducta de las personas respecto de sus semejantes. De la capacidad autorreguladora y del individuo depende el éxito o fracaso del acto comunicativo. Ejemplo: una crítica permite conocer la valoración que los demás tienen de nosotros mismos, pero es necesario asimilarse, proceder en dependencia de ella y cambiar la actitud en lo sucedido.

Hechos sociales como la mentira son una forma de comunicación informativa (aunque puede tener aspectos reguladores y afectivo-valorativos), en la que el emisor trata de influir sobre el estado mental del receptor para sacar ventaja.

Otras Funciones de la comunicación dentro de un grupo o equipo:

**Control:** La comunicación controla el comportamiento individual. Las organizaciones, poseen jerarquías de autoridad y guías formales a las que deben regirse los empleados. Esta función de control además se da en la comunicación informal.

**Motivación:** Lo realiza en el sentido que esclarece a los empleados qué es lo que debe hacer, si se están desempeñando de forma adecuada y lo que deben hacer para optimizar su rendimiento. En este sentido, el establecimiento de metas específicas, la retroalimentación sobre el avance hacia el logro de la meta y el reforzamiento de un comportamiento deseado, incita la motivación y necesita definitivamente de la comunicación.

**Expresión emocional:** Gran parte de los empleados, observan su trabajo como un medio para interactuar con los demás, y por el que transmiten fracasos y de igual manera satisfacciones, es decir sentimientos.

**Cooperación:** La comunicación se constituye como una ayuda importante en la solución de problemas, se le puede denominar facilitador en la toma de decisiones, en la medida que brinda la información requerida y evalúa las alternativas que se puedan presentar.

#### 6.3.2 SEMIOLOGÍA

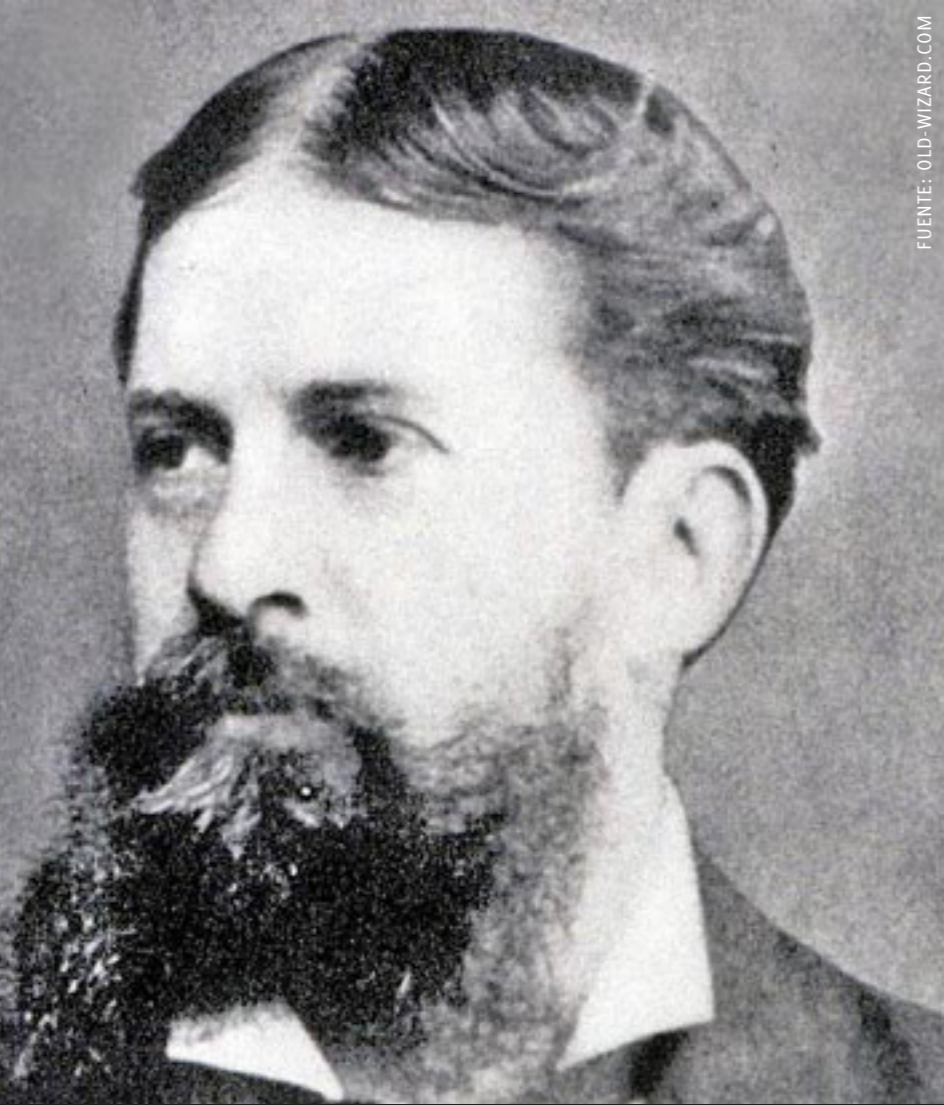
Se encarga del estudio de los signos en la vida social. Suele utilizarse como sinónimo de semiótica, aunque existen distinciones entre ambas. La semiología se encarga del análisis de los signos tanto lingüísticos como semióticos. Se define como la asociación más importante en la comunicación humana.

Semiología es un término usualmente intercambiable con el de semiótica, este último preferido por los anglosajones; el primero, por los europeos. De hecho, Charles Sanders Peirce fue, al parecer, el primero en usar el término semiotic, aunque fue otro estadounidense -Charles William Morris- quien realizó el primer proyecto completo para una semiótica.

Según otro punto de vista, el de Charles Sanders Peirce, la “semiótica” es la que debería incluir a las demás ciencias que tratan de los signos en determinados campos de uso o del conocimiento. Este pensamiento es coherente con el hecho de que la semiótica se plantea como la ciencia básica del funcionamiento del pensamiento, intentando responder al interrogante de cómo el ser humano conoce el mundo que lo rodea, cómo lo interpreta y cómo crea conocimiento y lo transmite. Por esto, la semiótica ha llegado a ser planteada como la ciencia de las ciencias al revitalizar con la epistemología.



EJEMPLO DE PAPELERÍA  
IMAGEN CORPORATIVA



CHARLES SANDERS PEIRCE (1839-1914)  
ES CONSIDERADO EL PADRE DE LA SEMIÓTICA MODERNA

En lingüística se utiliza más la palabra semántica, porque la semántica es una ciencia que estudia los significados de los signos pero sólo en comunicaciones escritas (y humanas), la semiología estudia la comunicación escrita y oral en general (y la semiótica también todos los signos -incluyendo los que usan los animales en sus expresiones).

Algirdas Julius Greimas presenta la teoría semiótica como la relación fundamental entre el sujeto que conoce y el objeto conocido, y tiende a precisar las condiciones de producción de sentido. Además de las exigencias del método que ayuda a formular esas hipótesis en una serie de axiomas como estructuras elementales de la comunicación.

### 6.3.2.1 SIGNO

El signo es la combinación de un concepto (significado) y de una imagen acústica (significante), que componen en conjunto una entidad lingüística de dos caras interdependientes. Es una construcción social que funciona dentro de un sistema lingüístico y que pone un "elemento" en lugar de otro. Como sistema, tiene la capacidad de aplicarse a sí mismo y de explicar los demás sistemas de signos; pero es importante advertir que en la lingüística y en la semiótica la teoría define al objeto, y por lo tanto el signo es consecuencia de una perspectiva teórica.

### 6.3.2.2 SÍMBOLO

Es la representación perceptible de una idea, con rasgos asociados por una convención socialmente aceptada. Es un signo sin semejanza ni contigüidad, que solamente posee un vínculo convencional entre su significante y su denotado, además de una clase intencional para su designado. El vínculo convencional nos permite distinguir al símbolo del icono como del índice y el carácter de intención para distinguirlo del nombre. Los símbolos son pictografías con significado propio. Muchos grupos tienen símbolos que los representan; existen símbolos referentes a diversas asociaciones culturales: artísticas, religiosas, políticas, comerciales, deportivas, etc.

### 6.3.2.3 ICONO

Es una imagen, cuadro o representación; es un signo o símbolo que sustituye al objeto mediante su significación, representación o por analogía, como en la semiótica.

En la ortodoxia oriental y en otras tradiciones de pintura cristiana, un icono es generalmente un panel plano en el cual aparece pintado un santo o un objeto consagrado (como Jesucristo, la Virgen María, los santos, los ángeles o la cruz cristiana). Los iconos también pueden ser en relieve y estar hechos de metal, esculpidos en piedra, bordados, hechos en papel, mosaico, repujado, etc.

### 6.3.3 ICONO WEB

Un ícono web, es un pictograma pequeño que es utilizado para representar archivos, botones, acciones, emociones, etc. en un sitio web.

Los primeros iconos fueron desarrollados como una forma de hacer el uso de los PC más sencillo para los novatos en los años 70 para el centro de investigación de Xerox, en Palo Alto. Las interfaces de los iconos fueron popularizados más adelante por los sistemas operativos Apple Macintosh y Microsoft Windows. Un icono informático generalmente está situado en el rango entre 16 por 16 píxeles hasta 128 por 128 píxeles. Algunos sistemas operativos ofrecen iconos de hasta 512 por 512 píxeles. Los usuarios con problemas de visión (debido a condiciones como la iluminación pobre, ojos cansados, impedimentos médicos, fondos brillantes) pueden necesitar el ajuste del tamaño del icono.

### 6.3.4 TEORÍA DEL COLOR

En el arte de la pintura, el diseño gráfico, la fotografía, la imprenta y en la televisión, la teoría del color es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado al combinar colores de luz o pigmento. La luz blanca se puede producir combinando el rojo, el verde y el azul, mientras que combinando pigmentos cian, magenta y amarillo se produce el color neutro.

El círculo cromático: El círculo cromático nos sirve para observar la organización básica y la interrelación de los colores.

Los colores primarios son: el rojo, el azul y el amarillo. Los colores secundarios son: el verde, el violeta y el naranja. y los colores terciarios son: el rojo violáceo rojo anaranjado, amarillo anaranjado, amarillo verdoso, azul verdoso y azul violáceo.

Los colores secundarios se obtienen al mezclar partes iguales de dos primarios; los colores terciarios se consiguen al mezclar partes iguales de un color primario y de un secundario adyacente.

Los primarios son colores que se consideran absolutos y que no pueden crearse mediante la mezcla de otros colores. Sin embargo, mezclar los primarios en diversas combinaciones crea un número infinito de colores

El tono: Es el matiz del color, es decir el color en sí mismo, supone su cualidad cromática, es simplemente un sinónimo de color. Es la cualidad que define la mezcla de un color con blanco y negro. Está relacionado con la longitud de onda de su radiación. Según su tonalidad se puede decir que un color es rojo, amarillo, verde...

Aquí podemos hacer una división entre: Tonos cálidos (rojo, amarillo y anaranjados): aquellos que asociamos con la luz solar, el fuego... - Tonos fríos (azul y verde):

Los colores fríos son aquellos que asociamos con el agua, la luz de la luna...

**Brillantez:** Tiene que ver con la intensidad o el nivel de energía. Es la luminosidad de un color (la capacidad de reflejar el blanco), es decir, el brillo. Alude a la claridad u oscuridad de un tono. Es una condición variable, que puede alterar fundamentalmente la apariencia de un color. La luminosidad puede variar al añadir negro o blanco a un tono.

**Saturación:** Está relacionada con la pureza cromática o falta de dilución con el blanco. Constituye la pureza del color respecto del gris, y depende de la cantidad de

CÍRCULO CROMÁTICO  
INVENTADO POR EL QUÍMICO FRANCÉS EUGÈNE CHEVREUL



FUENTE: WIKIPEDIA.ORG

blanco presente. Cuanto más saturado está un color, más puro es y menos mezcla de gris posee.

### 6.3.5 LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

Es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. Desde el punto de vista estrictamente médico, todavía es una ciencia inmadura en la corriente principal de la psicología contemporánea, teniendo en cuenta que muchas técnicas adscritas a este campo pueden categorizarse dentro del ámbito de la medicina alternativa.

El factor psicológico está formado por las diferentes impresiones que emanan del ambiente creado por el color, que pueden ser de calma, de recogimiento, de plenitud, de alegría, opresión, violencia...

**Colores cálidos:** El ardiente remite al rojo de máxima saturación en el círculo cromático; es el rojo en su estado más intenso. Los colores ardientes se proyectan hacia fuera y atraen la atención. Por esta razón, a menudo se usa el rojo en letreros y el diseño gráfico. Los colores ardientes son fuertes y agresivos, y parecen vibrar dentro de su espacio propio. El poder de los colores ardientes afecta a la gente de muchas maneras, tales como el aumento de la presión sanguínea y la estimulación del sistema nervioso.

**Colores fríos:** El frío remite al azul en su máxima saturación. En su estado más brillante es dominante y fuerte. Los colores fríos nos recuerdan el hielo y la nieve. Los sentimientos generados por los colores fríos azul, verde y verde azulado son opuestos a los generados por los colores ardientes; el azul frío aminora el metabolismo y aumenta nuestra sensación de calma

**Colores claros:** Son los pasteles más pálidos. Toman su claridad de una ausencia de color visible en su composición, son casi transparentes. Cuando la claridad aumenta, las variaciones entre los distintos tonos disminuyen. Los colores claros descubren los alrededores y sugieren liviandad, descanso, suavidad y fluidez. Se parecen a las cortinas transparentes de una ventana, y envían un mensaje de distensión. Son el color marfil, rosa, celeste, beige...

**Colores oscuros:** Son tonos que contienen negro en su composi-

ción. Encierran el espacio y lo hacen parecer más pequeño. Los colores oscuros son concentrados y serios en su efecto. En cuanto a las estaciones, sugieren el otoño y el invierno. Combinar juntos los claros y los oscuros es una manera común y dramática de representar los opuestos de la naturaleza, tales como el día y la noche.

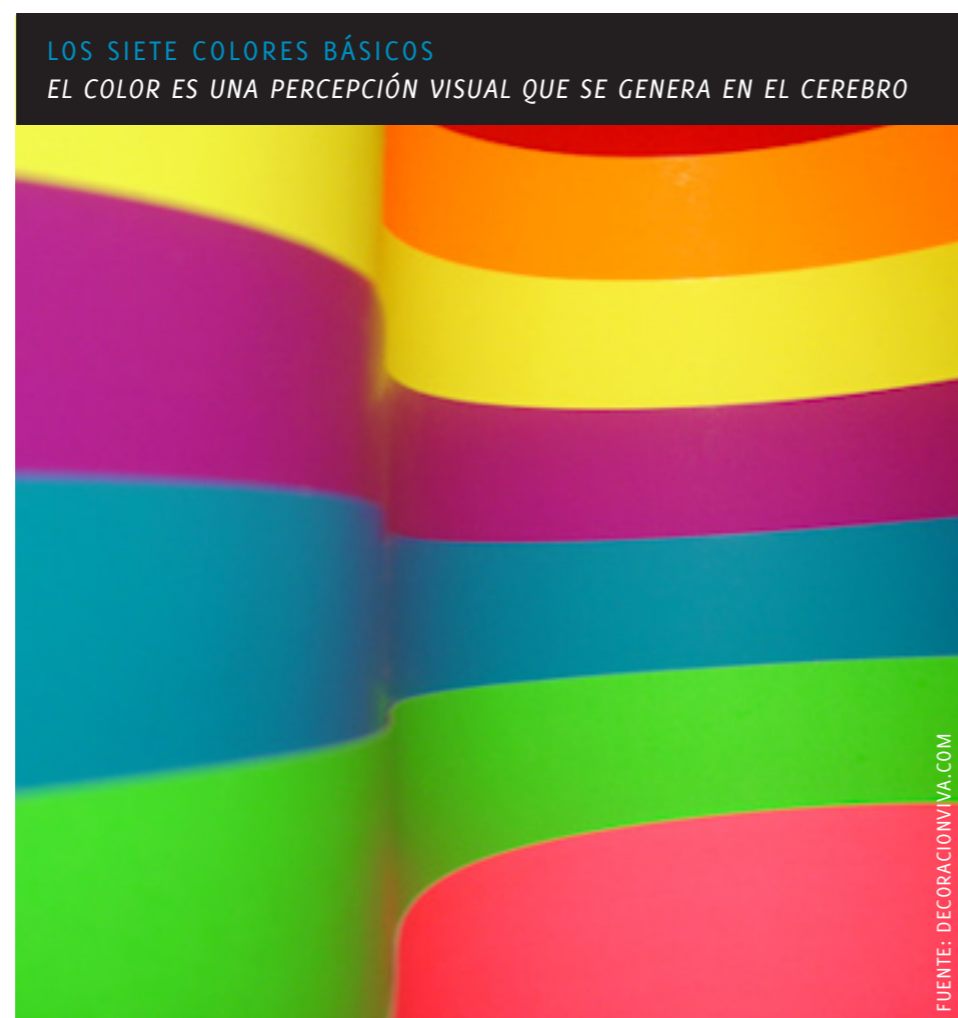
**Colores brillantes:** La claridad de los colores brillantes se logra por la omisión del gris o el negro. Los colores azules, rojos, amarillos y naranjas son colores de brillo pleno. Los colores brillantes son vívidos y atraen la atención. Un bus escolar amarillo, un racimo de globos de colores, el rojo de la nariz de un payaso nunca pasan inadvertidos. Estimulantes y alegres, los colores brillantes son colores perfectos para ser utilizados en envases, moda y publicidad

**Blanco:** Se halla en el extremo de la gama de los grises. Es un color latente por su capacidad de potenciar los otros colores vecinos. El blanco puede expresar paz, soleado, feliz, activo, puro e inocente.

**Negro:** Al igual que el blanco, también se encuentra en el extremo de la gama de grises. Es el símbolo del silencio, del misterio y, en ocasiones, puede significar impuro y maligno. Confiere nobleza y elegancia, sobre todo cuando es brillante.

**Gris:** Simboliza la indecisión y la ausencia de energía, expresa duda y melancolía.

Los colores metálicos tienen una imagen lustrosa, al adoptar las cualidades de los metales que representan. Dan impresión de frialdad metálica, pero tam-



bién dan sensación de brillantez, lujo, elegancia, por su asociación con los metales preciosos.

**Amarillo:** Es el color más luminoso, más cálido, ardiente y expansivo. Es el color del sol, de la luz y del oro, y como tal es violento, intenso y agudo. Suelen interpretarse como animados, joviales, excitantes, afectivos e impulsivos.

**Naranja:** Posee fuerza activa, radiante y expansiva. Tiene un carácter acogedor, cálido, estimulante y una cualidad dinámica muy positiva y energética.

**Rojo:** Significa la vitalidad, es el color de la sangre, de la pasión, de la fuerza bruta y del fuego. Está ligado al principio de la vida, expresa la sensualidad, la virilidad, la energía; es exultante y agresivo. El rojo es el símbolo de la pasión ardiente y desbordada, de la sexualidad y el erotismo.

**Azul:** Es el símbolo de la profundidad. Inmaterial y frío, suscita una predisposición favorable. La sensación de placidez que provoca el azul es distinta de la calma o reposo terrestres, propios del verde. Expresa armonía, amistad, fidelidad, serenidad, sosiego... y posee la virtud de crear la ilusión óptica de retroceder. Este color se asocia con el cielo, el mar y el aire. El azul claro puede sugerir optimismo.

**Violeta:** Es el color de la templanza, de la lucidez y de la reflexión. Es místico, melancólico y podría representar también la introspección.

**Verde:** Es el color más tranquilo y sedante. Evoca la vegetación, el frescor y la naturaleza. Es el color de la calma indiferente: no

transmite alegría, tristeza o pasión. Cuando algo reverdece suscita la esperanza de una vida renovada.

**Marrón:** Es un color masculino, severo, confortable. Es evocador del ambiente local otoñal y da la impresión de gravedad y equilibrio. Es el color realista, tal vez porque es el color de la tierra que pisamos.

**Importancia del color:** El color es uno de los medios más subjetivos con el que cuenta el diseñador.

Tiene mucho poder de atracción o rechazo dependiendo del uso que se le dé. Los colores también dan sensación de movimiento.

Las emociones, sensaciones, y en definitiva todo lo que los colores pueden llegar a expresar y hacer sentir al espectador forma parte fundamental de la base de un buen diseño.

El color, como elemento claramente evidenciado de nuestro diseño, puede ser la clave de nuestro éxito. Tanto si pensamos como si no, si nos damos cuenta o no de ello, estamos cargando de significados cuando elegimos un color.

### 6.3.6 TENDENCIAS DEL DISEÑO WEB PARA EL 2010

Siempre es difícil predecir el futuro, y es aún más cierto cuando se habla de la web. El Internet continúa evolucionando de manera rápida y en tantas direcciones, debido en gran parte a las diversas herramientas de medios sociales, haciendo que la web sea accesible a personas que nunca soñaron ser parte de ella. Aquí está una lista de las tendencias de diseño que van a desempeñar un papel importante durante el presente año 2010:

**Integración de redes sociales:** Esto ha sido la gran tendencia de los dos últimos años, y sólo continuará a aumentar de tamaño. Con vínculos a ellos, al utilizar aplicaciones de ellos ayuda a construir comunidades alrededor de los productos, ideas y causas. Cada vez más las personas están pasando tiempo en línea, buscando conectarse con personas afines y compartir sus vidas y su información.

**Espacios en blanco:** Es más limpio, más fácil para los ojos y fácil de encontrar lo que se busca. El blanco es un buen color para ayudar a que los distintos elementos de una página web se destaquen. A veces la simplicidad es la clave.

**Los iconos y elementos visuales:** Estilísticamente los iconos representan en una pequeña imagen todo el contenido de una sección. Son fáciles de reconocer para las personas y la gente los nota más rápido que el texto.

**Ventanas emergentes:** Son aplicaciones de código abierto que producen limpieza en el diseño y enfocan al usuario sobre la información que se presenta, ya sea esta una imagen, texto o un vídeo. Esta pequeña herramienta ayuda a la presentación a recorrer un largo camino.

### 6.3.7 MINIMALISMO

Es una tendencia cuyo origen está en la música, pero que influyó fuertemente al interiorismo y a la arquitectura. Surge en EE.UU. durante la década de los

años 60 del siglo XX, pero su explosión vendría en los 70, al reaccionar contra la catarata cromática del pop art, e invitar a un estilo más reposado en el que prevalecen los espacios amplios y los tonos suaves. Wollheim fue el primero que utilizó el término, sin embargo, es la frase 'menos es más', popularmente atribuida a Mies Van der Rohe, la que aparece como lema de esta corriente. La reducción de las formas a lo elemental, así como la predilección por emocionar a través de la mínima expresión, fueron los principales criterios que eligieron los primeros minimalistas de la pintura y la escultura. Dentro de la arquitectura, el orden, la sobriedad y el alto influjo del racionalismo precedente, marcan la edificación en su conjunto. En la decoración, priman las líneas rectas, la ausencia de ornamentos y florituras, los muebles sencillos y funcionales, la disposición ordenada y los acabados finos.

**EJEMPLO DE DECORACIÓN MINIMALISTA**  
*SE DESTACA POR REDUCIR LA DECORACIÓN CON MÍNIMOS ELEMENTOS*



# [VII]

## PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

EN ESTA PARTE SE JUSTIFICA CÓMO LAS CIENCIAS, LAS ARTES, TENDENCIAS Y LAS TEORÍAS RECOPIADAS SE PONEN EN PRÁCTICA EN LA TEORÍA DEL PROYECTO.

### 7.1 APLICACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA EN EL MARCO TEÓRICO

#### 7.1.1 APLICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN PARA EL DISEÑO DE UN ESPACIO INTERACTIVO

La comunicación es sin duda la base de todo el proyecto, empezando por el hecho de que el objetivo principal del sitio es intercambiar información de una entidad a otra, o sea, comunicación.

Es importante definir como se aplicarán los elementos de la comunicación en el sitio:

- ◆ **Código:** La lengua española.
- ◆ **Canal:** Audiovisual
- ◆ **Emisor:** Usuario registrado en el sitio.
- ◆ **Receptor:** Visitante del sitio.
- ◆ **Mensaje:** El contenido de cada reporte.

#### 7.1.2 APLICACIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO PARA UN ESPACIO INTERACTIVO PARA LOS LECTORES DEL SITIO WEB DE ELPERIÓDICO

El diseño será la base técnica para comunicar y desarrollar gráficamente el sitio, al sintetizar diferentes aspectos como la Imagen Corporativa el elPeriódico.

El diseño del proyecto se realizará con los siguientes programas de diseño:



- ◆ **Adobe Dreamweaver CS4:** Este programa servirá de plataforma para la edición de texto de los cuatro diferentes lenguajes de programación utilizados para este sitio; HTML, CSS, PHP y JavaScript.
- ◆ **Adobe Photoshop CS4:** Se utilizará para la digitalización del bocetaje y su posterior traslado al sitio en distintas imágenes con formatos GIF, JPG y PNG.

#### 7.1.3 APLICACIÓN DEL COLOR AL DISEÑO DE UN ESPACIO INTERACTIVO

El color que prevalecerá en la página será el mismo rojo del logo de elPeriódico, cuyo código de color RGB es #CA0002. El encabezado y márgenes de la página serán rojos debido a que estos espacios son los más visibles del sitio y se quiere lograr una inmediata identificación del usuario con la imagen corporativa de elPeriódico.

Se aplicará una escala de colores grises para elementos de la navegación y para las distintas cajas de texto, y el azul y el verde para algunos encabezados, botones y mensajes de alerta.

Estos son los colores que se emplearán en el sitio con sus respectivos códigos de color RGB:



#### 7.1.4 APLICACIÓN DE LA COMPOSICIÓN AL DISEÑO DE UN ESPACIO INTERACTIVO

La diagramación del sitio estará contenida en un espacio de 960 pixeles de ancho alineado hacia el centro. Esta medida es ideal, ya que se ajusta a cualquier tamaño y resolución de pantalla.

Dentro del contenedor se utilizará una columna lateral (sidebar en inglés) de 265 pixeles de ancho alineada hacia la izquierda y una columna de contenido general de 600 pixeles de ancho alineada hacia la derecha.

La familia tipográfica que se empleará para todo el sitio será: "Trebuchet MS", Arial, Helvetica, sans-serif. Los principales sistemas operativos (Windows, Mac y Linux) reconocen estas tipografías, por lo cual los navegadores no se verán en necesidad de aplicar una tipografía ajena a estas.

#### 7.1.5 APLICACIÓN DEL INTERNET AL DISEÑO DE UN ESPACIO INTERACTIVO

El Internet será la plataforma en la cual se publicará y se dará a conocer el sitio, al aprovechar su creciente popularidad como medio de comunicación masiva.

El sitio se colocará en el servidor que actualmente utiliza elPeriódico y se creará en éste un subdominio, el cual será la ruta de acceso para todos los usuarios del sitio.

#### 7.1.6 APLICACIÓN DEL DISEÑO WEB AL DISEÑO DE UN ESPACIO INTERACTIVO

El desarrollo del sitio, luego de haber sido diseñado en los programas de diseño anteriormente mencionados, se llevará a cabo con los lenguajes de programación HTML, CSS, PHP y JavaScript.

El HTML servirá para crear la maquetación en crudo, para definir aspectos como el nombre del sitio con la etiqueta <title>, el contenido con la etiqueta <body> y los encabezados con las etiquetas <h1>, <h2>, <h3>, <h4>, <h5> y <h6> entre otros.

El CSS, el cual es el lenguaje de programación utilizado para la estilización del sitio, se creará en un archivo externo denominado yoreporto.css. Esta hoja de estilo será anclada por medio del HTML a todas las páginas del sitio. Es aquí donde se aplican los colores RGB del sitio, donde se definen los tamaños de altura y ancho en pixeles (px) y donde se hace llamado a las distintas imágenes que componen la interface.

El PHP, el cual es el lenguaje de programación que ejecuta acciones del lado del servidor, se utilizará para guardar la información proporcionada por los usuarios como nombres, edades, fecha de afiliación, etc. dentro de la base de datos MySQL alojada en el servidor.

Además, el PHP permitirá que el usuario realice acciones más complicadas como la de subir sus archivos de imagen o video al servidor y automáticamente reducir éstos para lograr tamaños optimizados para la web.

Por último el lenguaje JavaScript, el cual se ejecuta del lado del usuario, servirá para que los diferentes despliegues y animaciones hagan que el sitio sea más fácil de usar, como por ejemplo: pestañas que desplegarán distintos contenidos, ventanas emergentes (pop up) para el sistema de registro e ingreso a la página y el desplazamiento de contenidos que mostrarán los perfiles de los reporteros destacados en la página de inicio.

La ventaja de este lenguaje en comparación con Flash y el ActionScript es que la mayoría de exploradores lo soportan y no necesita la instalación de ningún plugin para su visualización. Además su eficaz tiempo de carga lo hace mucho más efectivo.

### 7.1.7 APLICACIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA AL DISEÑO DE UN ESPACIO INTERACTIVO

Para unificar el diseño con la Imagen Corporativa de el Periódico se tomarán aspectos característicos de la marca; colores, formas, tipografías, etc. y se emplearán en el sitio de distintas maneras.

Se aplicará el color rojo distintivo del logo de el Periódico, el cual la empresa también unifica en algunos detalles de su publicación en papel y en su página web.

De igual manera la familia tipográfica será la misma que se utiliza en el logo, en los textos de su publicación en papel y en su página web.

## 7.2 CIENCIAS AUXILIARES, ARTES, TEORÍAS Y TENDENCIAS

### 7.2.1 APLICACIÓN DE LA SEMIOLOGÍA AL DISEÑO DE UN ESPACIO INTERACTIVO

Esta ciencia será aplicada para determinar qué íconos web se deberán utilizar en el sitio para crear un fácil entendimiento sobre su uso en los usuarios. Es primordial que cuando los usuarios vean el ícono por primera vez asocien inmediatamente a que se refiere y cuál es su función.

### 7.2.2 APLICACIÓN DE LA TEORÍA DEL COLOR AL DISEÑO DE UN ESPACIO INTERACTIVO

La teoría será útil para decidir de qué manera se desea dirigir la atención de los usuarios del sitio para que ésta tenga un orden lógico.

Es necesario que lo primero que vean los usuarios al ingresar al sitio sea el logotipo, el cual estará colocado estratégicamente en la esquina superior izquierda sobre el fondo rojo del encabezado. Este creará un contraste que hará que el logotipo sea aun más visible.

### 7.2.3 APLICACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR AL DISEÑO DE UN ESPACIO INTERACTIVO

Los colores a utilizar en toda la estructura del sitio serán el rojo, blanco, azul, verde y una gama de grises.

Los colores cálidos se proyectan hacia fuera y atraen la atención, por esta razón se utilizará el rojo para el encabezado y el marco de la página. Esto logrará que el usuario fije su atención primeramente en el logo y la navegación (que es lo primero que se debe localizar en cualquier sitio), y luego enfocarán su atención en el contenido, gracias al margen rojo.

En contraparte al color rojo, se empleará el blanco como fondo de todas las páginas debido a que los colores claros descubren los alrededores y sugieren liviandad, descanso, suavidad y fluidez. Esto a su vez facilitará la lectura del contenido y creará un diseño limpio, al seguir ante todo la tendencia minimalista.

La gama de tonalidades grises, que también son colores claros, se utilizará para hacer encuadres y rellenos de cajas de texto.

El verde y el azul, los cuales son colores fríos, se aplicarán únicamente para botones y algunos títulos debido a que transmiten fuerza y estabilidad.

### 7.2.4 APLICACIÓN DE LAS TENDENCIAS DEL DISEÑO WEB PARA EL 2010 AL DISEÑO DE UN ESPACIO INTERACTIVO

Se tomarán muy en cuenta las tendencias del diseño web del año 2010. Por ejemplo, según las tendencias los espacios blancos en las páginas deben ser predominantes, por lo cual todos los fondos del sitio web serán de este color.

Otra tendencia muy importante es la integración del sitio con las redes sociales como Facebook, Twitter y Youtube entre otras, por lo que estas se aplicarán en varios aspectos del sitio.

Además, el uso de ventanas emergentes, que como ya mencionamos se emplearán para el sistema de registro e ingreso a la página, son una tendencia que se impuso en este año debido a que producen limpieza en el diseño y enfocan al usuario sobre la información que se presenta, ya sea ésta una imagen, texto o un vídeo.

### 7.2.5 APLICACIÓN DEL MINIMALISMO AL DISEÑO DE UN ESPACIO INTERACTIVO

El concepto fundamental de esta tendencia es: “La reducción de las formas a lo elemental” y será aplicada en el diseño del sitio debido a que se busca ante todo crear una interfaz simple y visualmente limpia, que a su vez tiene la ventaja de hacer que el tiempo de carga del sitio sea más rápido.

## 7.3 CONCEPTUALIZACIÓN

A continuación se presenta la metodología y el concepto de diseño a utilizar para la realización del sitio, así como la frase sobre la cual se plantea su forma.

### 7.3.1 MÉTODO

“La conceptualización es una perspectiva abstracta y simplificada del conocimiento que tenemos del mundo, y que por cualquier razón queremos representar. Conceptualizar, por lo tanto, puede ser considerado como el desarrollo o construcción de ideas abstractas a partir de la

experiencia: nuestra comprensión consciente (no necesariamente verdadera) del mundo”.<sup>10</sup>

Con base en la definición anterior, partimos de un método de conceptualización denominado lluvia de ideas (Brainstorming), la cual es una herramienta que facilita el surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado. La lluvia de ideas es una técnica para generar ideas originales y nos apoyaremos en ella para capturar el concepto que se está buscando para este sitio.

A continuación podemos ver una tabla en la que se enlistan todas las palabras que surgieron en la lluvia de ideas:

interactividad	inmediatez	cámara	público
usuario	noticias	Yo, tú, nosotros	Guatemala
información	comunidad	publicar	guate
reporte	facilidad	periódico	región
Reportero/a	accesibilidad	periodismo	enviar
pertenencia	audiovisual	periodista	mostrar

Luego se extrajeron las palabras que mejor encajaban con el objetivo del sitio y se combinaron para crear los siguientes conceptos:

**Resultados:** yoReportero, tuReportero, yoInformo, yoReporto, tuInformas, yoPublico, GuateReporta, GuateInforma.

### 7.3.2 DEFINICIÓN DEL CONCEPTO

A partir de la aplicación de la lluvia de ideas se llegó a un concepto que encierra todos los objetivos que se buscan en este proyecto; ese concepto es “yoReporto”, el cual además será utilizado como el nombre propio del sitio.

“yoReporto” les da a los usuarios del sitio un sentido de pertenencia a lo que en este caso sería una “comunidad cibernética”, en la que ellos pueden interactuar con otros usuarios por medio de diferentes herramientas y realmente contribuir a que esta crezca por medio de sus intercambios de información.

<sup>10</sup> Fuente: La conceptualización - www.knowledgemanager.us

EL DISEÑO DEL SITIO REQUIERE BÁSICAMENTE DE TRES LÍNEAS GRÁFICAS; EL LOGOTIPO, LA ESTRUCTURA DEL SITIO (LAYOUT) Y LOS ÍCONOS WEB.

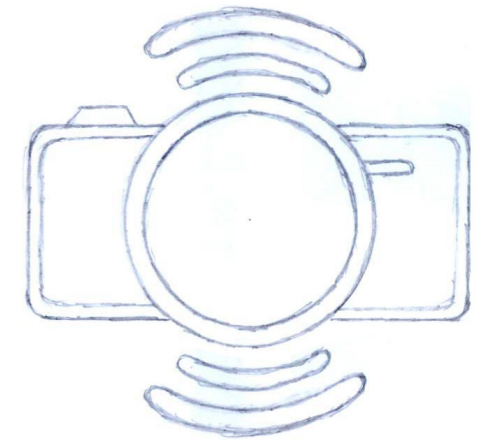
A CONTINUACIÓN PODEMOS VER LAS DIFERENTES PROPUESTAS QUE SE REALIZARON PARA CADA UNA DE ESTAS, EMPEZANDO CON EL LOGOTIPO.

# 7.4 BOCE- TAJE

Esta propuesta busca integrar el grafismo de una cámara fotográfica con distintos elementos que connotan conceptos relacionados con este tema, como por ejemplo: "la expansión de la información".

## BOCETO

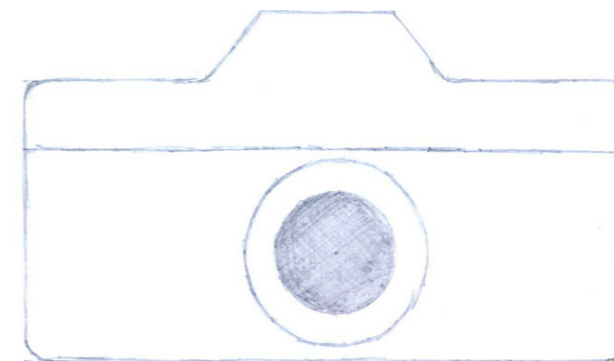
# #1



Integra el grafismo de una cámara fotográfica junto con unas líneas onduladas en la parte superior e inferior que connotan la difusión y expansión de la información.

## BOCETO

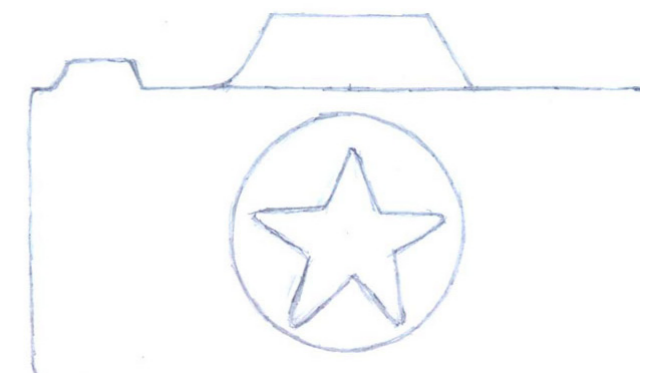
# #2



Es un grafismo de una cámara fotográfica. Se pretende lograr una asimilación rápida con el concepto de multimedia y noticia en quien ve el logotipo por primera vez.

## BOCETO

# #3



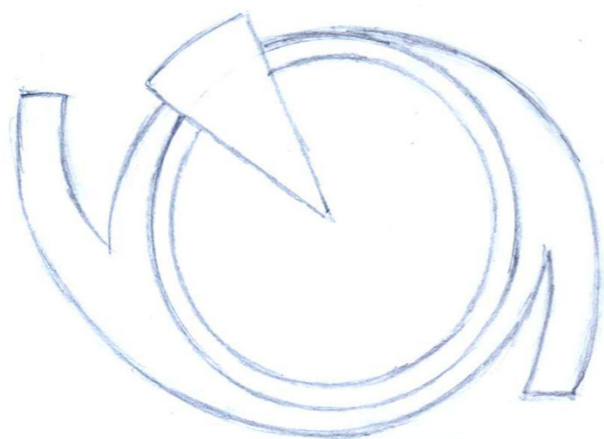
Es muy similar al anterior con la diferencia que se agregó una estrella en el lente de la cámara. Este detalle connota importancia y notoriedad; sentimientos que se pretende que los reporteros de yoReporto asuman como propios al ser ellos las "estrellas" de este sitio.



Esta propuesta busca integrar la silueta de un ojo humano con diferentes componentes relacionandos con los medios audiovisuales como lo es un rollo de film o el indicador de una línea de tiempo en un reproductor de video.

## BOCETO

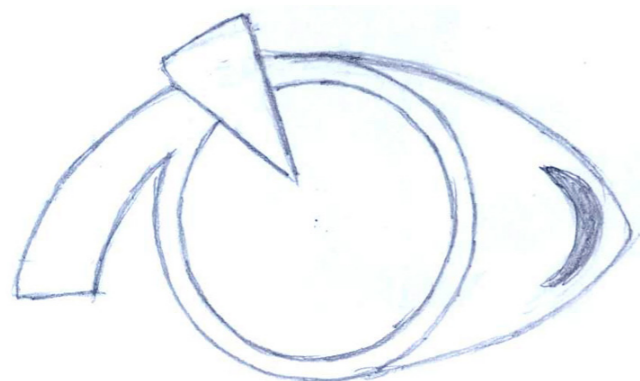
### #1



Es un grafismo abstracto de un ojo humano. Dentro del ojo se colocó una especie de aguja, la cual junto con la circunferencia del ojo, hacen alusión a un reloj. El reloj es muy utilizado en iconos de tipo multimedia, como por ejemplo el logotipo de Quicktime (reproductor multimedia de la empresa Apple).

## BOCETO

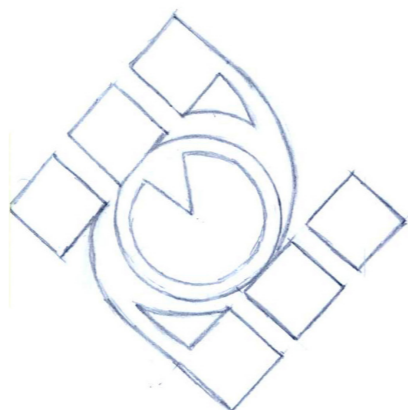
### #2



Es muy parecido al anterior, con la única diferencia que se cambió su extremo derecho a una forma más ovalada para hacer una alusión más parecida al ojo humano.

## BOCETO

### #3

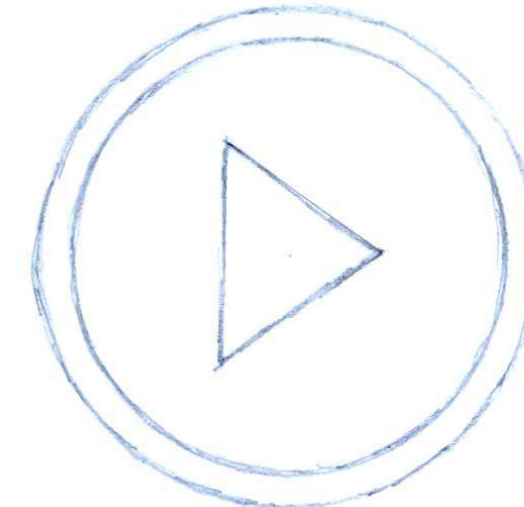


Es un grafismo bastante abstracto que combina la silueta de un ojo humano junto con una serie de cuadros colocados en forma perpendicular que sugieren ser un rollo de película (film).

Esta propuesta busca integrar la silueta de un ojo humano, que representa la visión de los sucesos, con el mundialmente reconocido icono de reproducir, el cual representa la presencia de una aparato audiovisual. En conjunto simbolizan la captura humana de un suceso a través de un dispositivo audiovisual

## BOCETO

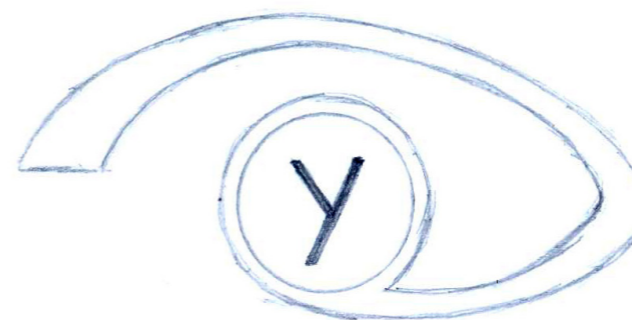
### #1



Es muy simple pero muy fácil de interpretar ya que representa el mundialmente reconocido ícono de "reproducir", que normalmente utilizan las cámaras de video.

## BOCETO

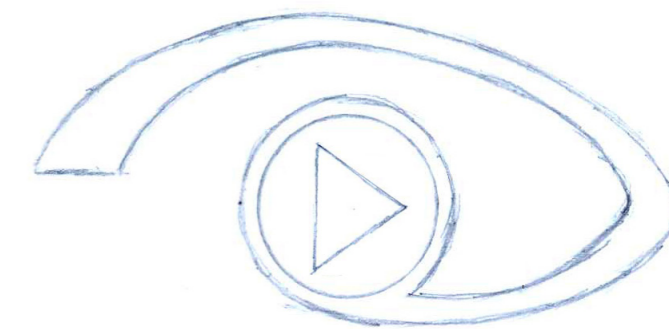
### #2



Combina la silueta de un ojo humano con la letra "Y", que representa al nombre "yoReporto"

## BOCETO

### #3



Combina la silueta de un ojo humano con el ícono de "reproducir", que normalmente utilizan las cámaras de video.

Para esta propuesta se abandonó la línea gráfica que se había tomado para respetar la imagen corporativa de elPeriódico, por lo que se utilizó el nombre “yoReporto” como parte del logotipo; muy parecido al logo de elPeriódico.

## BOCETO

#1



Combina la palabra “yoReporto” con una serie de íconos utilizados para operar cámaras de video. Los íconos se colocaron en la parte derecha del logotipo dándole relevancia al ícono de “reproducir”.

## BOCETO

#2



Combina la palabra “yoReporto” con una serie de íconos utilizados para operar cámaras de video. Este logotipo es parecido al anterior con la única diferencia de que los íconos son todos del mismo tamaño.

## BOCETO

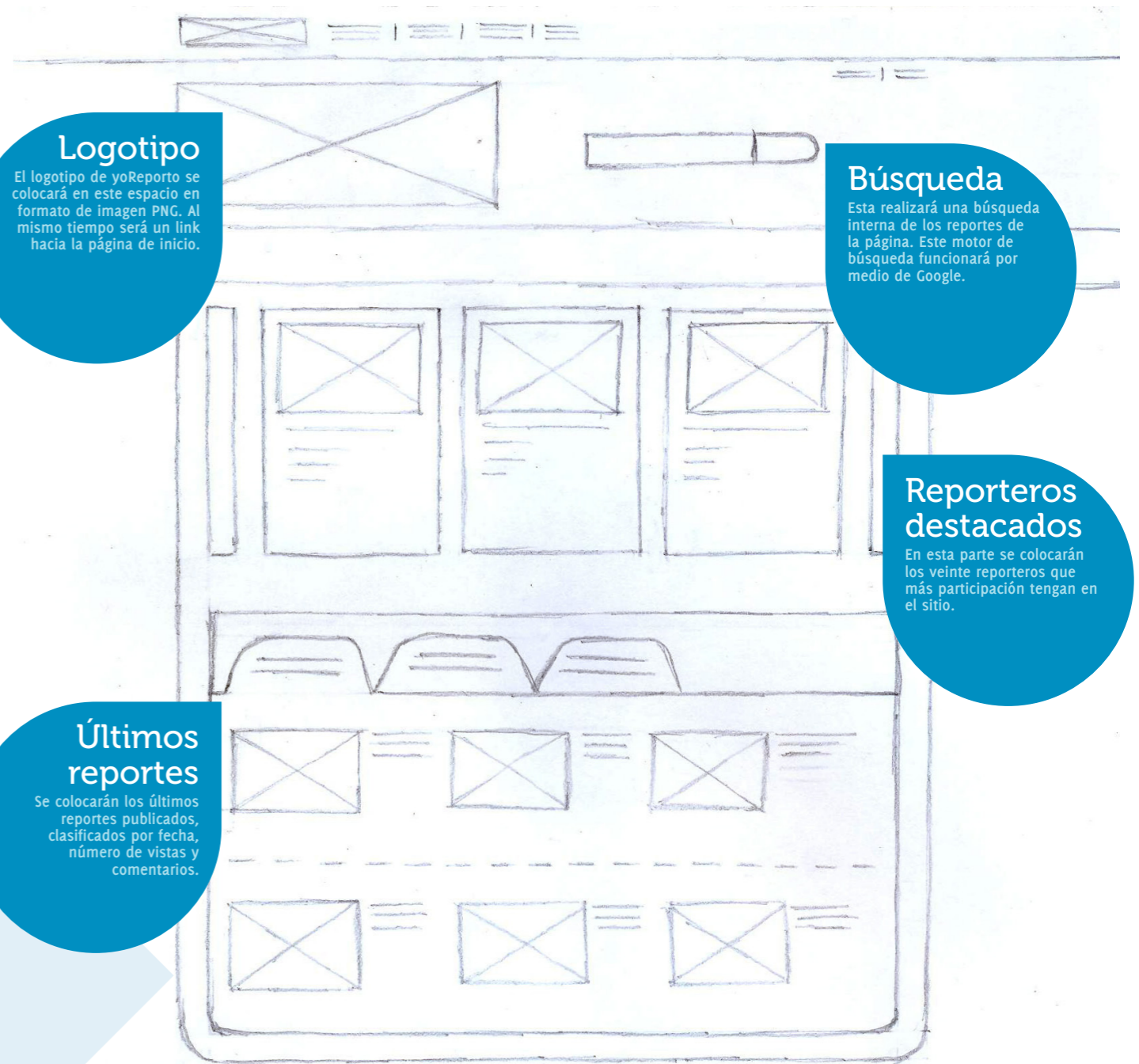
#3



Combina la palabra “yoReporto” con una serie de íconos utilizados para operar cámaras de video. Los íconos se colocaron horizontalmente en la parte inferior de la palabra “yoReporto”.

A CONTINUACIÓN PODEMOS VER UN BOCETO DE LAS TRES PLANTILLAS PRINCIPALES QUE SE UTILIZARÁN PARA HACER TODA LA ESTRUCTURA DEL SITIO.

# 7.4.2 PLANTILLAS



### Logotipo

El logotipo de yoReporto se colocará en este espacio en formato de imagen PNG. Al mismo tiempo será un link hacia la página de inicio.

### Búsqueda

Esta realizará una búsqueda interna de los reportes de la página. Este motor de búsqueda funcionará por medio de Google.

### Reporteros destacados

En esta parte se colocarán los veinte reporteros que más participación tengan en el sitio.

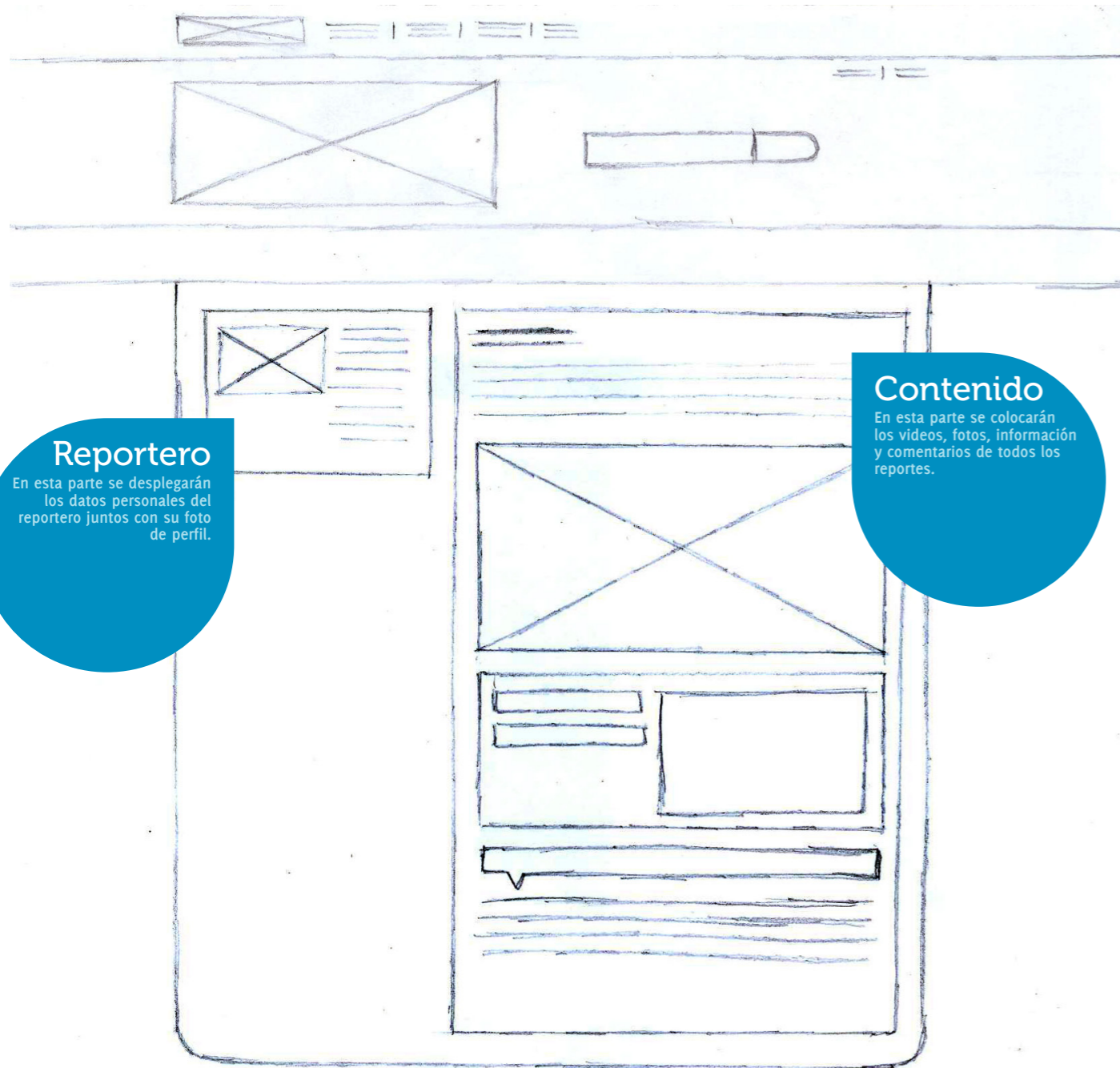
### Últimos reportes

Se colocarán los últimos reportes publicados, clasificados por fecha, número de vistas y comentarios.

## PLANTILLA #1

Esta plantilla es única, y será la que se utilizará para la página de inicio. En ella se colocará un encabezado que contiene el logo de yoReporto en la parte superior izquierda, una búsqueda en el medio y los links de “ingresar” y “registrarse” en la parte superior derecha.

Luego viene la barra horizontal de la navegación, seguido por un despliegue horizontal de los diez reporteros más destacados del sitio. Aquí aparecerá la imagen de perfil del reportero, su edad y la cantidad de reportes que ha subido.



### Reportero

En esta parte se desplegarán los datos personales del reportero juntos con su foto de perfil.

### Contenido

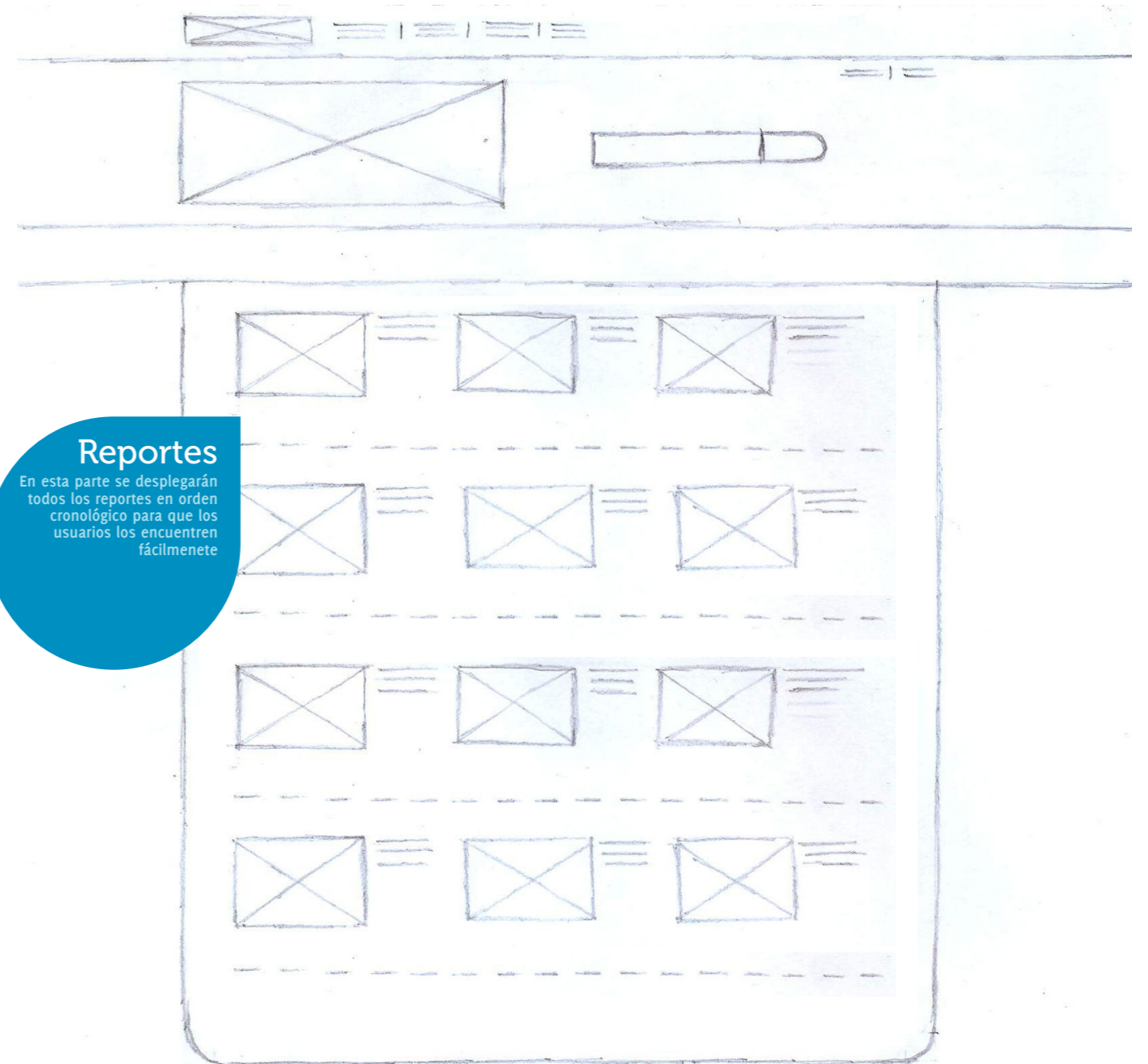
En esta parte se colocarán los videos, fotos, información y comentarios de todos los reportes.

# PLANTILLA #2

Se utilizará para la sección de "Reporte", "Perfil del Reportero", "Subir reporte" y "Mi perfil".

En esta se usará el mismo encabezado y navegación de la página principal, seguido por una pequeña caja de contenido en el lado izquierdo en donde se desplegará la imagen de perfil del reportero a quien corresponde el reporte, junto con su nombre, su fecha de afiliación al sitio y su país de nacimiento.

En el lado derecho se desplegarán todos los contenidos importantes de la página, como la información del reporte, las imágenes, videos y comentarios.



### Reportes

En esta parte se desplegarán todos los reportes en orden cronológico para que los usuarios los encuentren fácilmente.

# PLANTILLA #3

Se utilizará para las secciones de "foto Reportes" y "video Reportes" únicamente.

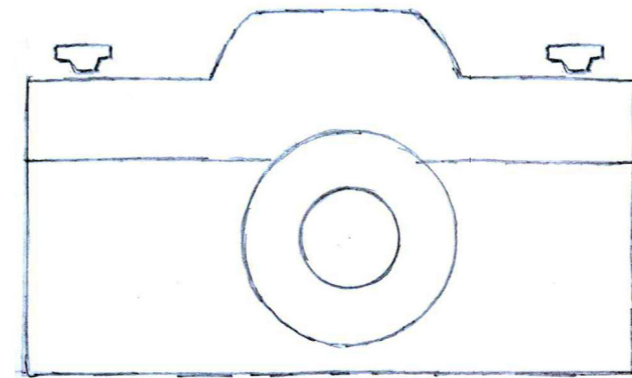
En ésta se utiliza el mismo encabezado y navegación de la página principal, seguido por una lista de quince reportes y al final una paginación, para que el usuario pueda navegar fácilmente y encontrar todos los reportes existentes en la página.

EN TODO EL SITIO SE MANEJARÁN CUATRO ÍCONOS QUE AYUDARÁN AL USUARIO A ENTENDER SU FUNCIONALIDAD RÁPIDAMENTE.

# 7.4.3 ÍCONOS WEB

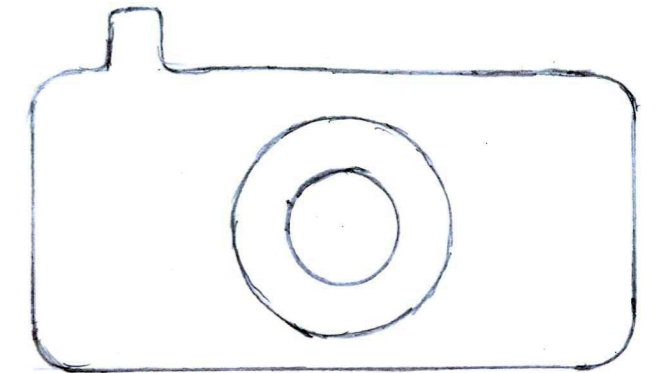
Este ícono representa una cámara fotográfica y se colocará en la vista previa de todos los reportes que contienen fotografías. Este ícono sirve para que el usuario pueda saber de antemano qué es lo que verá al entrar a dicho reporte y de esta manera decidir si le interesa verlo o no.

## BOCETO #2



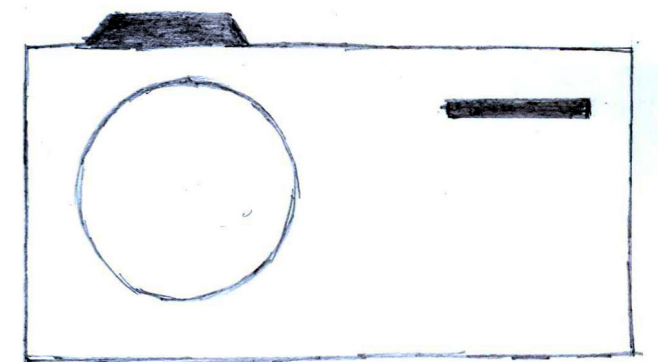
Es un grafismo de una cámara fotográfica de los años 80 debido a su estilo cuadrado, su flash céntrico y sus agarradores laterales (los cuales ya no se utilizan en cámaras fotográficas modernas).

## BOCETO #1



Es un grafismo en el que solo se representa el lente y el flash de una cámara fotográfica. Su estilo es moderno debido a que utiliza líneas curvas.

## BOCETO #3



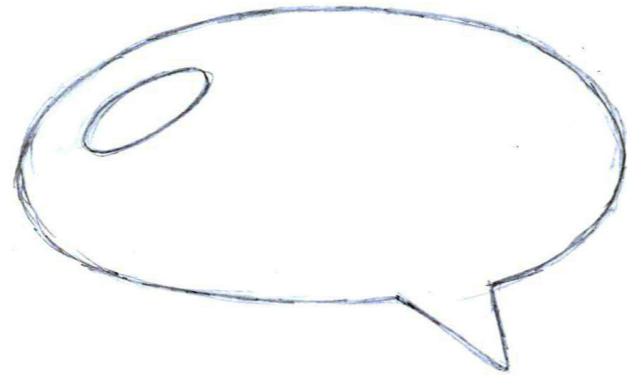
Es una versión simplificada de los dos íconos anteriores. Se retiraron detalles innecesarios y se mantuvo únicamente lo esencial; algo muy propio del estilo minimalista.

Este ícono es utilizado para representar la existencia de comentarios en el contenido de una nota o en este caso, un reporte. Este icono se colocará en todas las vistas previas de los reportes junto al número real de comentarios que contiene dicho reporte.

---

## BOCETO

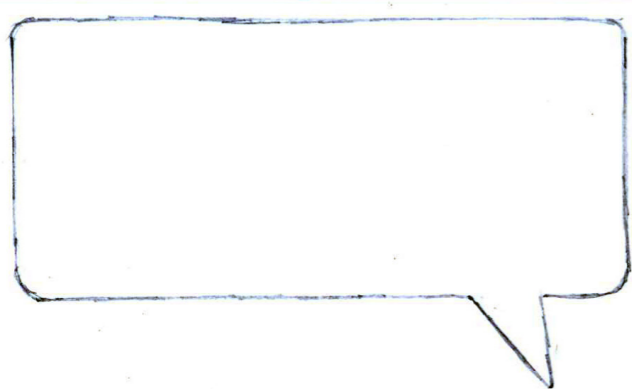
# #1



Es utilizado universalmente para indicar la existencia de una opinión, idea o pensamiento. En este caso se realizó en forma de "globo"; se colocó un óvalo con otro más pequeño en su interior para denotar una vista tridimensional y se colocó una punta de señalamiento en su extremo inferior derecho.

## BOCETO

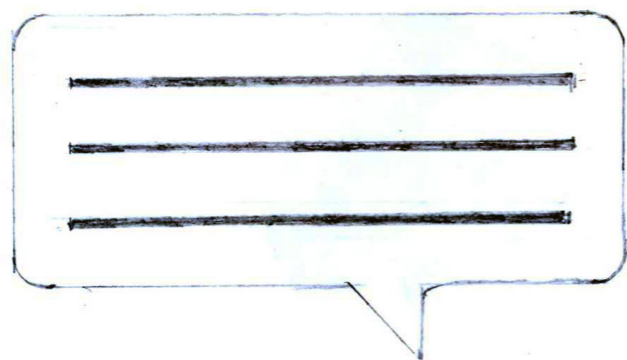
# #2



Consiste en un cuadrado con puntas redondas y una punta de señalamiento en su extremo inferior derecho. Se retiró el ovalo pequeño para simplificar el icono, al buscar siempre un estilo minimalista.

## BOCETO

# #3



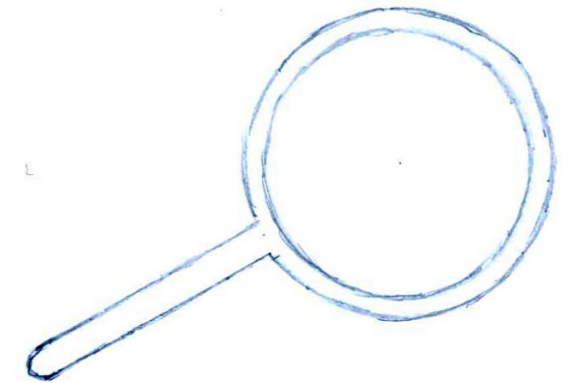
Es muy parecido al anterior con la única diferencia que se agregaron tres líneas horizontales en el interior del rectángulo para indicar la existencia de texto, que en este caso serían los comentarios.

Este ícono representa una lupa y es utilizado para indicar que se puede realizar una búsqueda en la página. Se colocará dentro del ingreso de búsqueda que se encuentra en la parte central del encabezado de la página. Este ícono es reconocido mundialmente para indicar que existe una búsqueda en la página.

---

## BOCETO

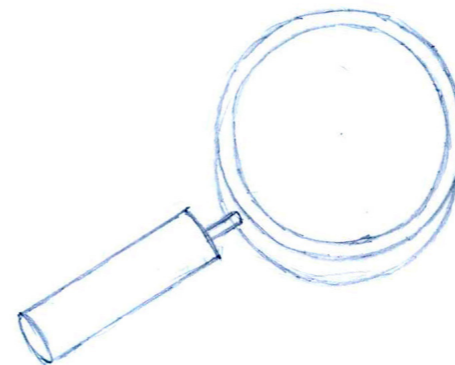
# #1



Es un grafismo muy básico de una lupa. Consiste en un círculo con una extremidad (la agarradera), colocado en forma perpendicular para darle dinamismo.

## BOCETO

# #2



Se le dio profundidad a todo el marco por medio de líneas que logran darle un efecto tridimensional a la lupa.

## BOCETO

# #3

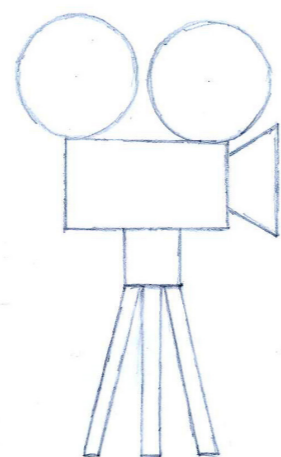


Se le dio profundidad a la agarradera y al cristal de la lupa por medio de sombreados.

Este ícono representa una cámara de video y se colocará en la vista previa de todo los reportes que contienen videos. Sirve para que el usuario pueda saber de antemano qué es lo que verá al entrar a dicho reporte y de esta manera decidir si le interesa verlo o no.

## BOCETO

# #1

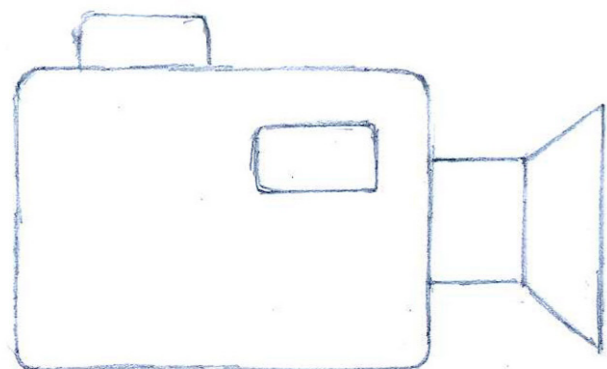


Representa una cámara de video de los años 40 - 50. Sus trazos rectos y formas simples (círculos, cuadrados, rectángulos) van acorde al estilo minimalista.

---

## BOCETO

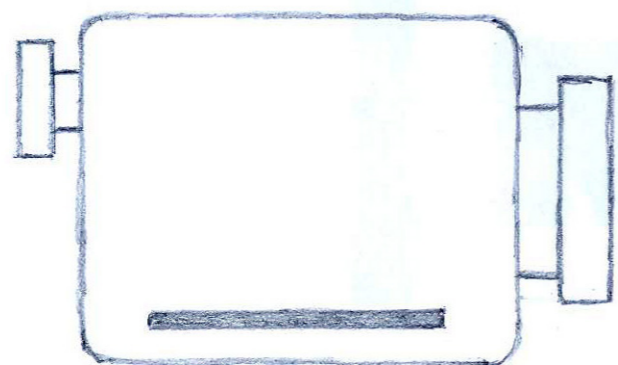
# #2



Representa una cámara de video de alto rendimiento, utilizadas para películas y televisión. Utiliza líneas rectas y bordes ondulados que van acorde al estilo minimalista.

## BOCETO

# #3



Representa una cámara de video portátil contemporánea. Al igual que los demás bocetos, cumple con el estilo minimalista. Se utilizará este ícono debido a que la mayoría de usuarios de yoReporto contarán con cámaras de este tipo, por lo cual lo identificarán más fácilmente.

EN ESTA PARTE DEL PROCESO SE DIGITALIZAN LOS BOCETOS POR MEDIO DEL PROGRAMA DE DISEÑO ADOBE PHOTOSHOP Y EN EL CASO DE LAS PLANTILLAS, SE MAQUETAN EN ADOBE DREAMWEAVER POR MEDIO DE LOS LENGUAJES DE PROGRAMACIÓN MENCIONADOS ANTERIORMENTE.

# 7.5 PRO- PUUESTA PRELI- MINAR



## 7.5.1 LOGOTIPO

Se aplicó un degradado de color #333333 a #FFFFFF en RGB con un borde blanco de 1px y una sobra paralela de 2px.

El logotipo está en formato de imagen PNG con transparencia, a una resolución de 72px (optimizado para la web) y en un tamaño de 296 x 70px.



# 7.5.2 PLAN- TILLAS



## PLANTILLA #1

Se aplicó el color rojo (#CA0002 en RGB) para el encabezado, la navegación de las pestañas y el marco.

El espacio del contenido central del sitio es de 960px de ancho mientras que el encabezado tiene un ancho infinito, por lo cual siempre ocupará el ancho completo de cualquier monitor (Este layout se repite en las tres plantillas del sitio).

**Por: Daniel Castaneda**

Miembro desde: 2010-09-15 [PERFIL DEL REPORTERO](#)

**NO HAY FOTO DISPONIBLE**

Búscanos en Facebook

**Yoinformo**

Me gusta

A 7 personas les gusta Yoinformo

Daniel

Eduardo

Habla

Drew

Patty

Sofia

Mapache

[Plugin social de Facebook](#)

Enviar reporte
 Facebook
 Twitter

**Derrumbe**

Guatemala, Guatemala // 2010-09-27

Este vídeo muestra cómo otra vez se ha derrumbado parte de la carretera en Boca del Monte. Definitivamente, creo que esta situación es una ruleta rusa y que si esto no se arregla pueden haber muertos. Ojalá las autoridades decidan hacer algo.

Enviar reporte
 Facebook
 Twitter

**Agregar comentario:**

Nombre y Apellido:  (obligatorio)

Email:  (obligatorio)

Comentario:

Escriba el siguiente código de autenticación, así nos ayuda a bloquear los mensajes basura (SPAM).

ZCY3s  (obligatorio)

**Reglas para comentar en el foro**

Este espacio es para promover el diálogo, compartir, discutir y argumentar sobre el reporte publicado, únicamente.

Se prohíben mensajes que contengan:

- Ataques personales, insultos, acusaciones o faltas de respeto
- Mensajes incoherentes, sin objeto alguno o comerciales
- Mensajes con spam, lenguaje sms o escrito todo en mayúsculas
- Mensajes con contenido racista, sexista, o cualquiera que discrimine
- Mensajes de contenido pornográfico
- Piratería, o mensajes que permitan el uso ilícito de material con derechos de autor

Nos reservamos el derecho de editar o eliminar cualquier mensaje que no cumpla con las condiciones anteriores. Y de ser necesario bloquear a usuarios.

0 comentarios:

No hay comentarios publicados por el momento

yoReporto es un servicio de [elPeriodico](#). Todos los derechos reservados 2010.

# PLANTILLA #2

Aquí el contenido principal se divide en dos: Una barra lateral al lado izquierdo de 265px de ancho y una barra de contenido al lado derecho de 600px de ancho (la altura en ambos dependerá de su contenido).

Se integran en la barra lateral el servicio "Hazte fan" de Facebook y en la barra de contenido los videos de Youtube y galerías de imágenes con un ancho fijo de 600px.

**Accidente**

0 comentarios // Publicado: 2010-09-28

**Derrumbe**

0 comentarios // Publicado: 2010-09-28

**Peligro de derrumbe**

0 comentarios // Publicado: 2010-09-22

---

**Accidente**

0 comentarios // Publicado: 2010-09-28

**Derrumbe**

0 comentarios // Publicado: 2010-09-28

**Peligro de derrumbe**

0 comentarios // Publicado: 2010-09-22

---

**Accidente**

0 comentarios // Publicado: 2010-09-28

**Derrumbe**

0 comentarios // Publicado: 2010-09-28

**Peligro de derrumbe**

0 comentarios // Publicado: 2010-09-22

---

**Accidente**

0 comentarios // Publicado: 2010-09-28

**Derrumbe**

0 comentarios // Publicado: 2010-09-28

**Peligro de derrumbe**

0 comentarios // Publicado: 2010-09-22

---

**Accidente**

0 comentarios // Publicado: 2010-09-28

**Derrumbe**

0 comentarios // Publicado: 2010-09-28

**Peligro de derrumbe**

0 comentarios // Publicado: 2010-09-22

yoReporto es un servicio de [elPeriodico](#). Todos los derechos reservados 2010.

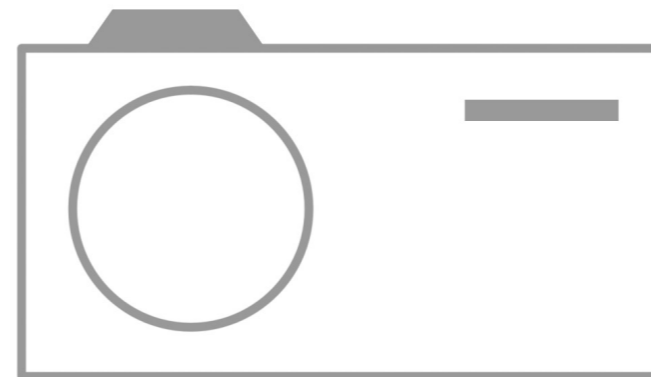
# PLANTILLA #3

En esta plantilla el espacio de contenido central se divide en tres columnas en las que se colocan las galerías de videos e imágenes.

Cada columna tiene un ancho de 279px y un alto de 150px. Contiene una pequeña imagen de muestra de 120 x 84px junto con el título, descripción, fecha de publicación y número de comentarios de cada reporte.

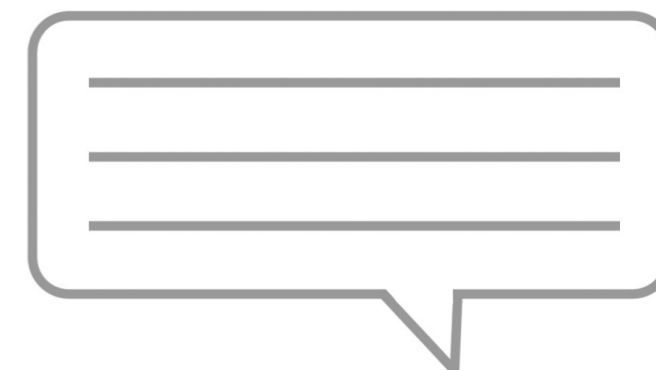
# 7.5.3 ÍCONOS WEB

ÍCONO  
#1



Se utilizará en un tamaño de 13 x 13px a una resolución de 72px en formato GIF con transparencia optimizado para la web.

ÍCONO  
#2



Se utilizará en un tamaño de 16 x 16px a una resolución de 72px en formato JPG optimizado para la web.

ÍCONO  
#3



Se utilizará en un tamaño de 19 x 19px a una resolución de 72px en formato GIF optimizado para la web.

ÍCONO  
#4



Se utilizará en un tamaño de 13 x 13px a una resolución de 72px en formato GIF con transparencia optimizado para la web.

# [VIII]

# VALIDACIÓN TÉCNICA

EN ESTA PARTE SE EVALÚA CUALITATIVA Y CUANTITATIVAMENTE LA EFECTIVIDAD QUE PRESENTA EL MATERIAL DISEÑADO EN FUNCIÓN DE DAR RESPUESTA A LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE, LOS OBJETIVOS DEL PROYECTO Y LA FUNCIONALIDAD DEL PROYECTO.



FUENTE: ERICMARTINSON.NET

La validación de este proyecto se llevará a cabo por medio de una encuesta, que se segmentará para el público objetivo, el cliente y los expertos en la materia.

La encuesta es un estudio observacional en la que el investigador no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento). Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística

en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación.

## 8.1 POBLACIÓN Y MUESTREO

La población es el conjunto de todos los elementos que son objeto del estudio estadístico. La muestra es un subconjunto, extraído de la población (mediante técnicas de muestreo), cuyo estudio sirve para inferir características de toda la población, y el individuo es cada uno de los elementos que forman la población o la muestra. Existen dos tipos de muestreo:

- ♦ **Muestreo no probabilístico:** Puede haber clara influencia de la persona o personas que seleccionan la muestra o simplemente se realiza al atender a razones de comodidad.
- ♦ **Muestreo probabilístico:** Todos los individuos de la población pueden formar parte de la muestra, tienen probabilidad positiva de formar parte de la muestra.

SE BUSCA SEGMENTAR DEMOGRÁFICAMENTE UNA MUESTRA PROBABILÍSTICA DE 30 INDIVIDUOS POR EL CRITERIO QUE SE CONSIDERA MÁS RELEVANTE, LA EDAD. PARA ESTO SE TOMARÁ LA POBLACIÓN DE USUARIOS ACTIVOS DE INTERNET EN GUATEMALA (2,431,453 INDIVIDUOS) Y SE HARÁ UNA ECUACIÓN PARA DETERMINAR CUANTOS INDIVIDUOS DE CADA SEGMENTO FORMARÁN LA MUESTRA.

A CONTINUACIÓN SE PRESENTAN LAS ECUACIONES QUE SE UTILIZARON PARA DETERMINAR LA MUESTRA DEL GRUPO OBJETIVO.

INDIVIDUOS DE 18 - 30 AÑOS:  
1,361,613 (56%)

$$\frac{30}{2,431,453} = \frac{X_1}{1,361,613}$$

$$X_1 = 16.79 \approx 17$$

INDIVIDUOS DE 31 - 40 AÑOS:  
957,581 (40%)

$$\frac{30}{2,431,453} = \frac{X_2}{957,581}$$

$$X_2 = 11.81 \approx 12$$

INDIVIDUOS DE 41 - 50 AÑOS:  
97,258 (4%)

$$\frac{30}{2,431,453} = \frac{X_3}{97,258}$$

$$X_3 = 1.19 \approx 1$$

Para la encuesta a los clientes se tomará su población de tres individuos:

- ♦ **Ing. Rubén Zamora** – Presidente y propietario de elPeriódico
- ♦ **Ing. Pablo Chacón** – Jefe de Informática de elPeriódico
- ♦ **Lic. Luis Assardo** – Editor Web de elPeriódico

Por último, para los expertos se tomará una muestra no probabilística de diez individuos de la población de catedráticos de la Facultad de Comunicación y Diseño (FACOM) de la Universidad Galileo:

- ♦ Lic. José Manuel Monroy
- ♦ Lic. Alberto Morales
- ♦ Licda. Lourdes Doniz
- ♦ Lic. Jorge Letona
- ♦ Lic. Carlos Franco
- ♦ Licda. Wendy Franco
- ♦ Lic. Erick Estrada
- ♦ Lic. Sergio Valenzuela
- ♦ Licda. Tania Cobos García
- ♦ Licda. Elsie Sierra

## 8.2 MÉTODO E INSTRUMENTOS

Se han creado tres instrumentos de validación diferentes y dedicados para el público objetivo, el cliente y los expertos en la materia. La encuesta constará de doce preguntas de selección múltiple con tres posibles respuestas, de las cuales se podrán seleccionar una o más a la vez.

Las preguntas serán dirigidas de distinta manera para cada segmento y a su vez serán divididas en tres secciones:

- ♦ **Parte objetiva:** Se validan los objetivos específicos del proyecto.
- ♦ **Parte de expresión gráfica:** Se validan todos los aspectos relacionados a colores, tipografías y formas.
- ♦ **Parte semiológica:** Se validan los aspectos relacionados con valores, emociones y sentimientos que transmiten los elementos del sitio.

Los factores específicos a evaluar por medio de los instrumentos serán:

- ♦ La funcionalidad del sitio
- ♦ La gama de colores utilizada en el sitio
- ♦ La relación del sitio con la imagen corporativa de elPeriódico
- ♦ La interpretación de los íconos
- ♦ La aplicación de la tipografía
- ♦ El logotipo
- ♦ El nombre del sitio

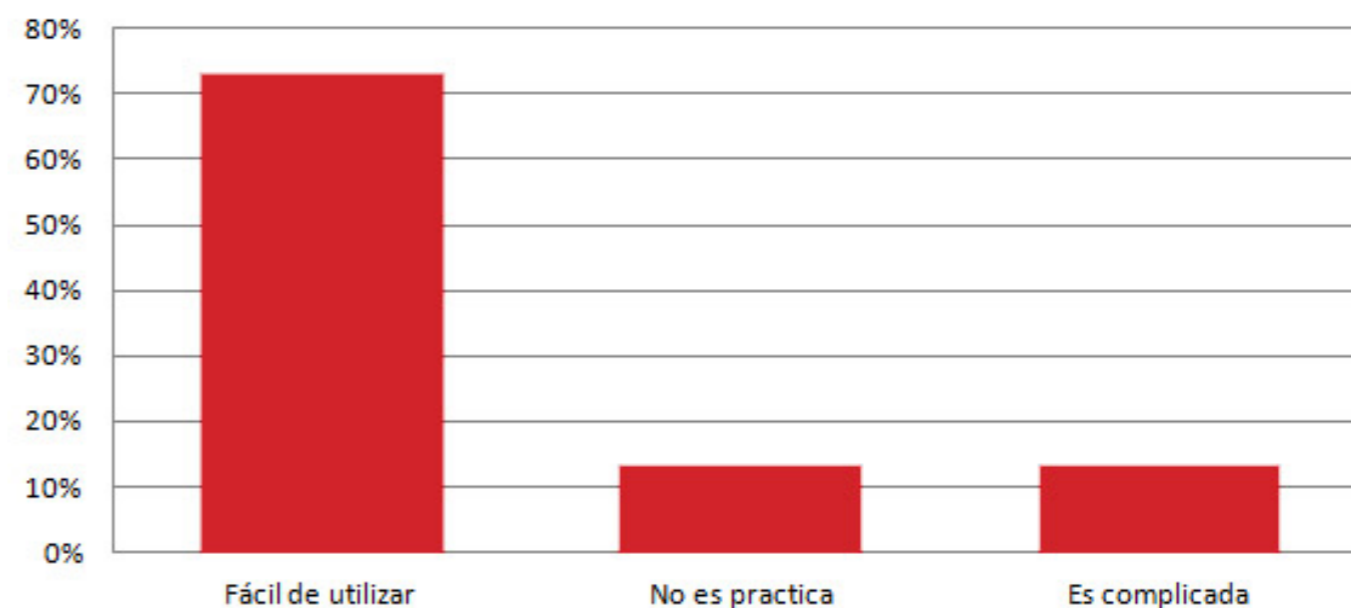
### 8.3 RESULTADOS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

A CONTINUACIÓN SE MUESTRA A TRAVÉS DE GRÁFICAS LOS RESULTADOS DE CADA UNA DE LAS PREGUNTAS QUE SE REALIZARON EN LA VALIDACIÓN TÉCNICA.

# 8.3.1 EXPERTOS- TOS

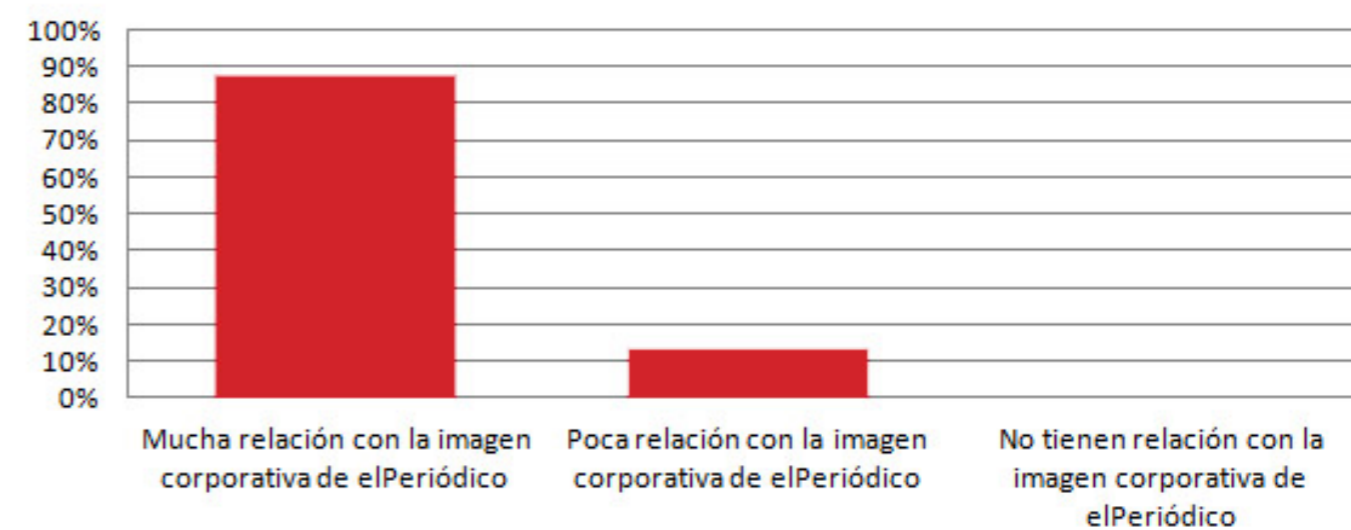
#### 1. La funcionalidad de este portal web es:

El 73% de expertos considera que la funcionalidad del portal web es fácil de utilizar, aunque existen algunos aspectos que pueden complicar la navegación del usuario. Los encuestados mencionaron el hecho de que el botón de registro que se encuentra en la parte superior derecha del sitio no es muy visible y puede ser difícil para el usuario encontrarlo por primera vez, por lo cual se incrementará el tamaño de éste botón y también se hará visible en otros lugares del sitio.



#### 2. Los elementos gráficos y estilos de letra del portal tienen:

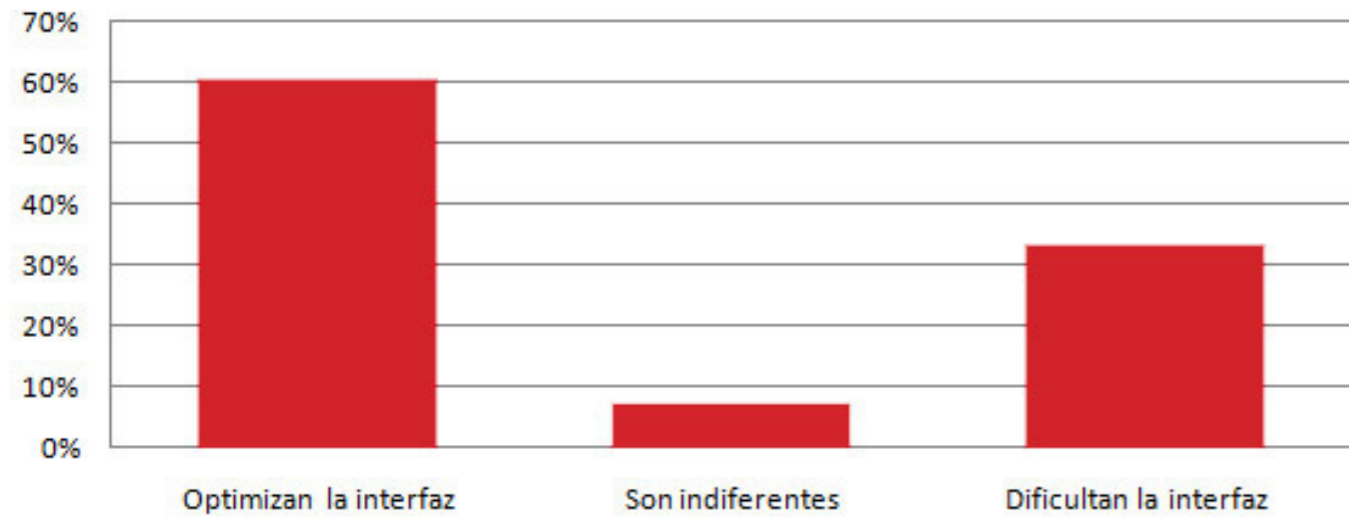
El 87% de expertos asocia rápidamente los elementos gráficos y tipografías del portal con la imagen corporativa de elPeriódico, en especial por el uso de su característico color rojo.



### 3. Los distintos despliegues y animaciones del sitio:

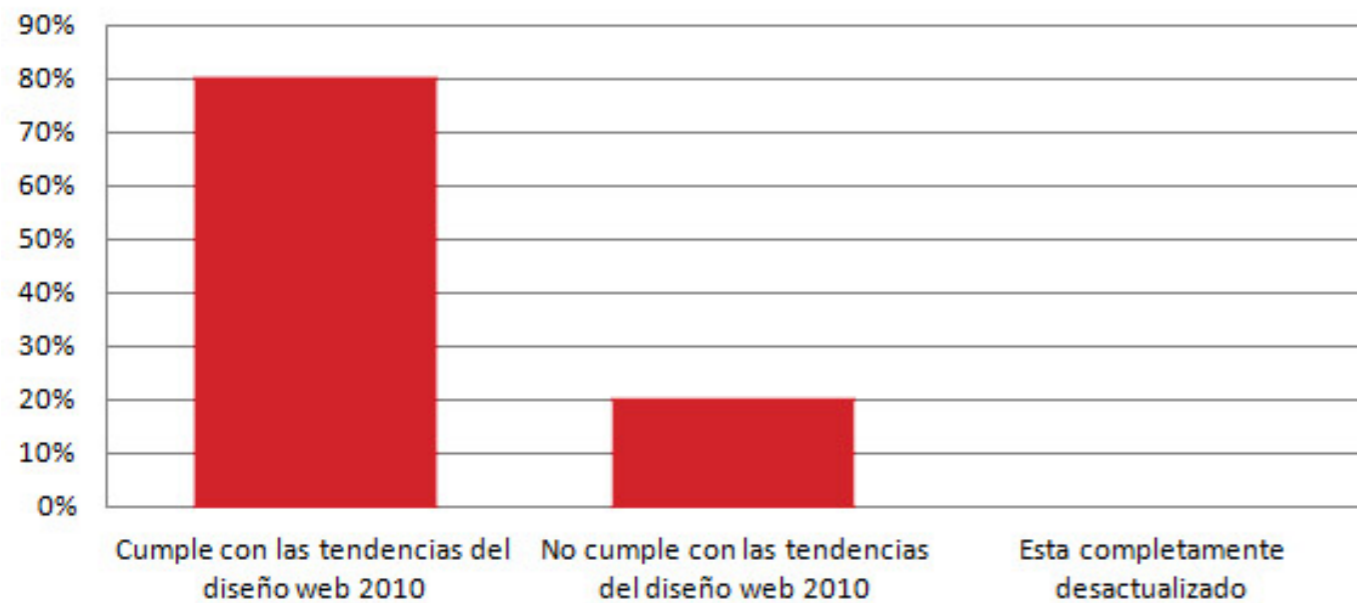
El 60% de expertos considera que los despliegues y animaciones del sitio optimizan la interfaz de usuario, pero otros cinco encuestados contestaron que dificultan la interfaz y esto es debido a que estos despliegues y animaciones no funcionan de igual forma en todos los exploradores, como por ejemplo en Safari (Mac) o en versiones antiguas de Internet Explorer.

Estos problemas de compatibilidad serán arreglados por medio de algunas modificaciones en el código CSS para que el sitio pueda ser visto de igual manera en cualquier explorador.



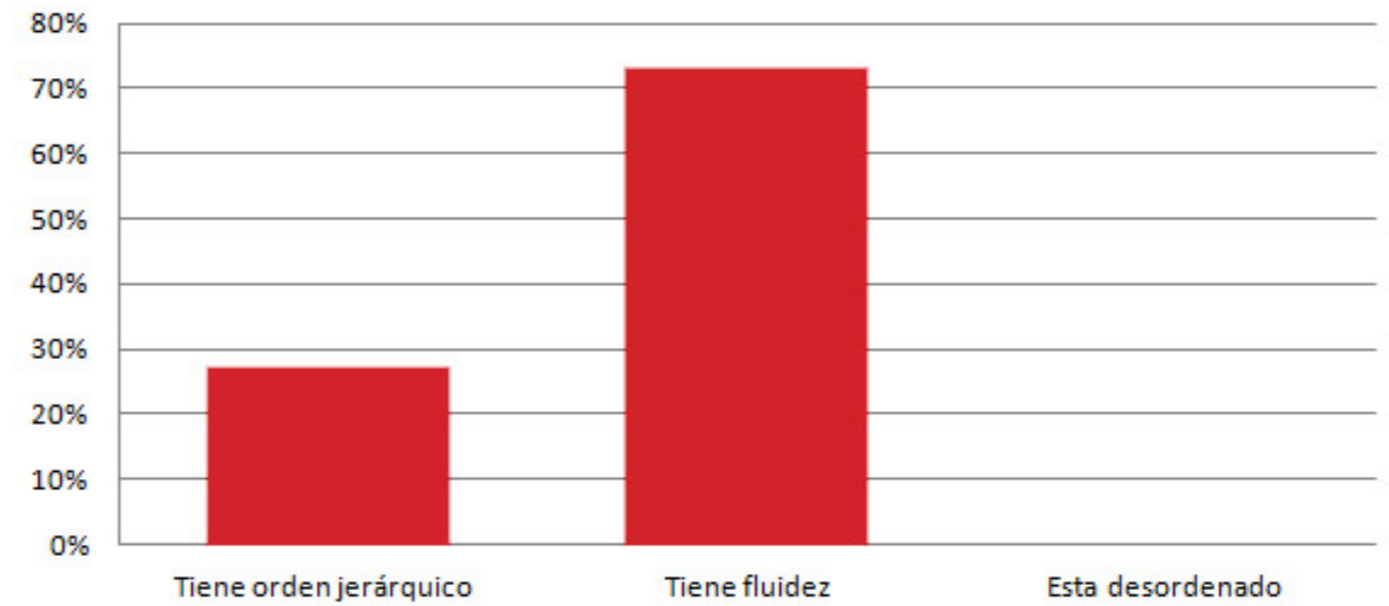
### 4. El diseño de este sitio web:

El 80% de expertos consideran que el diseño de este sitio cumple con las tendencias del diseño web 2010 en casi todos sus aspectos. Los tres encuestados que contestaron lo contrario piensan que el sitio necesita una integración del canal de [www.twitter.com](http://www.twitter.com) para cumplir con todas las tendencias del diseño web 2010, por lo cual se integrará el feed de Twitter en el sitio, el cual desplegará los últimos cinco "tweets" publicados.



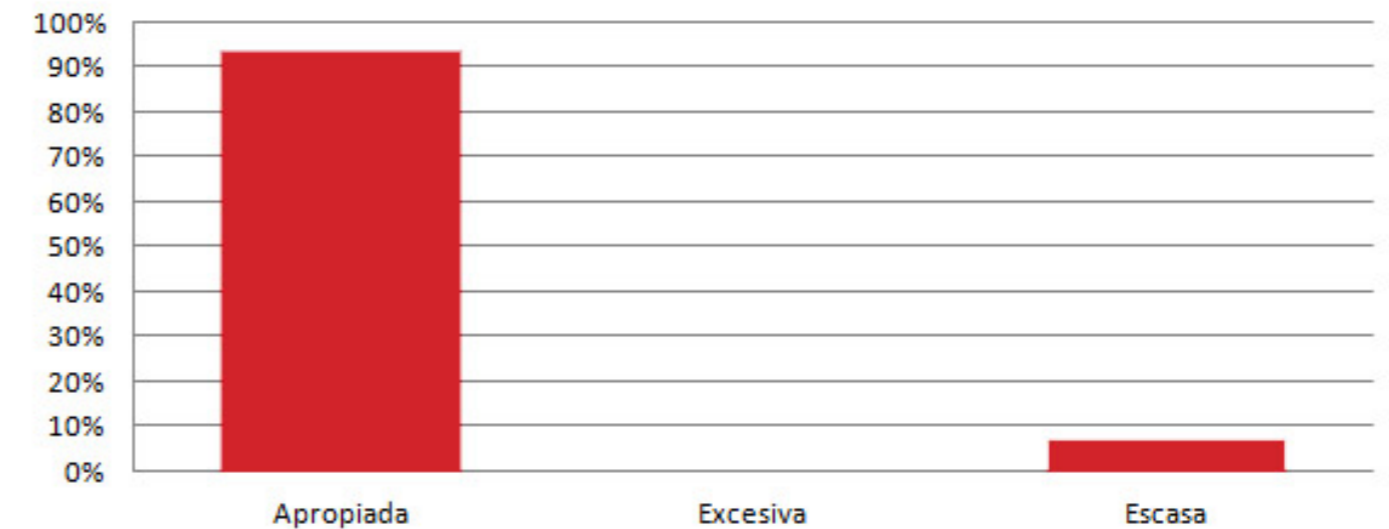
### 5. La estructura del sitio (layout):

El 73% de expertos considera que la estructura del sitio tiene especialmente fluidez, lo cual significa que la visualización del usuario en el sitio es fácil. Además, el sitio tiene un buen orden jerárquico lo cual ayuda a que el usuario entienda mejor su usabilidad, ya que éste conduce su vista hacia los lugares indicados en orden de relevancia.



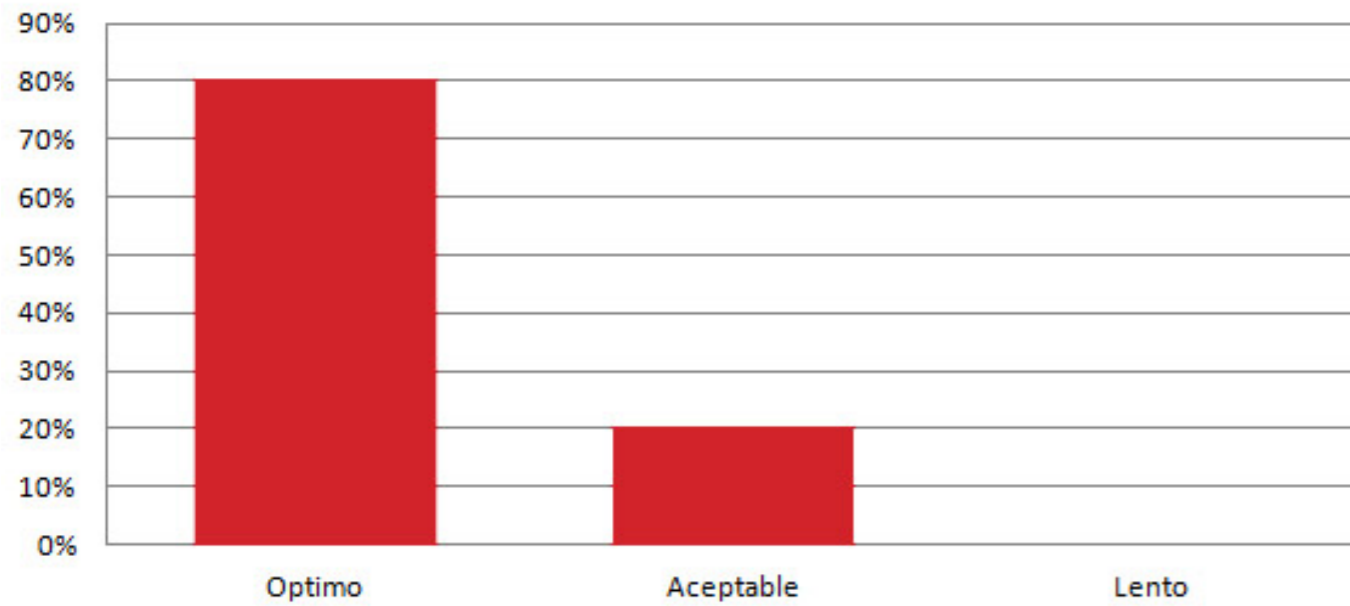
### 6. La integración de las redes sociales dentro del sitio es:

El 93% de expertos considera que la integración de las redes sociales dentro del sitio resultó ser adecuada. El único encuestado en desacuerdo opina que es muy necesaria la integración del canal de [www.twitter.com](http://www.twitter.com), tema que será tomado en cuenta ya que había sido mencionado anteriormente.



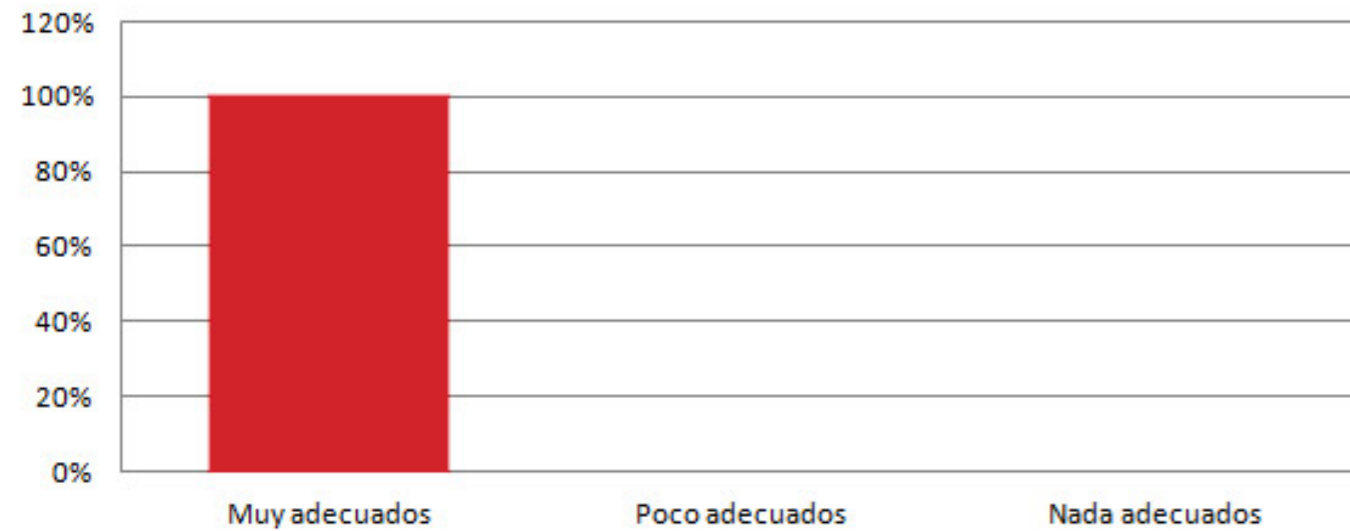
### 7. El tiempo de carga del sitio es:

El 80% de expertos considera que el tiempo de carga del sitio es óptimo. Los expertos hicieron algunas pruebas con servicios de internet para medir el tiempo de carga de sitios web como www.alex.com e indicaron que el tiempo de carga es óptimo.



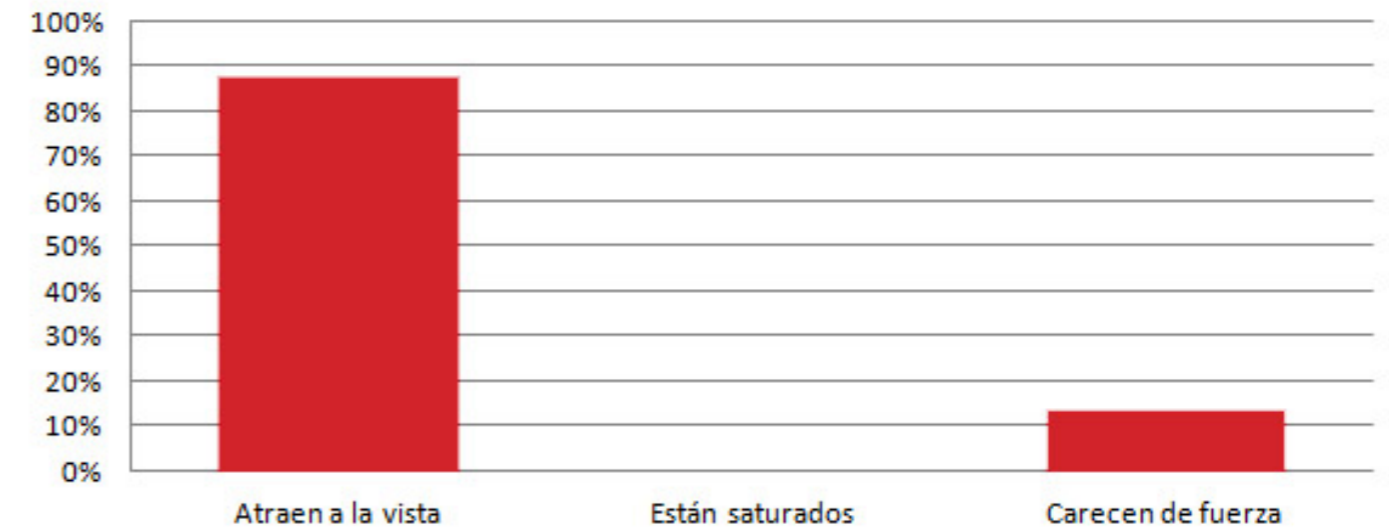
### 8. Los lenguajes de programación utilizados para el desarrollo del sitio son:

El 100% de expertos considera que los lenguajes de programación utilizados fueron sin lugar a dudas los más adecuados. PHP para hacer conexiones con la base de datos y otras acciones del lado del servidor era el más adecuado debido a su fácil y rápida utilización en comparación con otros lenguajes como Ruby on Rails o Pearl. Javascript, utilizado para realizar las animaciones del sitio también fue el más indicado en comparación con Flash, debido a que casi cualquier explorador lo soporta y es bastante liviano.



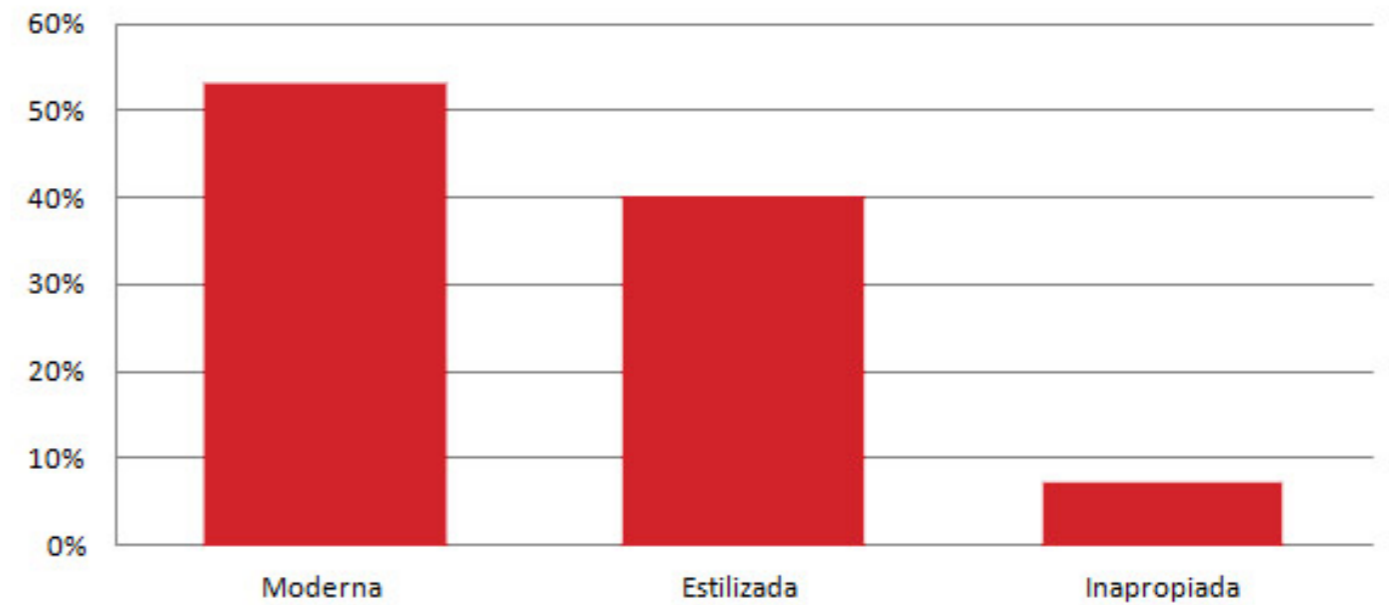
### 9. Considera que los colores aplicados en el sitio:

El 87% de expertos considera que los colores aplicados en el sitio atraen a la vista. Algunos mencionaron en sus comentarios que el color rojo juega una parte vital en la atracción visual, jerarquía e identidad corporativa.



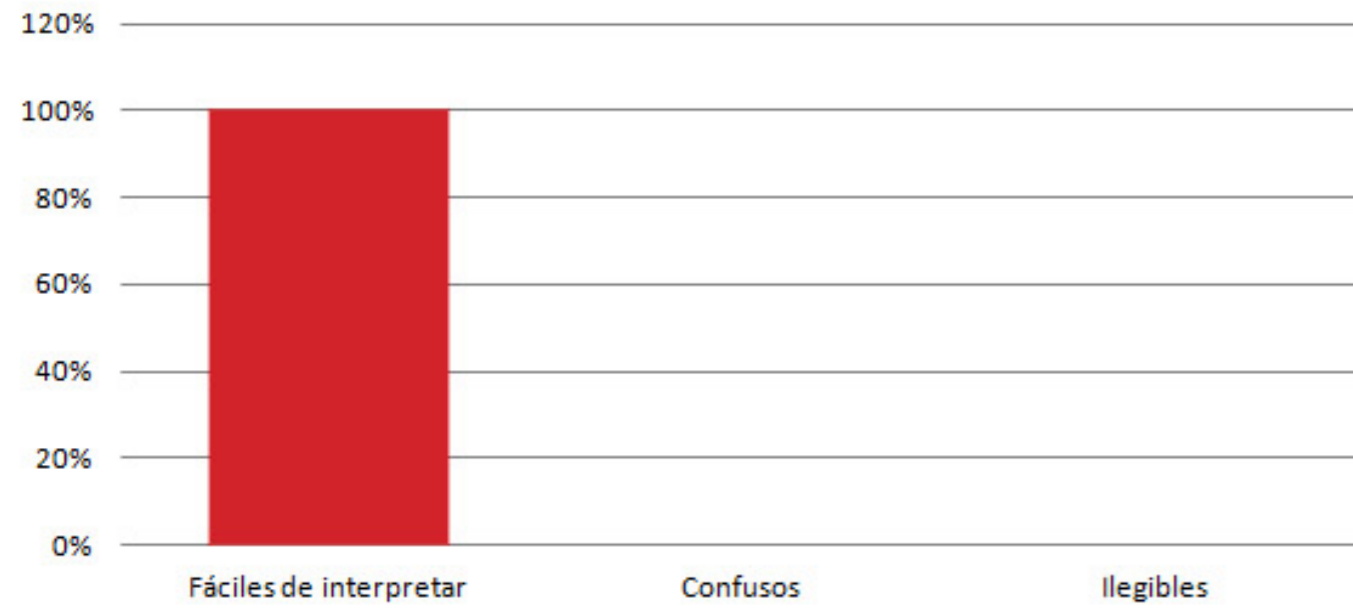
### 10. Considera que la tipografía es:

El 53% de expertos considera que la tipografía es moderna y el 27% manifiesta que es estilizada. La fuente tipográfica utilizada para el logotipo y algunos títulos es Champagne n Limousines, la cual es una tipografía de estilo francés y es exactamente lo que se quería transmitir con ella.



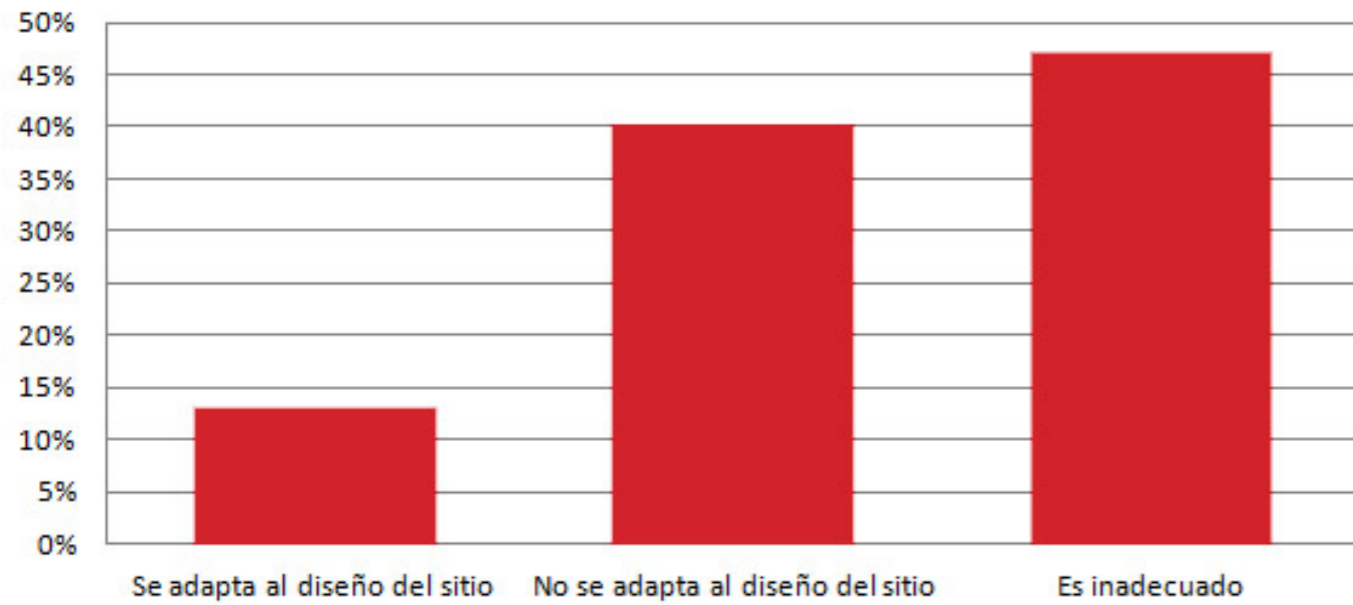
### 11. Considera que los íconos utilizados son:

El 100% de expertos considera que los íconos utilizados en el sitio son fáciles de interpretar. Mencionaron que el estilo minimalista es muy apropiado en comparación con algunos íconos 3D que se usan actualmente en la web, los cuales pueden resultar confusos.



### 12. Considera que el logotipo:

El 47% de expertos considera que el logotipo es inadecuado y otros seis consideran que no se adapta al sitio. En los comentarios se mencionó que los símbolos que se colocaron debajo de las letras del logotipo parecen estar de sobra y que no tienen relación con el logotipo, por lo cual estos íconos serán removidos.



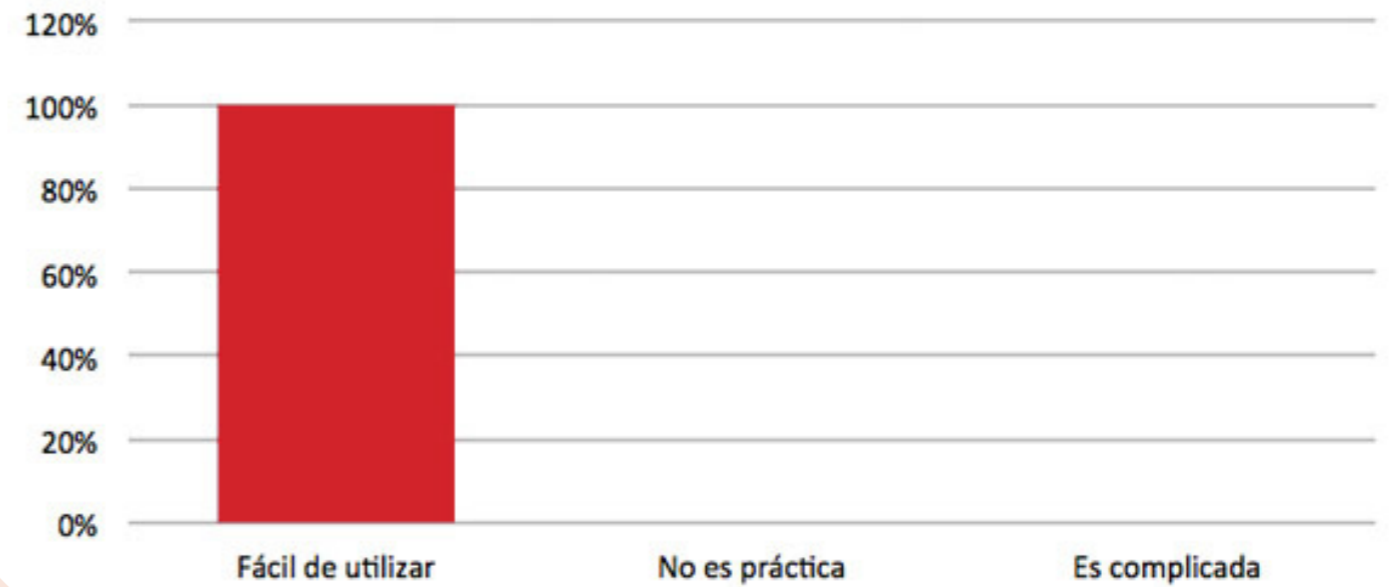


# 8.3.2

# CLIENTE

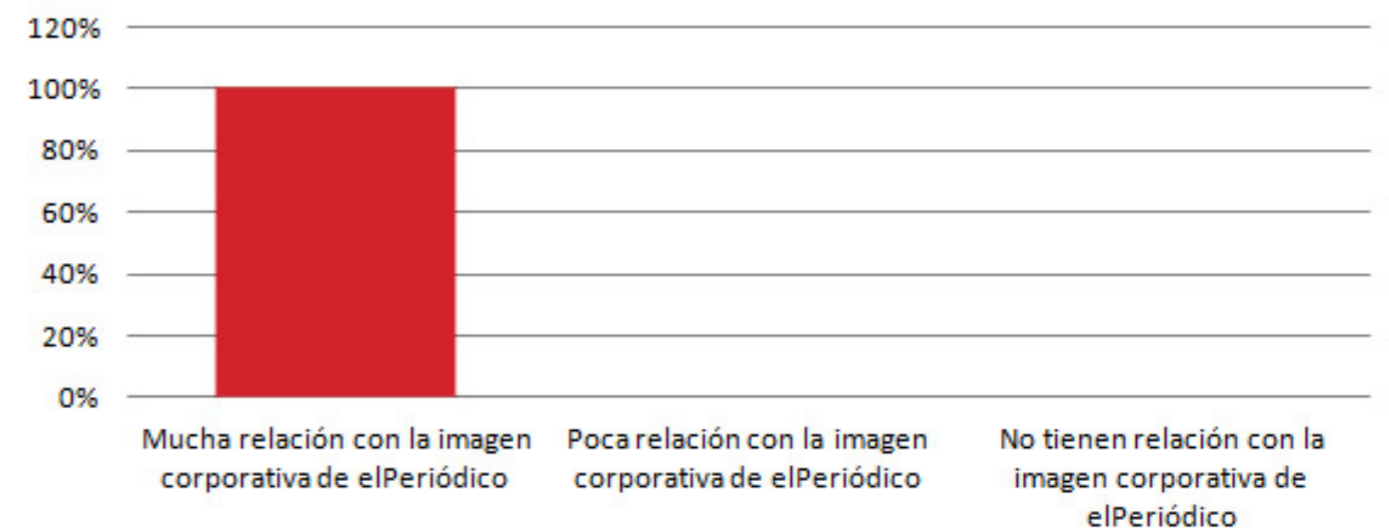
## 1. La funcionalidad de este portal web es:

El 100% de clientes considera que la funcionalidad del portal web es fácil de utilizar. Mencionan que el uso es muy similar a la página web de elPeriódico, por lo cual se espera que los usuarios se adapten fácilmente.



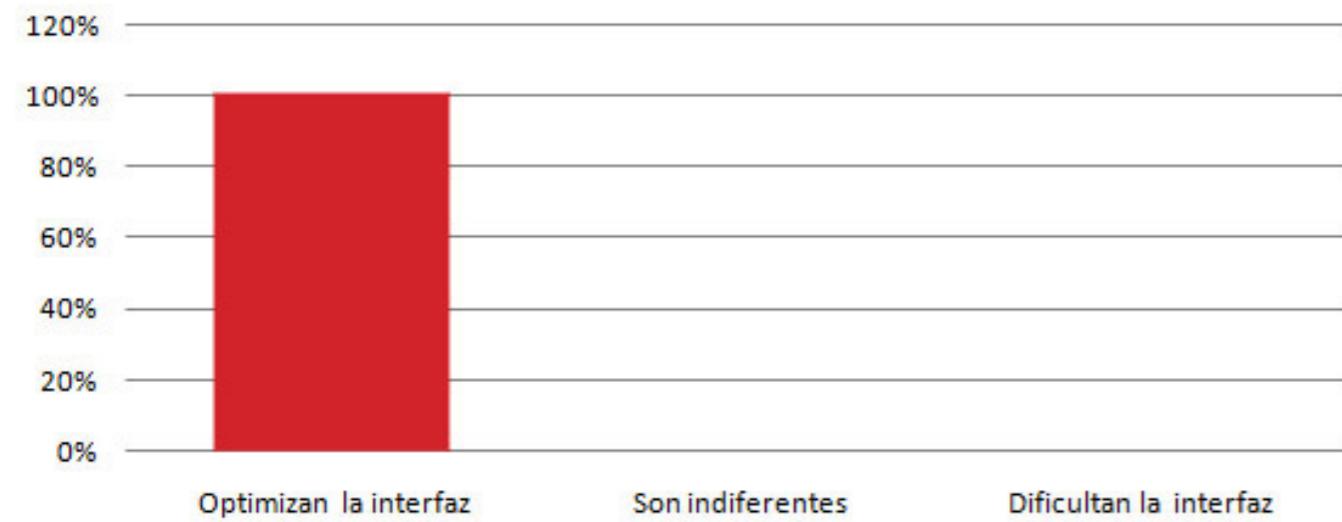
## 2. Los elementos gráficos y estilos de letra del portal tienen:

El 100% de clientes considera que los elementos gráficos y estilos de letra del portal tienen mucha relación con la imagen corporativa de elPeriódico. Los clientes notaron rápidamente que se aplicaron algunas tipografías de la edición impresa.



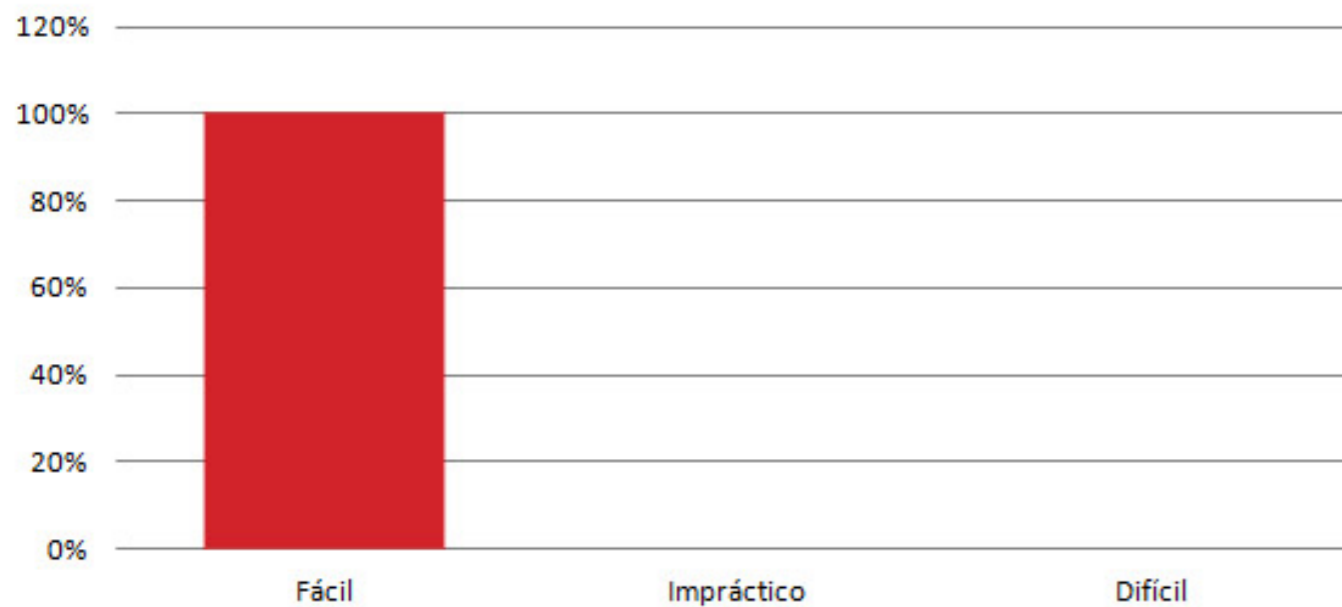
### 3. Los distintos despliegues y animaciones del sitio:

El 100% de clientes considera que los distintos despliegues y animaciones del sitio optimizan la interfaz. Ninguno tuvo problemas para desplegar la ventana de ingreso o para usar las pestañas de la portada.



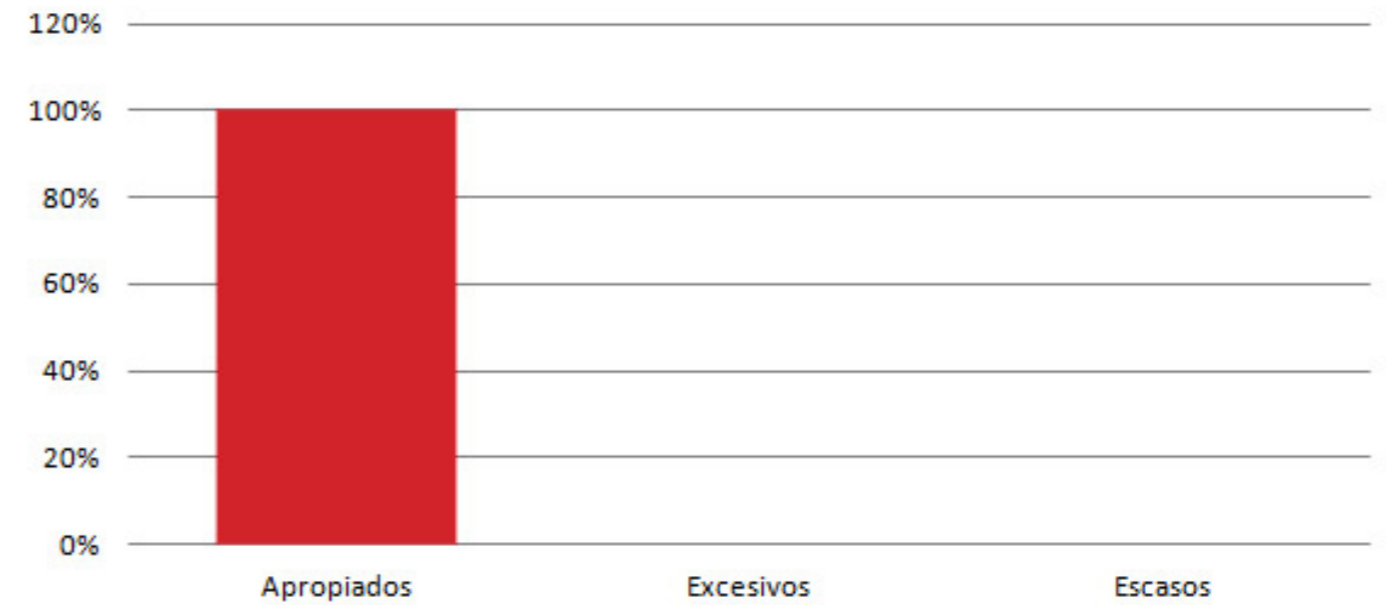
### 4. Considera que navegar en el sitio es:

El 100% de clientes consideran que navegar en el sitio es fácil. Ellos conocen a sus usuarios y saben que este sitio les resultará realmente práctico de utilizar.



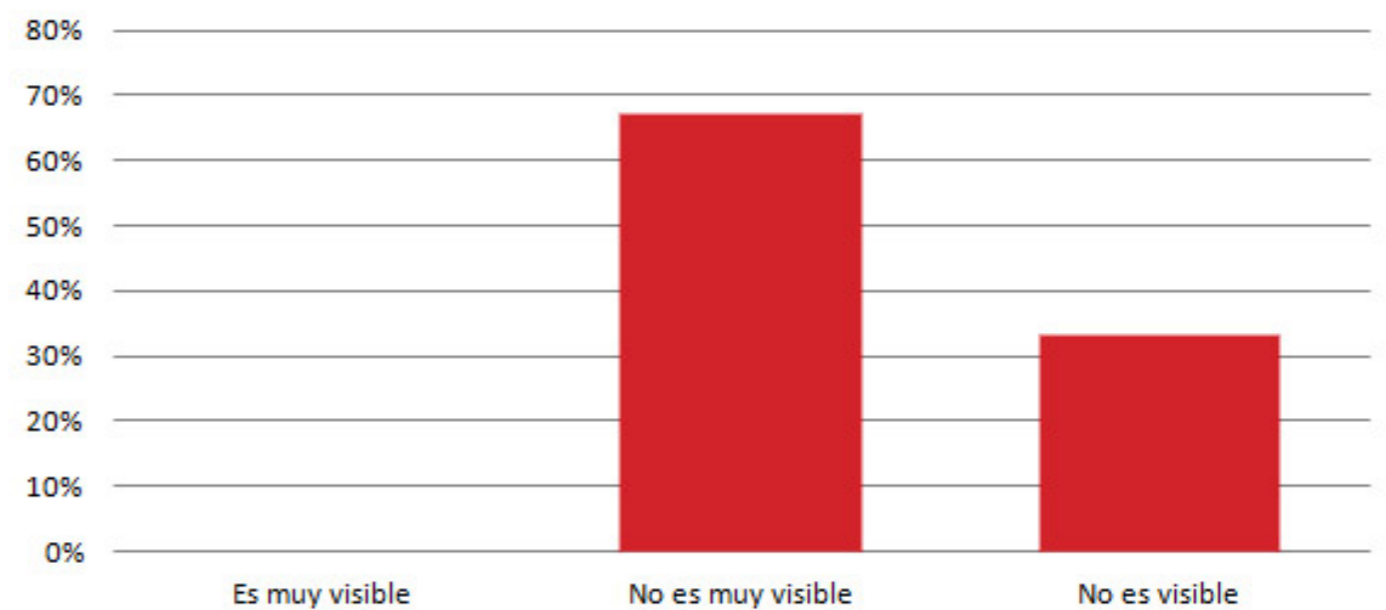
### 5. Los espacios de publicidad en el sitio son:

El 100% de clientes considera que los espacios de publicidad son adecuados. Ellos mostraron especial interés en este aspecto debido a que es por medio de la publicidad que se va a retornar su inversión.



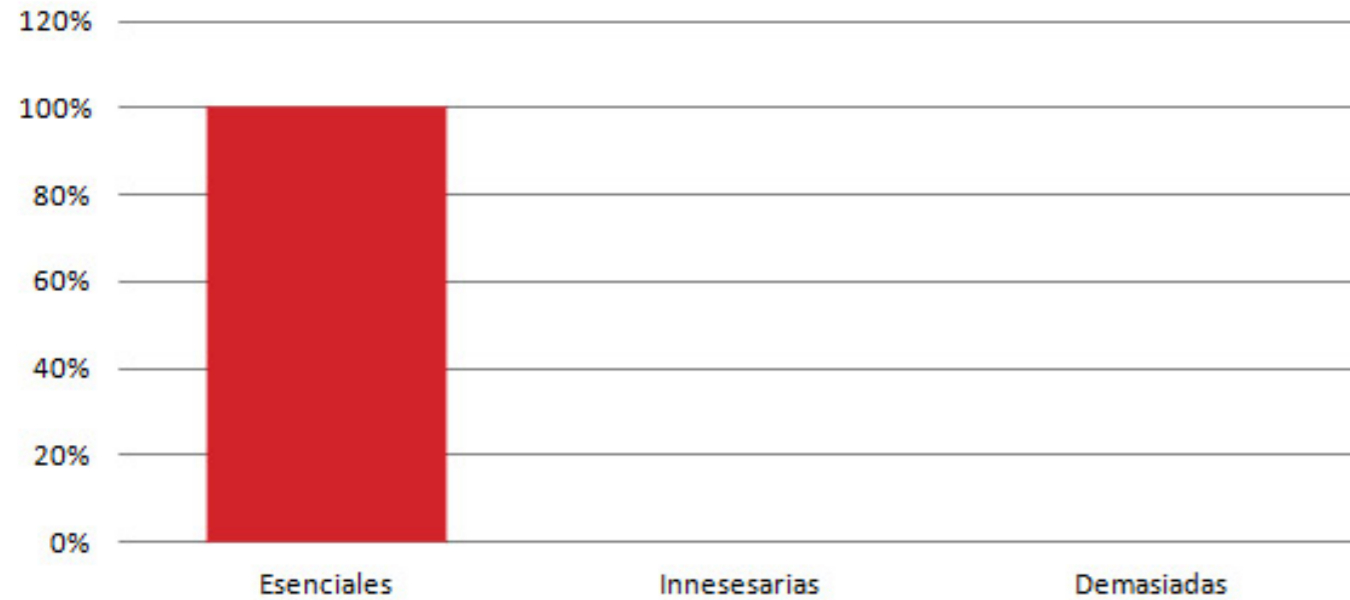
### 6. La marca de elPeriódico en el sitio:

El 67% de clientes considera que la presencia de la marca de elPeriódico en el sitio no es muy visible. Según los clientes, los únicos dos lugares en los que se encuentra el logo de elPeriódico son muy pequeños y difíciles de localizar, por lo que se incrementará el tamaño de estos logos y se agregarán otras menciones de la marca en lugares visibles.



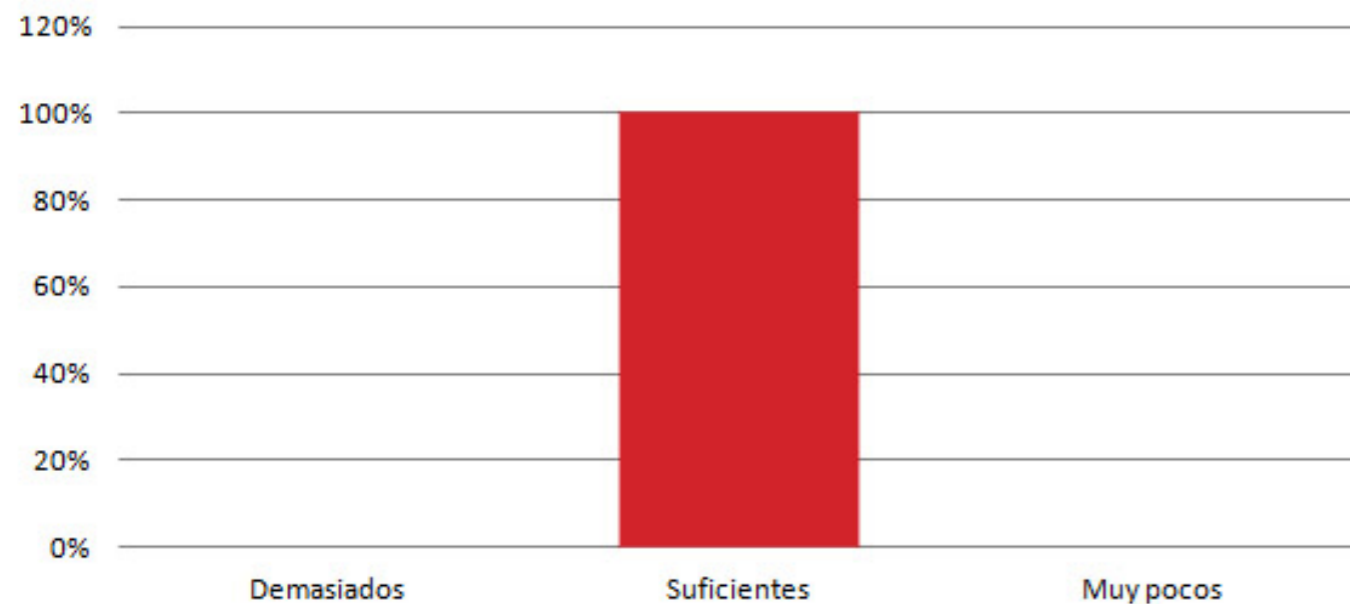
### 7. Las redes sociales agregadas en la navegación del sitio son:

El 100% de clientes considera que los links hacia las redes sociales (Facebook, Twitter y Youtube) que se colocaron en la barra de navegación del sitio son adecuadas. Mencionaron que estas son las redes sociales más importantes en el momento y que por lo tanto era imprescindible tener un usuario en cada una de ellas, ya que estas contribuirán a la expansión del sitio.



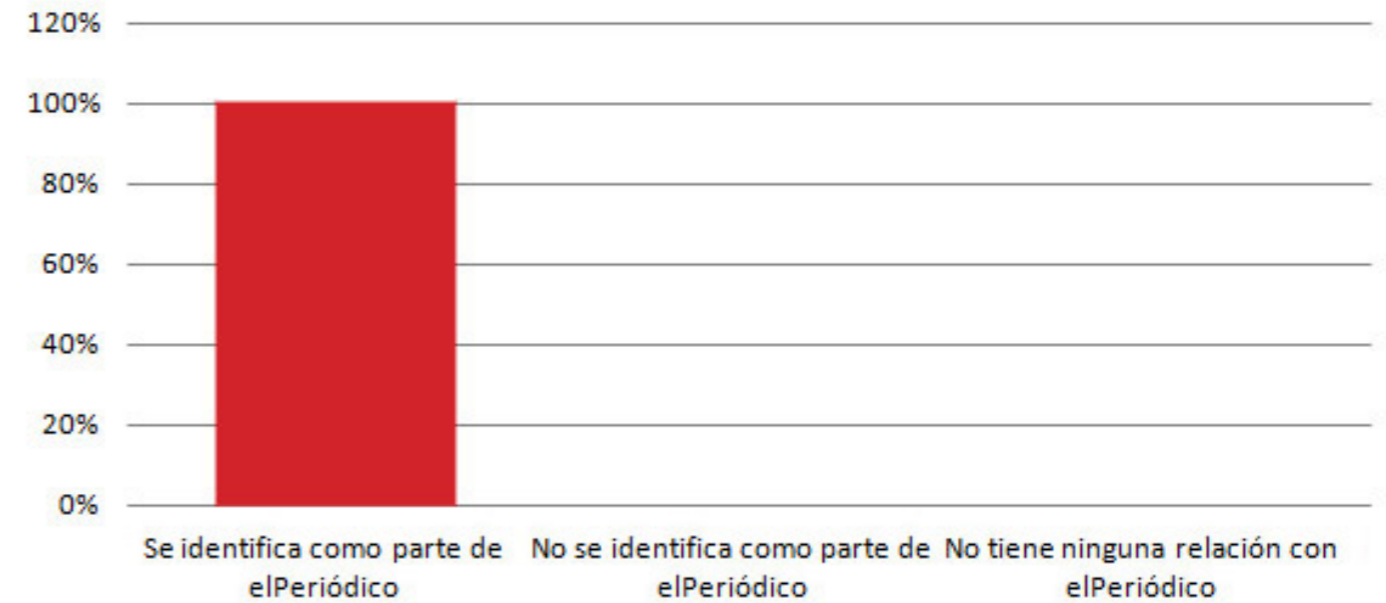
### 8. La cantidad de reportes y reporteros que se muestran son:

El 100% de clientes considera que la cantidad de reportes y reporteros que se muestran en las diferentes páginas del sitio son suficientes. Esto significa que el sitio no se ve saturado ni vacío.



### 9. Considera que el nombre del sitio web:

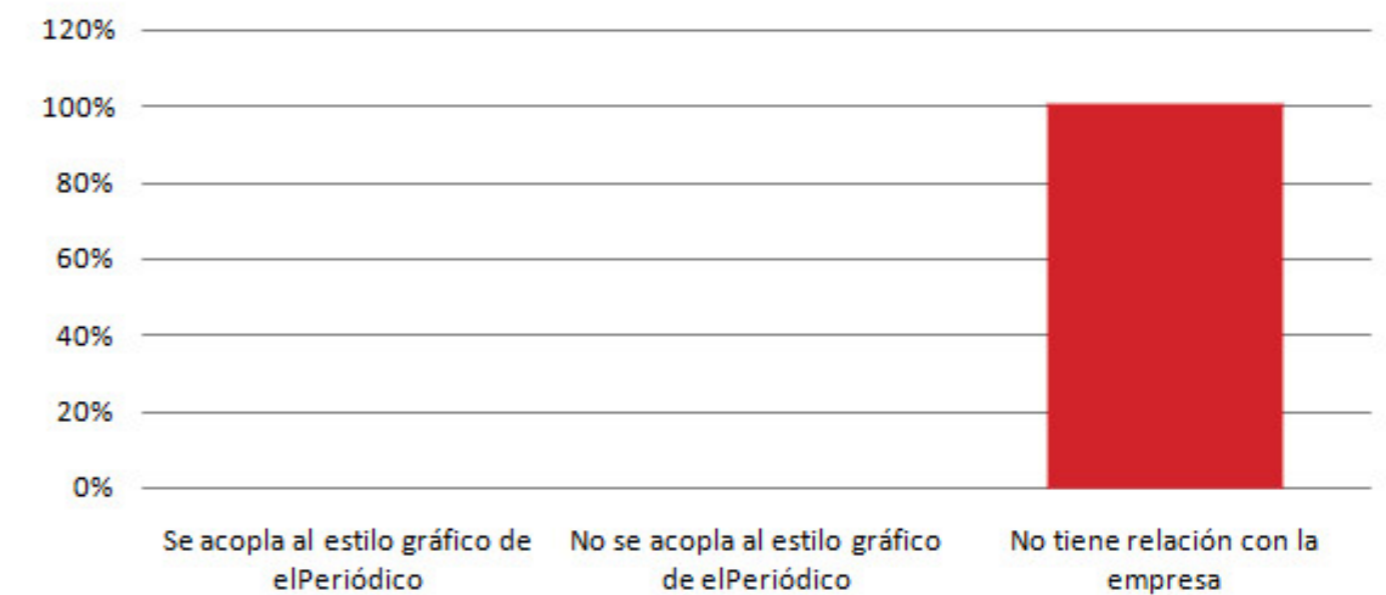
El 100% de clientes considera que el nombre del sitio web se identifica como parte de elPeriódico debido a que utiliza la misma sintaxis, en la cual la primera palabra es un pronombre (yo - el).



### 10. Considera que el logotipo:

El 100% de clientes considera que el logotipo no tiene relación con la empresa. Según los encuestados el logotipo tiene muy pocas similitudes con el logo original de elPeriódico. Sugieren simplificarlo removiendo los íconos de la parte inferior y unificando la tipografía.

Para solucionar este problema, el cual ya había sido mencionado por los expertos, se removerán los íconos que se encuentran en la parte de abajo del logotipo.



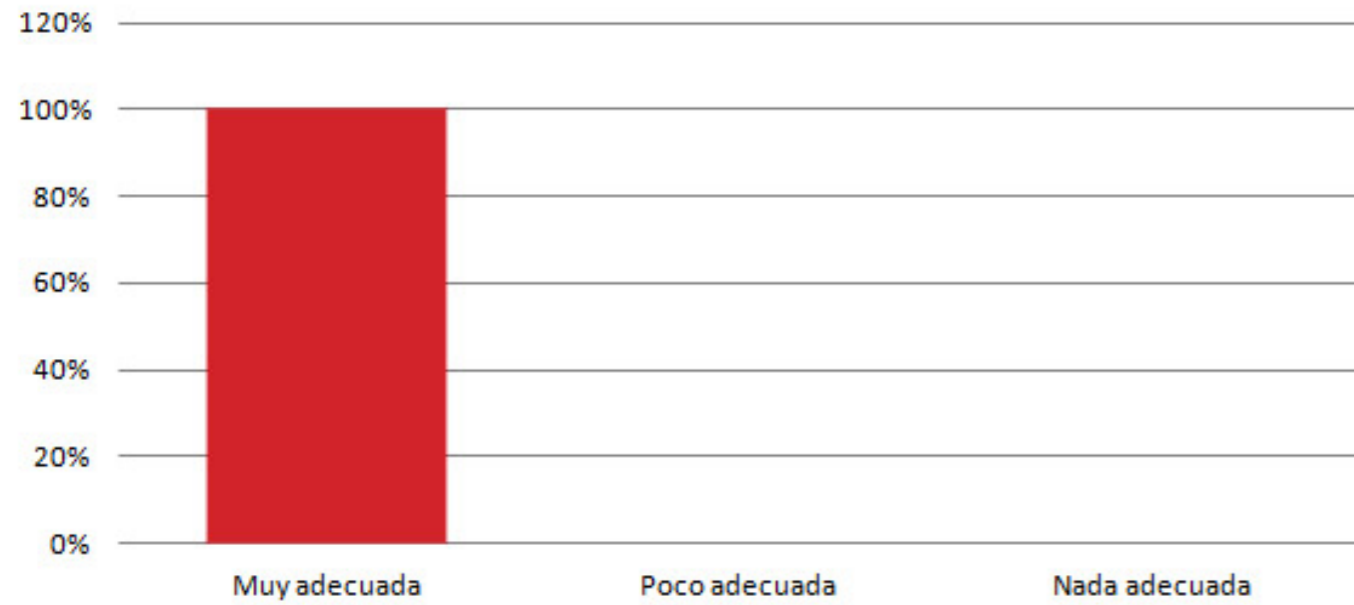
### 11. Considera que los colores utilizados en el sitio:

El 100% de clientes considera que los colores utilizados en el sitio si tienen relación con la empresa.



### 12. Considera que la tipografía es:

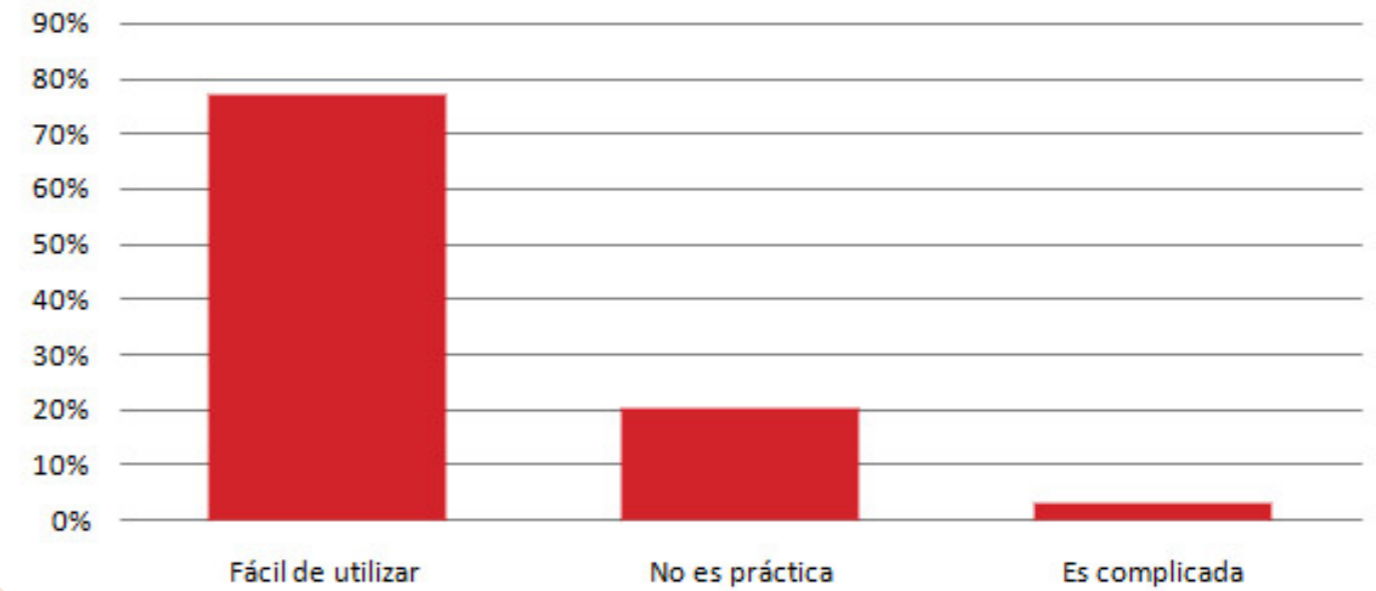
El 100% de clientes considera que la tipografía utilizada en el sitio es muy adecuada. Estos notaron inmediatamente que la familia tipográfica aplicada es la misma de la edición impresa.



# 8.3.3 GRUPO OBJE- TIVO

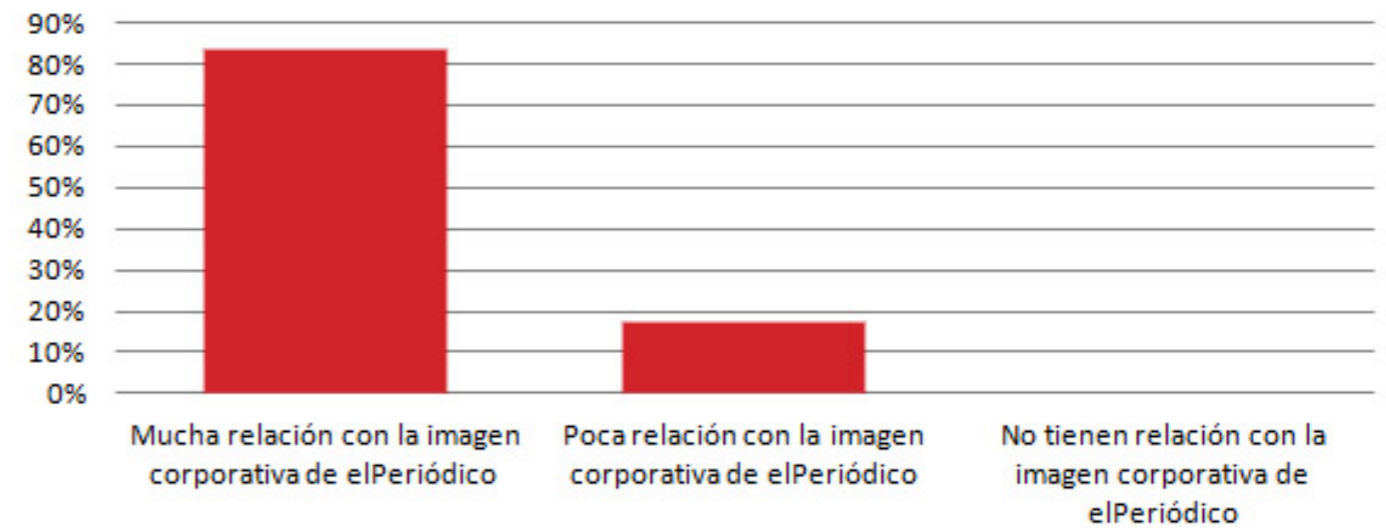
## 1. La funcionalidad de este portal web es:

El 77% de encuestados considera que la funcionalidad del portal web es fácil de utilizar. Casi ninguno de los encuestados tuvo problemas para navegar en el sitio y hubo algunos comentarios sobre lo fácil que es utilizarlo.



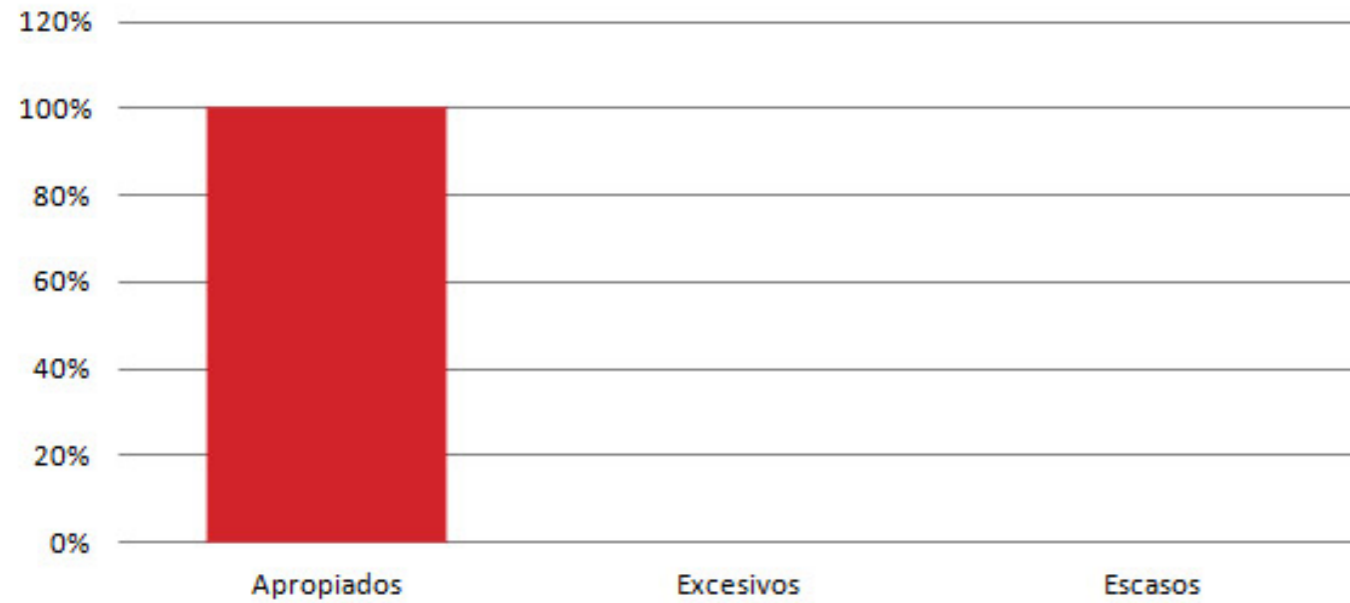
## 2. Los elementos gráficos y estilos de letra del portal tienen:

El 83% de encuestados considera que los elementos gráficos y estilos de letra del portal tienen mucha relación con la imagen corporativa de elPeriódico. Una pequeña parte piensa que tiene poca relación pero no resultó significativa.



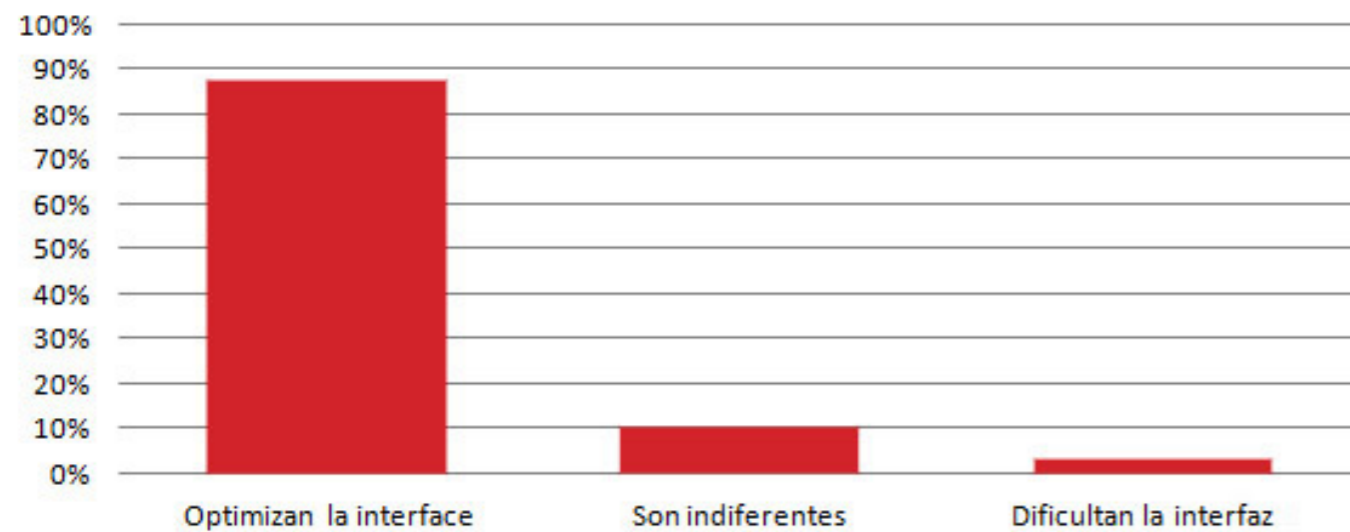
### 3. Los distintos despliegues y animaciones del sitio:

El 87% de encuestados considera que los distintos despliegues y animaciones del sitio optimizan la interfaz. Para unos pocos los despliegues no tienen relevancia, o sea que no les molestan pero tampoco les sirve.



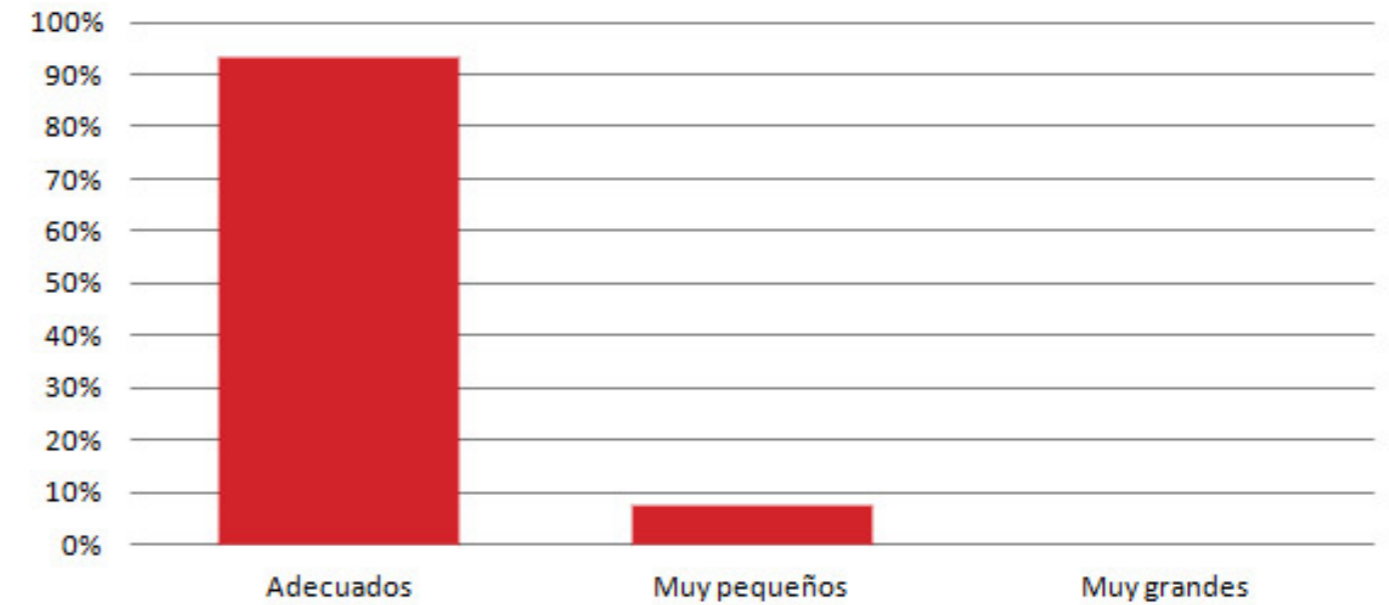
### 4. Considera que el contenido del sitio es:

El 93% de encuestados considera que el contenido del sitio es legible. Algunos encuestados mencionaron que los contrastes creados entre los colores del fondo y los colores de las letras hacen que el contenido sea muy legible y fácil de entender. Dos personas eligieron "poco legible" debido a que el espaciado entre renglones es muy estrecho, por lo cual se incrementará el espaciado entre renglones.



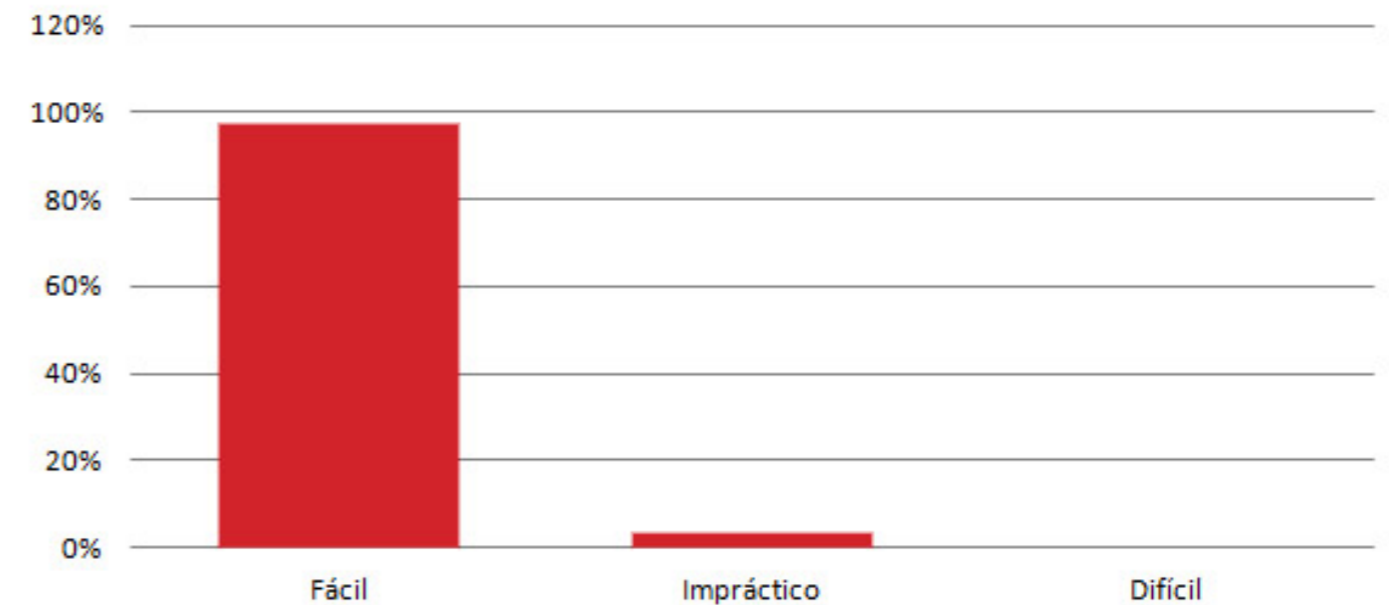
### 5. Considera que los iconos son:

El 93% de encuestados considera que los íconos utilizados son adecuados, tanto en su tamaño como en su color. Dos encuestados piensan que son muy pequeños, pero no se consideró relevante.



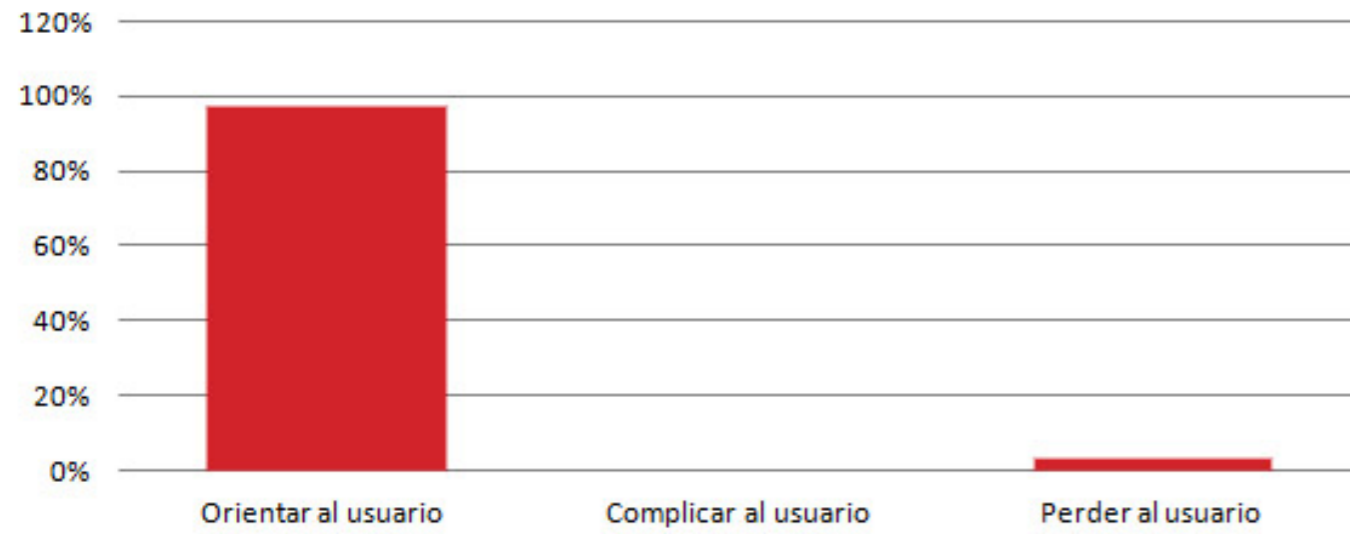
### 6. Considera que navegar en el sitio es:

El 97% de encuestados considera que navegar en el sitio de yoReporto es fácil. Solo hubo una persona que considera que es impráctico debido a que tuvo problemas para realizar una búsqueda. Este problema se debe a que la búsqueda de Google que se integró en el sitio solo se configuró para buscar reportes, pero luego de este problema se configurará de nuevo para que busque en todas las páginas del sitio.



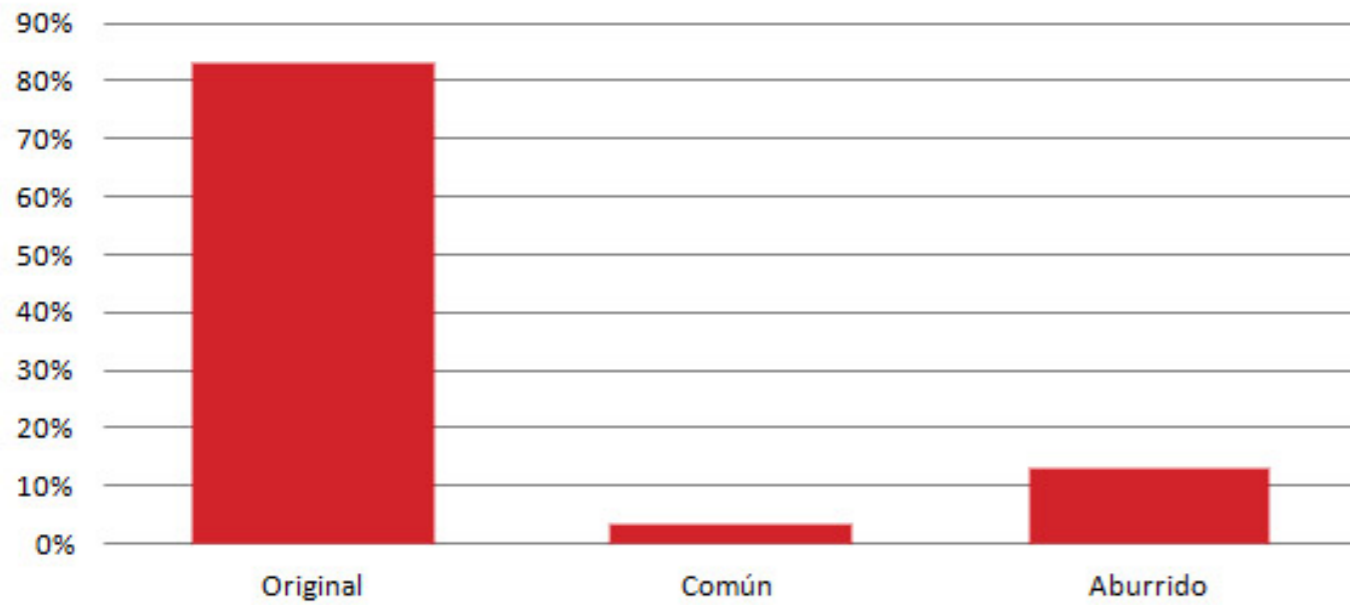
### 7. Considera que el menú de navegación logra:

El 97% de encuestados considera que el menú de navegación logra orientar al usuario. Es evidente que todos los usuarios sintieron que el menú los maneja bien dentro del sitio y que en él pueden encontrar todo lo que necesitan.



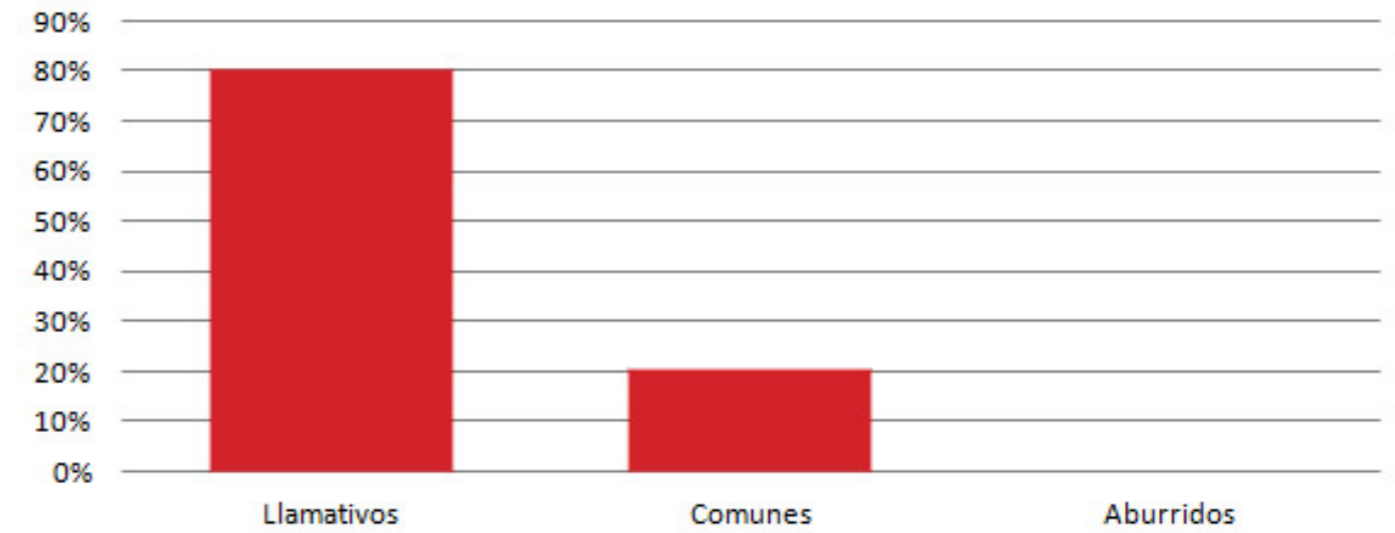
### 8. Considera que el nombre del sitio web es:

El 83% de encuestados considera que el nombre del sitio web es original, aunque hubo cantidad considerable de encuestados que piensan que es aburrido y que les suena muy parecido a otros servicios. Esto se tomará en cuenta pero dependerá finalmente del cliente sobre si se aprueba o no este nombre.



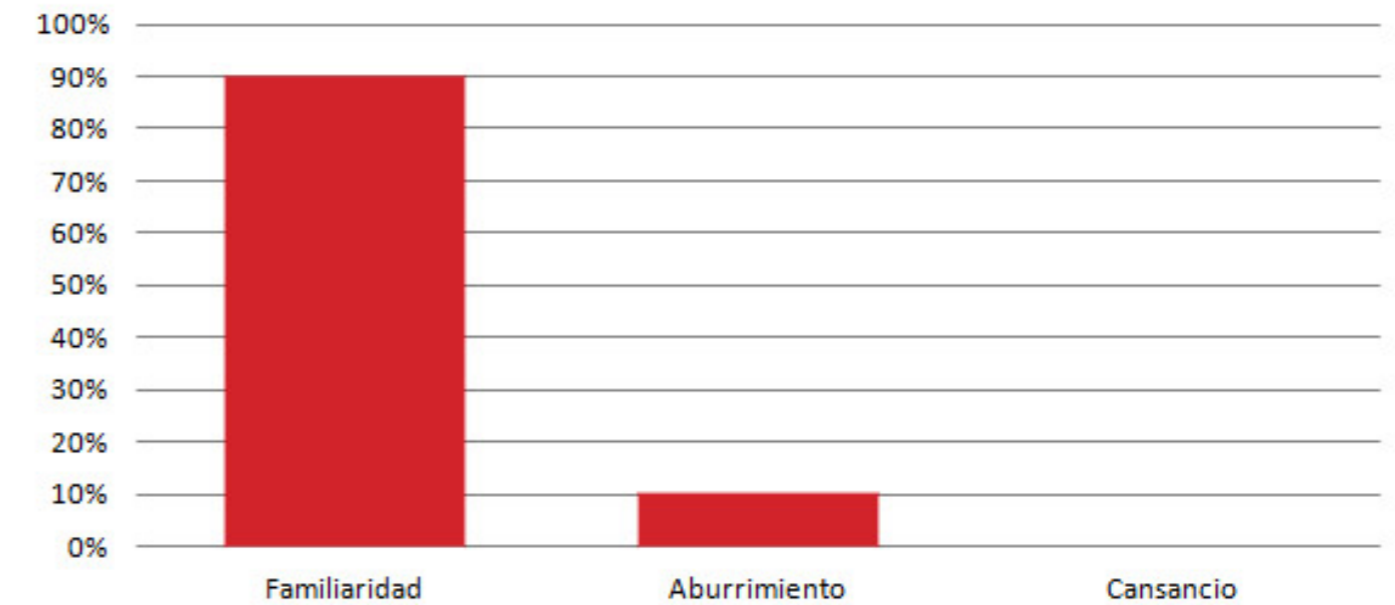
### 9. Considera que los colores del sitio web son:

El 87% de encuestados considera que los colores del sitio web son llamativos, aunque una pequeña parte de los encuestados consideran que son comunes.



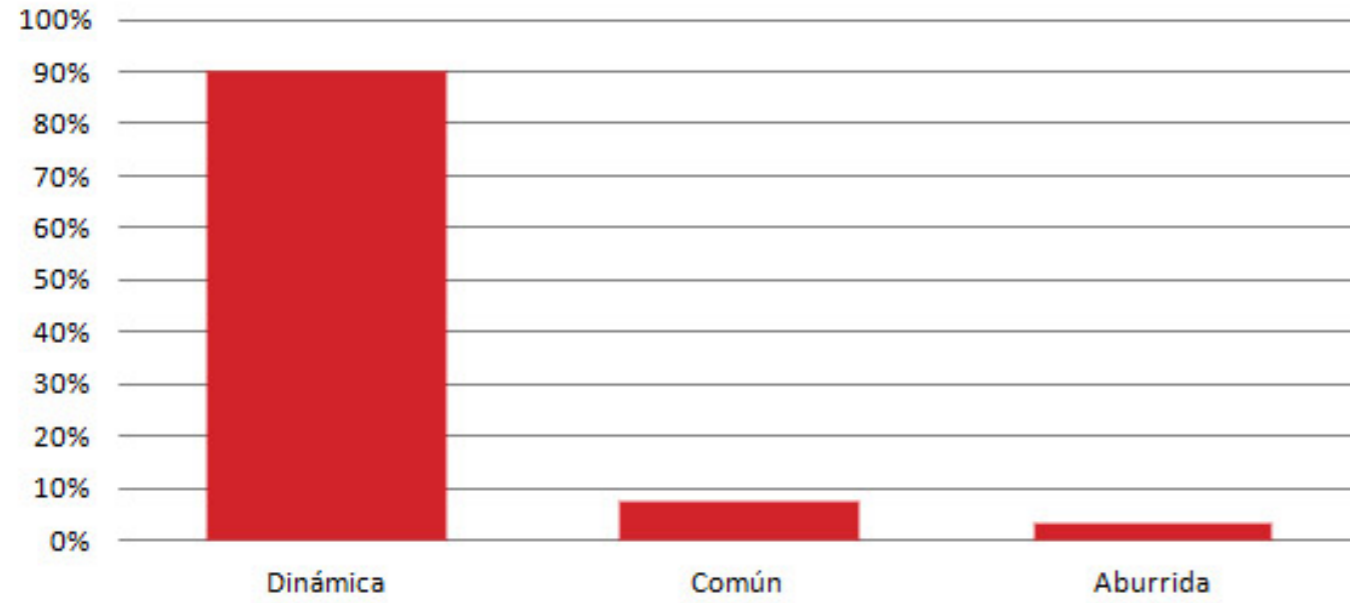
### 10. Los íconos utilizados le causan:

El 90% de encuestados considera que los iconos utilizados les causan familiaridad, lo cual es bueno ya que significa que los asocian rápidamente con su significado.



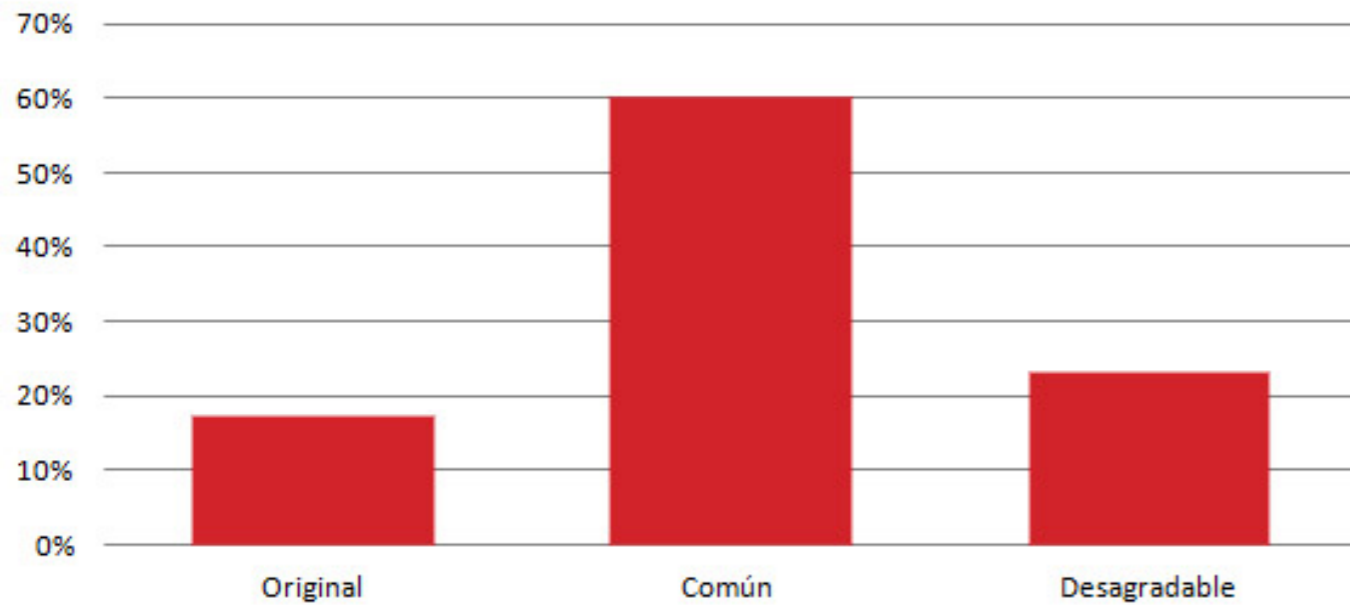
### 11. Considera que la estructura del sitio es:

El 90% de encuestados considera que la estructura del sitio web es dinámica, lo cual significa que la manera en como los elementos están distribuidos hacen que los usuarios interactúen y sientan interés en el uso del sitio.



### 12. Considera que el logotipo del sitio es:

El 60% de encuestados considera que el logotipo del sitio es común y desagradable. Los encuestados dieron casi los mismos comentarios que los expertos al referirse a los símbolos que se encuentran en la parte inferior de las letras.





# 8.4

# CAMBIOS CON BASE EN RESULT- TADOS

LUEGO DE VALIDAR LOS DIFERENTES ASPECTOS QUE COMPONEN EL SITIO DE YOREPORTO FUE EVIDENTE QUE SE DEBÍAN HACER VARIOS CAMBIOS. A CONTINUACIÓN SE PRESENTAN LOS CAMBIOS REALIZADOS.



## Íconos

Se retiraron los íconos de la parte inferior derecha del logotipo debido a que los encuestados no los consideraron necesarios.

## 8.4.1

# LOGOTIPO

Tomando en cuenta varios comentarios que los encuestados dieron respecto del logo, se decidió retirar los diferentes símbolos colocados en la parte inferior derecha del logotipo.

# 8.4.2

# PLAN-TILLAS



## PRESENCIA DE MARCA

Los clientes mencionaron que la marca de elPeriódico no estaba lo suficientemente presente en el sitio, ya que solo se mostraba el logo en los créditos del pie de página.

Para solucionar este problema se agregó una barra de navegación de los diferentes sitios de elPeriodico en la parte superior de la página. En esta barra también se incluyó el logo de elPeriódico para que los usuarios sepan que estos sitios son parte de la RED de elPeriódico.



## BOTÓN DE REGISTRO

Tanto los expertos como el público objetivo mencionaron lo difícil que les resultó encontrar el botón de “regístrate” en el sitio, el cual es sumamente importante, ya que para que los usuarios puedan subir sus reportes es obligatorio que se registren. Para solucionar este problema se hicieron dos cosas:

1. Se incrementó el tamaño del botón de “Regístrate”
2. Se creó un mensaje introductorio en el que se especifican claramente los pasos necesarios para subir un reporte y también se incluyó un link de registro. Este mensaje puede ocultarse y no mostrarse de nuevo si así lo prefiere el usuario, ya que puede resultar molesto si se despliega cada vez que se abre el sitio.

## PROBLEMAS DE COMPATIBILIDAD

Los expertos mencionaron que el sitio tenía algunos problemas de compatibilidad con los exploradores antiguos, específicamente con Internet Explorer 6, el cual viene incluido en el paquete de Windows XP. Debido a que un total de 10,000 usuarios visitan mensualmente la página de elPeriódico con este explorador, era necesario arreglar el problema.

Para arreglar este problema se hicieron algunos arreglos en el código CSS para que el diseño del sitio se viera de manera correcta en Internet Explorer 6 y en el resto de navegadores (Firefox, Safari, Ópera, Google Chrome, etc).

**Por: Daniel Castaneda**

Miembro desde: 2010-09-15

**NO HAY FOTO DISPONIBLE**

**Búscanos en Facebook**

Yoinformo

A 7 personas les gusta Yoinformo

Daniel, Estuardo, Habla, Drew, Patty, Sofia, Mapache

**Derrumbe**

Guatemala, Guatemala // 2010-09-27

Este vídeo muestra cómo otra vez se ha derrumbado parte de la carretera en Boca del Monte. Definitivamente, creo que esta situación es una ruleta rusa y que si esto no se arregla pueden haber muertos. Ojalá las autoridades decidan hacer algo.

Enviar reporte | Facebook | Twitter

**Agregar comentario:**

Nombre y Apellido:  (obligatorio)

Email:  (obligatorio)

Comentario:

Escriba el siguiente código de autenticación, así nos ayuda a bloquear los mensajes basura (SPAM).

ZCY3s  (obligatorio)

**Reglas para comentar en el foro**

Este espacio es para promover el diálogo, compartir, discutir y argumentar sobre el reporte publicado, únicamente.

Se prohíben mensajes que contengan:

- Ataques personales, insultos, acusaciones o faltas de respeto
- Mensajes incoherentes, sin objeto alguno o comerciales
- Mensajes con spam, lenguaje sms o escrito todo en mayúsculas
- Mensajes con contenido racista, sexista, o cualquiera que discrimine
- Mensajes de contenido pornográfico
- Piratería, o mensajes que permitan el uso ilícito de material con derechos de autor

Nos reservamos el derecho de editar o eliminar cualquier mensaje que no cumpla con las condiciones anteriores. Y de ser necesario bloquear a usuarios.

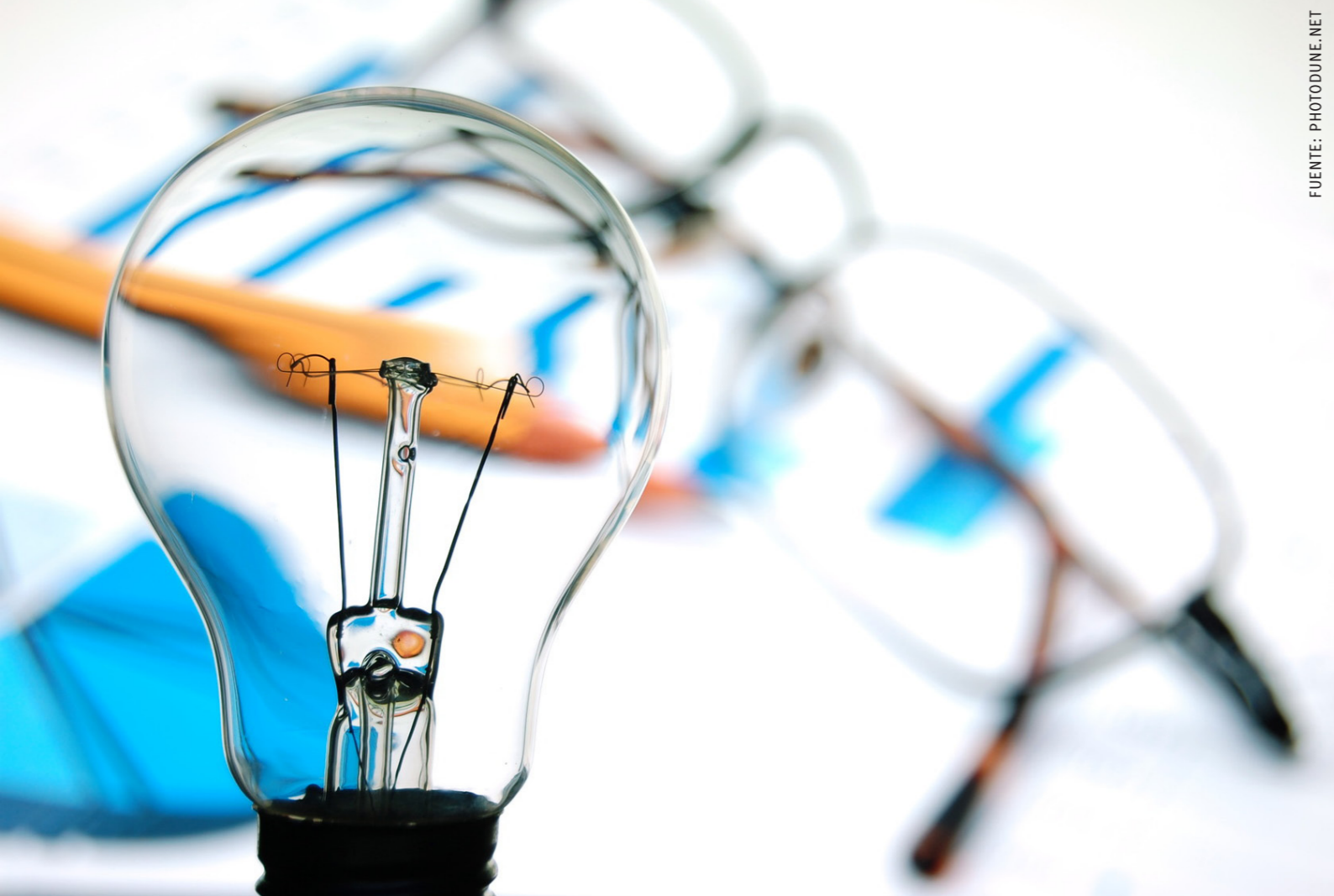
**Twitter**

Se incorporó el feed de twitter.com, el cual muestra los últimos cinco "tweets" del usuario de yoReporto.

# INCORPORACIÓN DE TWITTER.COM

Los expertos mencionaron que para que el sitio de yoReporto logre cumplir con todas las tendencias del diseño web 2010, es necesario incorporar el canal de twitter.com en el sitio.

Para solucionar este problema se incorporó una pequeña caja en la barra lateral de todas las páginas interiores en donde se despliegan los últimos dos "tweets" publicados.



FUENTE: PHOTODUNE.NET

# PROPUESTA GRÁFICA FINAL

## [ IX ]

EN ESTA PARTE SE PRESENTA EL PROYECTO TAL Y COMO QUEDÓ DESPUÉS DE LOS CAMBIOS DE LA PROPUESTA PRELIMINAR.

Luego de haber realizado los cambios con base en los resultados de la validación, se presentan las diferentes piezas gráficas de este proyecto (logotipo, estructura del sitio e íconos web) en la manera que fueron utilizadas definitivamente.

Se especifican las dimensiones, los colores en código RGB y los tamaños reales en píxeles que se utilizaron para cada pieza.

También se especifican detalles como el formato de imagen que se utilizó para cada pieza y sus resoluciones en píxeles.

En este punto del proceso el sitio web ya está maquetado, codificado y en línea. Todos los archivos que componen el sitio han sido instalados en el servidor de elPeriódico bajo el subdominio de yoreporto. elperiodico.com.gt.

Además de esto, el funcionamiento del sitio ha sido probado cuidadosamente para detectar cualquier error o falla y así evitar que posteriormente los usuarios de elPeriódico experimenten algún problema.



# YOREPORTO

## 9.1 LOGOTIPO

Se aplicó un degradado de color #333333 a #FFFFFF en RGB con un borde blanco de 1px y una sombra paralela de 2px.

El logotipo está en formato de imagen PNG con transparencia, a una resolución de 72px (optimizado para la web) y en un tamaño de 296 x 70px.

# 9.2 PLANTILLAS




# PLANTILLA #1

El espacio del contenido central del sitio es de 960px de ancho, mientras que el encabezado tiene un ancho infinito, por lo cual siempre ocupará el ancho completo de cualquier monitor (Este layout se repite en las tres plantillas del sitio).


**Por: Daniel Castaneda**

**Derrumbe**  
Guatemala, Guatemala // 2010-09-27

Este video muestra cómo otra vez se ha derrumbado parte de la carretera en Boca del Monte. Definitivamente, creo que esta situación es una ruleta rusa y que si esto no se arregla pueden haber muertos. Ojalá las autoridades decidan hacer algo.



**NO HAY FOTO DISPONIBLE**  
Miembro desde: 2010-09-15  
PERFIL DEL REPORTERO

**Búscanos en Facebook**  
Yoinformo 

A 7 personas les gusta Yoinformo  
Daniel Estuardo Habla Drew  
Patty Sofia Mapache  
Plug-in social de Facebook

Enviar reporte Facebook Twitter

**Agregar comentario:**

Nombre y Apellido:  (obligatorio)  
Email:  (obligatorio)  
Comentario:

Escriba el siguiente código de autenticación, así nos ayuda a bloquear los mensajes basura (SPAM).  
ZCY3s  (obligatorio)

**Reglas para comentar en el foro**  
Este espacio es para promover el diálogo, compartir, discutir y argumentar sobre el reporte publicado, únicamente.  
Se prohíben mensajes que contengan:  
• Ataques personales, insultos, acusaciones o faltas de respeto  
• Mensajes incoherentes, sin objeto alguno o comerciales  
• Mensajes con spam, lenguaje sms o escrito todo en mayúsculas  
• Mensajes con contenido racista, sexista, o cualquiera que discrimine  
• Mensajes de contenido pornográfico  
• Piratería, o mensajes que permitan el uso ilícito de material con derechos de autor  
Nos reservamos el derecho de editar o eliminar cualquier mensaje que no cumpla con las condiciones anteriores. Y de ser necesario bloquear a usuarios.

**0 comentarios:**  
No hay comentarios publicados por el momento

yoReporto es un servicio de elPeriodico. Todos los derechos reservados 2010.

# PLANTILLA #2

Aquí el contenido principal se divide en dos: Una barra lateral al lado izquierdo de 265px de ancho y una barra de contenido al lado derecho de 600px de ancho (la altura en ambos dependerá de su contenido).

**Accidente**  
0 comentarios // Publicado: 2010-09-28  
Esto fue un accidente de tránsito que se registró en horas de la mañana y qu...

**Derrumbe**  
0 comentarios // Publicado: 2010-09-28  
Este video muestra cómo otra vez se ha derrumbado parte de la carretera en Boca del Monte....

**Peligro de derrumbe**  
0 comentarios // Publicado: 2010-09-22  
Esta es la carretera de Boca del Monte en donde hay una parte que esta a punto de caer y no se ha...

**Accidente**  
0 comentarios // Publicado: 2010-09-28  
Esto fue un accidente de tránsito que se registró en horas de la mañana y qu...

**Derrumbe**  
0 comentarios // Publicado: 2010-09-28  
Este video muestra cómo otra vez se ha derrumbado parte de la carretera en Boca del Monte....

**Peligro de derrumbe**  
0 comentarios // Publicado: 2010-09-22  
Esta es la carretera de Boca del Monte en donde hay una parte que esta a punto de caer y no se ha...

**Accidente**  
0 comentarios // Publicado: 2010-09-28  
Esto fue un accidente de tránsito que se registró en horas de la mañana y qu...

**Derrumbe**  
0 comentarios // Publicado: 2010-09-28  
Este video muestra cómo otra vez se ha derrumbado parte de la carretera en Boca del Monte....

**Peligro de derrumbe**  
0 comentarios // Publicado: 2010-09-22  
Esta es la carretera de Boca del Monte en donde hay una parte que esta a punto de caer y no se ha...

**Accidente**  
0 comentarios // Publicado: 2010-09-28  
Esto fue un accidente de tránsito que se registró en horas de la mañana y qu...

**Derrumbe**  
0 comentarios // Publicado: 2010-09-28  
Este video muestra cómo otra vez se ha derrumbado parte de la carretera en Boca del Monte....

**Peligro de derrumbe**  
0 comentarios // Publicado: 2010-09-22  
Esta es la carretera de Boca del Monte en donde hay una parte que esta a punto de caer y no se ha...

yoReporto es un servicio de elPeriodico. Todos los derechos reservados 2010.

# PLANTILLA #3

Se utilizará para las secciones de "foto Reportes" y "video Reportes" únicamente.

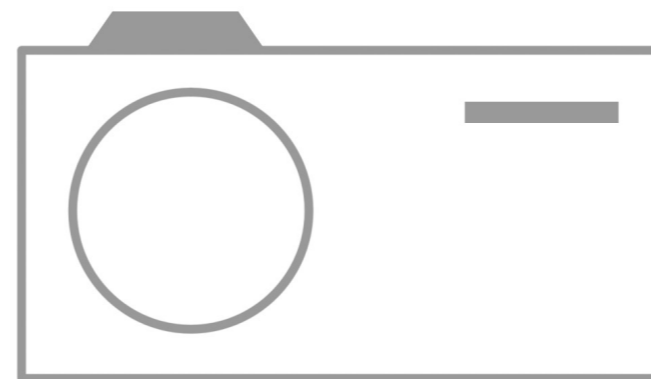
En ésta se utiliza el mismo encabezado y navegación de la página principal, seguido por una lista de quince reportes y al final una paginación, para que así el usuario pueda navegar fácilmente y encontrar todos los reportes existentes en la página.

# 9.3

# ÍCONOS WEB

ÍCONO

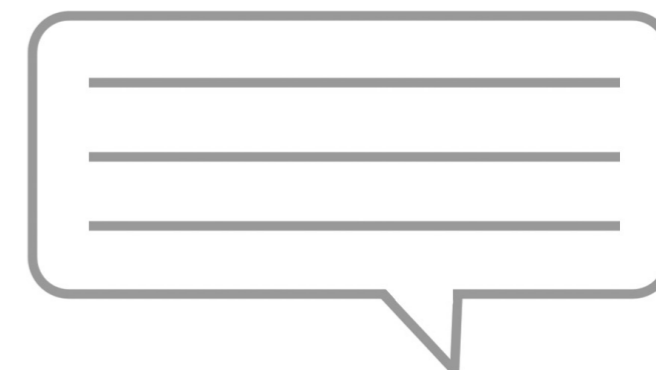
#1



Se utilizará en tamaño 13 x 13px a una resolución de 72px en formato GIF con transparencia optimizado para la web.

ÍCONO

#2



Se utilizará en tamaño 16 x 16px a una resolución de 72px en formato JPG optimizado para la web.

ÍCONO

#3



Se utilizará en tamaño 19 x 19px a una resolución de 72px en formato GIF optimizado para la web.

ÍCONO

#4



Se utilizará en tamaño 13 x 13px a una resolución de 72px en formato GIF con transparencia optimizado para la web.



# [ X ]

EN ESTA PARTE SE TOMAN EN CUENTA LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL PROYECTO: MEDIOS VIRTUALES, CANTIDAD Y COSTO DE PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN DEL SITIO WEB.

# PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

## 10.1 PLAN DE COSTOS DE ELABORACIÓN

MATERIAL ELABORADO	TIEMPO ESTIMADO DE ELABORACIÓN	COSTOS
Diseño de un espacio interactivo para que los lectores del sitio web www.elperiodico.com.gt documenten, por medio de fotos y/o videos, acontecimientos que consideren relevantes.	Investigación y recopilación de datos para sustentar la propuesta gráfica: <b>80 horas</b>  Diseño y desarrollo del portal: <b>400 horas</b>  Total de horas laboradas: <b>480 horas</b>	Para definir el costo del diseño y concepto se tomará de referencia la hora de un diseñador gráfico, cuyo salario mensual en el mercado está alrededor de <b>Q.6,000</b>  El pago por día laborado: <b>Q.200</b> , por lo que estimamos el costo por hora promedio a un valor de: <b>Q.25.00</b>  Precio total de horas hombre: <b>480 x Q.25 = Q.12,000</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>		<b>Q.12,000.00</b>

## 10.2 PLAN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

MATERIAL ELABORADO	TIEMPO ESTIMADO DE ELABORACIÓN	COSTOS
Desarrollo de un espacio interactivo para que los lectores del sitio web www.elperiodico.com.gt documenten, por medio de fotos y/o videos, acontecimientos que consideren relevantes.	Desarrollo del portal: <b>450 horas</b>  Instalación en el servidor y pruebas de funcionamiento: <b>40 horas</b>  Total de horas laboradas: <b>490 horas</b>	Para definir el costo del desarrollo se tomará de referencia la hora de un programador PHP, cuyo salario mensual en el mercado está alrededor de <b>Q.9,000</b>  El pago por día laborado: <b>Q.300</b> , por lo que estimamos el costo por hora promedio a un valor de: <b>Q.37.5</b>  Precio total de horas hombre: <b>490 x Q.37.5 = Q.18,375</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>		<b>Q.18,375.00</b>

## 10.3 PLAN DE COSTOS DE REPRODUCCIÓN

MATERIAL ELABORADO	TIEMPO ESTIMADO DE ELABORACIÓN
SERVIDOR	El costo anual del servidor es de: <b>Q.800</b>
DOMINIO WEB	El costo anual del dominio web es de: <b>Q.80</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>Q.6,480.00</b>

## 10.4 PLAN DE COSTOS DE DISTRIBUCIÓN

MATERIAL ELABORADO	TIEMPO ESTIMADO DE ELABORACIÓN
Costo de internet de 5Mbps para subir al servidor los archivos que conforman el sitio de yoReporto.	Costo por mes: <b>Q.800</b>
Paquete de 50 Dvd-r marca Maxmax para intercambio de información y archivos relacionados con el sitio de yoReporto	Costo del paquete: <b>Q.250</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>Q.1,050.00</b>

## 10.5 RESUMEN DE COSTOS

PROCESO	COSTO
ELABORACIÓN	Q.12,000.00
PRODUCCIÓN	Q.18,475.00
REPRODUCCIÓN	Q.6,480.00
DISTRIBUCIÓN	Q.1,050.00
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>Q.38,005.00</b>



# [ XI ]

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

RESPONDIENDO A LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS SE LLEGO A LAS SIGUIENTES CONCLUSIONES:

1. Para lograr que un sitio web con las características de “yoReporto” tenga la funcionalidad necesaria para que el usuario lo comprenda y utilice fácilmente, hay que tener en mente que la interface del sitio es una “guía” para el usuario. Esto significa que nosotros los diseñadores debemos inducir a los usuarios, a través de botones, colores y otros elementos gráficos, para que éstos puedan lograr completar el propósito del sitio, que en este caso es publicar un reporte.

2. Para que un sitio web esté unificado con la imagen corporativa de su empresa matriz es primordial tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- **Colores:** El sitio deberá tener los mismos colores característicos de la empresa. En el caso de yoReporto se aplicó primordialmente el color rojo, ya que éste es el color representativo de su empresa matriz, el Periódico. De ésta manera todos los usuarios podrán asociar a primera instancia que este servicio pertenece al Periódico.

- **Tipografías:** El sitio deberá utilizar las mismas fuentes tipográficas que utilice la empresa ya sea en su logo, papelería, etc. En el caso de yoReporto se utilizó la misma familia

tipográfica que utiliza el Periódico en su versión impresa.

- **Estilo:** La composición de elementos gráficos, formas e imágenes logran crear un “estilo” que caracteriza a la empresa, por ejemplo: Futurista, Urbano, Corporativo, Retro, etc. El estilo que utilice la empresa deberá también ser utilizado en su sitio web, de manera que exista una concordancia.

3. Para lograr que un sitio web de la magnitud de yoReporto tenga una interface de usuario óptima, es necesario utilizar distintos despliegues y animaciones que ayuden al usuario a realizar las tareas del sitio más fácil y rápidamente.

Es imprescindible que estos despliegues y animaciones se logren por medio de Javascript con ayuda del CSS, debido a que este lenguaje es soportado por cualquier navegador, incluso los más antiguos como Internet Explorer 6, y es mucho más liviano que utilizar una interface desarrollada en Flash u otras tecnologías similares.

Un ejemplo de aplicación de estas interfaces es la forma de registro y/o ingreso del sitio, la cual se muestra por medio de una ventana emergente. Ésta ventana tiene la facilidad de

que el usuario no tenga que cambiar de página para poder registrarse y/o ingresar al sitio, lo cual le ahorra tiempo y le facilita este procedimiento.

### 10.1 RECOMENDACIONES

Para que un sitio web siga teniendo un buen funcionamiento en su futuro se deben tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

1. Es muy recomendable que nosotros, los diseñadores, estemos al tanto sobre todas las tendencias actuales del diseño web para ir aplicando nuevas y mejores herramientas en nuestros sitios y así mejorar constantemente sus funcionalidades; especialmente en sitios como yoReporto en donde existe una constante interacción con el usuario.

Un sitio muy recomendable para estar al tanto sobre estas tendencias, aprender nuevas técnicas por medios de tutoriales y descargar gratis herramientas de integración para sitios web es [www.net.tutsplus.com/](http://www.net.tutsplus.com/).

2. Para lograr que los sitios web que desarrollemos estén siempre unificados con la imagen corporativa de su empresa es muy importante que se proporcione un brief cada vez que la empresa realice un cambio a su imagen corporativa, por ejemplo: rediseño del logotipo, modificación en su paleta colores, etc.

3. Los despliegues y animaciones de javascript que utilizan los sitios web en la actualidad utilizan en su mayoría una librería muy reconocida entre los desarrolladores llamada jQuery. Este plugin es actualizado constantemente por lo cual es necesario que este sea descargado e instalado nuevamente en la página. La dirección del plugin es la siguiente: [www.jquery.com](http://www.jquery.com).

# [ XII ]

## BIBLIOGRAFÍA



FUENTE: BOOKDECOR.COM

1991	Del Río Reynaga Julio. Teoría y práctica de los géneros periodísticos informativos Editorial Diana, México		tos del diseño gráfico, Compilado por Michael Bierut, Steven Heller, Rick Poynor, Ediciones Infinito.	octubre de 2010 de <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen_corporativa">http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen_corporativa</a>
2007	Oliva, LL. y Sitjà, X. Las noticias en radio y televisión. Periodismo audiovisual en el siglo XXI, Omega	2010	Diseño web (n.d.). Obtenida el 18 de octubre de 2010, de <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Diseno_web">http://es.wikipedia.org/wiki/Diseno_web</a>	2010 El logotipo (n.d.). Obtenida el 19 de octubre de 2010 de <a href="http://www.locotipo.com/">http://www.locotipo.com/</a>
2010	Periodismo digital (n.d.). Obtenida el 17 de octubre de 2010, de <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Ciberperiodismo">http://es.wikipedia.org/wiki/Ciberperiodismo</a>	2010	Sitio web (n.d.). Obtenida el 18 de octubre de 2010, de <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Sitio_web">http://es.wikipedia.org/wiki/Sitio_web</a>	2010 Tendencias del diseño web 2010 (n.d.). Obtenida y traducida al español el 22 de octubre de 2010 de <a href="http://designtutorials4u.com/top-10-web-designtrends-for-2010/">http://designtutorials4u.com/top-10-web-designtrends-for-2010/</a>
1995	BASTARDAS BOADA, Albert. Comunicación humana y paradigmas holísticos, CLAVES de razón práctica, 51, pp. 78-80.	2009	Revuelta, F. y Pérez, L. Interactividad en los entornos de formación online. Barcelona. UOC.	2010 El minimalismo (n.d.). Obtenida el 22 de octubre de 2010 de <a href="http://decoracion.facilissimo.com/reportajes/salones/el-minimalismo_186383.html">http://decoracion.facilissimo.com/reportajes/salones/el-minimalismo_186383.html</a>
2001	Bierut, Michael. Fundamen-	2010	La imagen corporativa (n.d.). Obtenida el 19 de	



# ANEXOS

EN ESTA PARTE SE INCLUYE TODA LA INFORMACIÓN RELEVANTE QUE SIRVIÓ DE SOPORTE AL PROYECTO Y QUE HAN SERVIDO PARA CONSTRUIR EL CONTENIDO DE LA METODOLOGÍA.

A continuación se presentan las encuestas que se utilizaron para validar las piezas gráficas del proyecto (logotipo, estructura del sitio e íconos web).

Se utilizaron tres encuestas diferentes y dedicadas para los

expertos en la materia, el cliente y el grupo objetivo.

Se encuestaron diez expertos en la materia, tres clientes de elPeriódico y treinta individuos del público objetivo que conforman la muestra necesaria para tener resultados certeros.

## [XIII]

Cada encuesta consta de doce preguntas de selección múltiple con tres posibles respuestas, de las cuales el encuestado debía seleccionar una o más a la vez.

También se anexa la tabla de los niveles socioeconómicos de Guatemala que sirvió de base para determinar la segmentación demográfica del proyecto.

Esta tabla fue realizada por la empresa Guatemalteca de datos y estadísticas Prodatos S.A. en el año 2009, por lo cual estos datos son vigentes y válidos para este proyecto.

# EXPERTOS

Parte Semiológica

## 9. CONSIDERA QUE LOS COLORES APLICADOS EN EL SITIO:

- ◆ Atraen a la vista
- ◆ Están saturados
- ◆ Carecen de fuerza

## 10. CONSIDERA QUE LA TIPOGRAFÍA ES:

- ◆ Moderna
- ◆ Estilizada
- ◆ Inapropiada

## 11. CONSIDERA QUE LOS ÍCONOS UTILIZADOS SON:

- ◆ Fáciles de interpretar
- ◆ Confusos
- ◆ Ilegibles

## 12. CONSIDERA QUE EL LOGOTIPO:

- ◆ Se adapta al diseño del sitio
- ◆ No se adapta al diseño del sitio
- ◆ Es inadecuado

SUS RESPUESTAS A LOS INCISOS ANTERIORES SON MUY IMPORTANTES; ASÍ MISMO, LOS COMENTARIOS QUE PUEDA HACER PARA SABER QUÉ LE GUSTA, QUÉ NO LE GUSTA O QUÉ LE GUSTARÍA VER EN EL SITIO WEB "YOREPORTO" SERÁN AGRADECIDOS.

**INSTRUCCIONES:** A CONTINUACIÓN SE PRESENTAN UNA SERIE DE PREGUNTAS RELACIONADAS CON EL SITIO WEB "YOREPORTO". SUBRAYE LAS RESPUESTAS DE SU ELECCIÓN. MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Parte Objetiva

## 1. LA FUNCIONALIDAD DE ESTE PORTAL WEB ES:

- ◆ Fácil de utilizar
- ◆ No es práctica
- ◆ Es complicada

## 2. LOS ELEMENTOS GRÁFICOS Y ESTILOS DE LETRA DEL PORTAL TIENEN:

- ◆ Mucha relación con la imagen corporativa de elPeriódico
- ◆ Poca relación con la imagen corporativa de elPeriódico
- ◆ No tienen ninguna relación con la imagen corporativa de elPeriódico

## 3. LOS DISTINTOS DESPLIEGUES Y ANIMACIONES DEL SITIO:

- ◆ Optimizan la interface
- ◆ Son indiferentes
- ◆ Dificultan la interface

Parte Expresión Gráfica

## 4. EL DISEÑO DE ESTE SITIO WEB:

- ◆ Cumple con las tendencias del diseño web 2010
- ◆ No cumple con las tendencias del diseño web 2010
- ◆ Esta completamente desactualizado

## 5. LA ESTRUCTURA DEL SITIO (LAYOUT):

- ◆ Tiene orden jerárquico
- ◆ Tiene fluidez
- ◆ Esta desordenado

## 6. LA INTEGRACIÓN DE LAS REDES SOCIALES DENTRO DEL SITIO ES:

- ◆ Apropiada
- ◆ Excesiva
- ◆ Escasa

## 7. EL TIEMPO DE CARGA DEL SITIO ES:

- ◆ Óptimo
- ◆ Aceptable
- ◆ Lento

## 8. LOS LENGUAJES DE PROGRAMACIÓN UTILIZADOS PARA EL DESARROLLO DEL SITIO SON:

- ◆ Muy adecuados
- ◆ Poco adecuados
- ◆ Nada adecuados

# CLIENTE

**INSTRUCCIONES:** A CONTINUACIÓN SE PRESENTAN UNA SERIE DE PREGUNTAS RELACIONADAS CON EL SITIO WEB "YOREPORTO". SUBRAYE LAS RESPUESTAS DE SU ELECCIÓN. MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

## Parte Objetiva

### 1. LA FUNCIONALIDAD DE ESTE PORTAL WEB ES:

- ◆ Fácil de utilizar
- ◆ No es practica
- ◆ Es complicada

### 2. LOS ELEMENTOS GRÁFICOS Y ESTILOS DE LETRA DEL PORTAL TIENEN:

- ◆ Mucha relación con la imagen corporativa de elPeriódico
- ◆ Poca relación con la imagen corporativa de elPeriódico
- ◆ No tienen ninguna relación con la imagen corporativa de elPeriódico

### 3. LOS DISTINTOS DESPLIEGUES Y ANIMACIONES DEL SITIO:

- ◆ Optimizan la interface
- ◆ Son indiferentes
- ◆ Dificultan la interface

## Parte Expresión Gráfica

### 4. CONSIDERA QUE NAVEGAR EN EL SITIO ES:

- ◆ Fácil
- ◆ Impráctico
- ◆ Difícil

### 5. LOS ESPACIOS DE PUBLICIDAD EN EL SITIO SON:

- ◆ Apropriados
- ◆ Excesivos
- ◆ Escasos

### 6. LA MARCA DE ELPERIÓDICO EN EL SITIO:

- ◆ Es muy visible
- ◆ No es muy visible
- ◆ No es visible

### 7. LAS REDES SOCIALES AGREGADAS EN LA NAVEGACIÓN DEL SITIO SON:

- ◆ Esenciales
- ◆ Innecesarias
- ◆ Demasiadas

### 8. LA CANTIDAD DE REPORTES Y REPORTEROS QUE SE MUESTRAN SON:

- ◆ Demasiados
- ◆ Suficientes
- ◆ Muy pocos

## Parte Semiológica

### 9. CONSIDERA QUE EL NOMBRE DEL SITIO WEB:

- ◆ Se identifica como parte de elPeriódico
- ◆ No se identifica como parte de elPeriódico
- ◆ No tiene ninguna relación con elPeriódico

### 10. CONSIDERA QUE EL LOGOTIPO:

- ◆ Se acopla al estilo gráfico de elPeriódico
- ◆ No se acopla al estilo gráfico de elPeriódico
- ◆ No tiene relación con la empresa

### 11. CONSIDERA QUE LOS COLORES UTILIZADOS EN EL SITIO:

- ◆ Tienen relación con la empresa
- ◆ Tienen poca relación con la empresa
- ◆ No tienen relación con la empresa

### 12. CONSIDERA QUE LA TIPOGRAFÍA ES:

- ◆ Muy adecuada
- ◆ Poca adecuada
- ◆ Nada adecuada

**SUS RESPUESTAS A LOS INCISOS ANTERIORES SON MUY IMPORTANTES; ASÍ MISMO, LOS COMENTARIOS QUE PUEDA HACER PARA SABER QUÉ LE GUSTA, QUÉ NO LE GUSTA O QUÉ LE GUSTARÍA VER EN EL SITIO WEB "YOREPORTO" SERÁN AGRADECIDOS.**

# GRUPO OBJETIVO

**INSTRUCCIONES:** A CONTINUACIÓN SE PRESENTAN UNA SERIE DE PREGUNTAS RELACIONADAS CON EL SITIO WEB "YOREPORTO". SUBRAYE LAS RESPUESTAS DE SU ELECCIÓN. MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

## Parte Objetiva

### 1. LA FUNCIONALIDAD DE ESTE PORTAL WEB ES:

- ◆ Fácil de utilizar
- ◆ No es practica
- ◆ Es complicada

### 2. LOS ELEMENTOS GRÁFICOS Y ESTILOS DE LETRA DEL PORTAL TIENEN:

- ◆ Mucha relación con la imagen corporativa de elPeriódico
- ◆ Poca relación con la imagen corporativa de elPeriódico
- ◆ No tienen ninguna relación con la imagen corporativa de elPeriódico

### 3. LOS DISTINTOS DESPLIEGUES Y ANIMACIONES DEL SITIO:

- ◆ Optimizan la interface
- ◆ Son indiferentes
- ◆ Dificultan la interface

## Parte Expresión Gráfica

### 4. CONSIDERA QUE EL CONTENIDO DEL SITIO ES:

- ◆ Legible
- ◆ Poco legible
- ◆ Ilegible

### 5. CONSIDERA QUE LOS ÍCONOS SON:

- ◆ Adecuados
- ◆ Muy pequeños
- ◆ Muy grandes

### 6. CONSIDERA QUE NAVEGAR EN EL SITIO ES:

- ◆ Fácil
- ◆ Impráctico
- ◆ Difícil

### 7. CONSIDERA QUE EL MENÚ DE NAVEGACIÓN LOGRA:

- ◆ Orientar al usuario
- ◆ Complicar al usuario
- ◆ Perder al usuario

## Parte Semiológica

### 8. CONSIDERA QUE EL NOMBRE DEL SITIO WEB ES:

- ◆ Original
- ◆ Común
- ◆ Aburrido

## Parte Semiológica

### 9. CONSIDERA QUE LOS COLORES DEL SITIO WEB SON:

- ◆ Llamativos
- ◆ Comunes
- ◆ Aburridos

### 10. LOS ÍCONOS UTILIZADOS LE CAUSAN:

- ◆ Familiaridad
- ◆ Aburrimiento
- ◆ Cansancio

### 11. CONSIDERA QUE LA ESTRUCTURA DEL SITIO ES:

- ◆ Dinámica
- ◆ Común
- ◆ Aburrida

### 12. CONSIDERA QUE EL LOGOTIPO DEL SITIO ES:

- ◆ Original
- ◆ Común
- ◆ Desagradable

**SUS RESPUESTAS A LOS INCISOS ANTERIORES SON MUY IMPORTANTES; ASÍ MISMO, LOS COMENTARIOS QUE PUEDA HACER PARA SABER QUÉ LE GUSTA, QUÉ NO LE GUSTA O QUÉ LE GUSTARÍA VER EN EL SITIO WEB "YOREPORTO" SERÁN AGRADECIDOS.**

# NIVELES SOCIOECONÓMICOS

FUENTE: PRODATOS S.A. ESTUDIO REALIZADO A NIVEL CAPITAL MAYO-JUNIO 2009

NIVEL	CARACTERÍSTICAS	¿QUÉNES SON?
Nivel alto (A)	<p>Esta formado por personas que poseen ingresos elevados, vivienda propia, más de tres automóviles y frecuentemente viajan al exterior.</p> <p>Ingreso familiar mensual promedio: <b>Q.65,500 a Q.125,000.</b></p>	Terratenientes, industriales, capitalistas, banqueros, propietarios de grandes empresas, herederos de grandes fortunas y grandes políticos.
Nivel alto, bajo (B)	<p>Está representado por aquellas personas que tienen un ingreso elevado.</p> <p>Ingreso familiar mensual promedio: <b>Q.38,600</b></p>	Profesionales y agroindustriales de éxito, gerentes generales de la empresas e industrias más grandes del país.
Nivel medio, alto (C1)	<p>Tienen un nivel de vida bastante holgada y pueden darse lujos en menor escala que los del nivel AB, tanto en el ámbito profesional como social.</p> <p>Ingreso familiar mensual promedio: <b>Q.23,500</b></p>	Ejecutivos de grandes empresas o propietarios de empresas medianas, supervisores, directores de departamentos, técnicos especializados, profesionales, vendedores.
Nivel medio (C2)	<p>Se compone de trabajadores y empleados de oficina con un salario promedio, viven en la mejor parte de la ciudad. Estas personas tiene todas sus necesidades cubiertas y disfrutan de ciertos lujos y holgura dentro de su disponibilidad de ingresos y tienen capacidad de ahorro.</p> <p>Ingreso familiar mensual promedio: <b>Q.10,500</b></p>	Supervisores/jefes, técnicos especializados, trabajadores administrativos, profesionales, vendedores, maestros.
Nivel medio, bajo (C3)	<p>Está conformado por la clase trabajadora, generalmente poseen casa propia y vehículo. Sus estudios llegan a nivel medio o con estudios superiores incompletos. No poseen capacidad de ahorro, pero cubren sus necesidades básicas.</p> <p>Ingreso familiar mensual promedio: <b>Q.6,100</b></p>	Secretarías, enfermeras, contadores, cajeros, vendedores, oficinistas, técnicos, maestros.
Nivel bajo (D1)	<p>Los miembros de este nivel son trabajadores que poseen un estándar de la pobreza. Tiene cubiertas sus necesidades más elementales como techo, vestimenta y alimentación, pero de forma limitada. Se transportan en vehículos públicos, motos y, un porcentaje bajo de casos, en autos de modelos antiguos.</p> <p>Ingreso familiar mensual promedio: <b>Q.2,500</b></p>	Contadores, dependientes, técnicos -no siempre especializados-, funcionarios de Estado de segunda clase a menos, maestros de escuelas públicas, miembros de las fuerzas del Estado
Nivel bajo, bajo (D2)	<p>Los miembros de este nivel por lo general no tienen trabajo formal.</p> <p>Ingreso familiar mensual promedio: <b>Q.1,100</b></p>	Trabajadores del sector informal