



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

**"DISEÑO DEL WEB SITE PARA
LA REVISTA LA RISA DE LA HIENA"**

TESIS

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO**

PRESENTA

Martha Patricia Reyes Ramírez

DIRECTORA DE TESIS

Mtra. Ma. del Carmen Villavicencio Enríquez

México D.F. 2006



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICO ESTA TESIS A LAS PESONAS QUE SON MI INSPIRACIÓN CONSTANTE DE SUPERACIÓN:

A JAIME

Por amarme y cuidarme
sin interés alguno
y porque gracias a ti
soy tan maravillosamente feliz.

A MIS PAPÁS

MARTHA

Por ser la mujer más asombrosa
del mundo y de quien he
aprendido que las metas se obtienen
con el trabajo constante.

ENRIQUE

Porque siempre has sido mi
ejemplo a seguir, y ojalá algún día
llegue a ser como tú.

A MIS HERMANOS

LUIS Y SERGIO

Porque no podría tener carnales
mejores que ustedes y sé, que incondicionalmente,
siempre están cuando los necesito.

Dedicatoria

Agradecimientos

A LA UNAM

Por darme la oportunidad de formarme como profesionalista en ésta, mi casa de estudios.

AGRADEZCO A LAS SIGUIENTES PERSONAS POR SER PARTE DE MI CRECIMIENTO PROFESIONAL

A CARMEN

Por sus enseñanzas y el tiempo dedicado a mí que no tendré cómo pagarle.

A MIS SINODALES

Por su dedicación y empeño.

A MIS PROFESORES

Omar, Sandra, Luis y Gerardo.

A MIS PRIMOS

Yoli, Chío, Lili, Hugo, Pepo, Adri y Caro, ustedes saben que los amo.

A MI ABUELITA Y MI TÍA

Por preocuparse tanto por mí.

A MIS QUERIDÍSIMOS AMIGOS

POR BRINDARME SU AMISTAD Y POR AYUDARME CON ESTE PROYECTO

Sony, Penélope, Gloria, Nadia, Álvaro, Pablo, Armando, Raúl, Javier, Antonio, Carlos, Jorge, el otro Carlos, Manuel y Jerry.

PORQUE LOS LLEVO SIEMPRE EN MI PENSAMIENTO

Elizabeth, Gaby, Hugo, Beatriz, Emanuel, Ariel, Abelardo, la otra Nadia, Jeimy, Lety, Vero, Miguel, César, Arturo, Octavio, Waldo, Evelín, Lina, Jesús, Noemí, Elisa, Ramón, el otro Jorge, y a tantos amigos que en este momento se me escapan del corazón.

¡Mil gracias a todos!

Agradecimientos

Contenido

INTRODUCCIÓN.....	17
CAPÍTULO I	23
1. USUARIO DEL DISEÑO	23
1.1 EDICIONES SUSANA SAN JUAN	23
CARACTERÍSTICAS	23
MISIÓN	23
OBJETIVOS	23
ANTECEDENTES DE LA EDITORIAL	24
ESTRUCTURA FÍSICA	24
UBICACIÓN	25
EQUIPO	25
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	25
DIRECTOR	25
SUBDIRECTOR	26
DISEÑO GRÁFICO-COORDINADOR	26
DISEÑO GRÁFICO-EDITOR	26
EDITOR DE ILUSTRACIÓN	26
EDITOR 1.....	26
EDITOR 2.....	26
1.2 ACTIVIDADES	27
CARACTERÍSTICAS GENERALES	27
LA REVISTA <i>LA RISA DE LA HIENA</i>	27
ESPECIFICACIONES	27
EL NOMBRE	27
EL TEMA	28
PERFIL DEL LECTOR (PÚBLICO META)	28
LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA REVISTA	28
1.3 ESPECIFICACIONES FÍSICAS DEL REVISTA	28
FORMATO	28
DIAGRAMACIÓN	29
NÚMERO DE PÁGINAS	29
TIRAJE	29
MATERIALES	29
PRIMERA Y CUARTA DE FORROS	29

LOS INTERIORES	29
1.4 CARACTERÍSTICAS DE CONTENIDO DEL EJEMPLAR NUMERO DEL EJEMPLAR	29
COLABORACIONES	30
LAS SECCIONES	31
1.5 CARACTERÍSTICAS DE COMPOSICIÓN	32
1.6 LAS PRESENTACIONES COMO SERVICIOS ADICIONALES	33
1.7 ALCANCES	33
1.8 LIMITACIONES	33
1.9 ANTECEDENTES GRÁFICOS	34
MUESTRAS ANTERIORES	34
REVISTAS PUBLICADAS	34
PUBLICACIONES SIMILARES (COMPETENCIA)	35
DISTRIBUCIÓN	36
LUGARES FÍSICOS DE DISTRIBUCIÓN	36
LA ZONA GEOGRÁFICA DE DISTRIBUCIÓN	36
OTRAS FORMAS DE DISTRIBUCIÓN	36
1.10 COSTOS PARA PARA LA ELABORACIÓN DE LA REVISTA <i>LA RISA DE LA HIENA</i>	36
NECESIDADES	37
DIAGNÓSTICO	37

CAPÍTULO II

2. CONTEXTO DE LA DISCIPLINA	41
2.1 COMUNICACIÓN	41
CARACTERÍSTICAS	41
TIPOS DE COMUNICACIÓN	43
2.2 COMUNICACIÓN GRÁFICA	43
CARACTERÍSTICAS DEL DISEÑO O LA COMUNICACIÓN GRÁFICA	43
2.3 LA COMUNICACIÓN VISUAL	44
CARACTERÍSTICAS	45
TIPOS	46
INFORMACIÓN PRÁCTICA	47
INFORMACIÓN ESTÉTICA	47
2.4 LAS ÁREAS PRINCIPALES DE EJERCICIO PROFESIONAL	47
2.4.1 FOTOGRAFÍA	48
CARACTERÍSTICAS	48
APLICACIONES	48
2.4.2 ILUSTRACIÓN	50

CARACTERÍSTICAS	75
TIPOS	75
ADSL (INFINITUM /SPEDIMAX)	76
3.1.2 SERVICIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UN SITIO DE INTERNET	76
EL NOMBRE DE DOMINIO	76
EL NIC MÉXICO	77
FORMAS DE OBTENER UN DOMINIO	78
EL WEB HOSTING	78
3.1.3 LA WORLD WIDE WEB	78
CARACTERÍSTICAS	79
LA HISTORIA DE LA WORLD WIDE WEB	80
SITIO WEB	81
CARACTERÍSTICAS	81
TIPOS	81
3.1.4 LA PÁGINA WEB	84
CARACTERÍSTICAS	84
ELEMENTOS CARACTERÍSTICOS DE LA PÁGINA WEB	85
TIPOS (EL <i>HTML</i>)	88
CARACTERÍSTICAS	88
3.1.5 MULTIMEDIA	89

CAPÍTULO IV

4. ELEMENTOS PARA EL DESARROLLO Y CONSTRUCCIÓN DE LA INTERFAZ.....	95
4.1 REQUISITOS PREVIOS	95
EL EQUIPO DE TRABAJOS.....	95
ESCRITOR.....	95
DISEÑADOR GRÁFICO.....	96
PROGRAMADOR (WEB MASTER).....	96
COMITÉ RESPONSABLE.....	96
4.2 DEFINICIÓN Y PLANEACIÓN.....	96
COSTOS.....	97
4.3 REQUERIMIENTOS DE TECNOLOGÍA.....	98
4.4 CONOCER AL VISITANTE.....	98
4.5 ORGANIZAR LA INFORMACIÓN.....	99
4.6 MANTENIMIENTO.....	100
4.7 MARKETING.....	100
4.8 RASTREO.....	101
4.9 DISEÑO DE LA <i>INTERFAZ</i>	102

CARACTERÍSTICAS.....	128
4.21.4 USUARIO.....	129
DEFINICIÓN.....	129
CARACTERÍSTICAS.....	130
4.21.5 CREATIVIDAD.....	130
DEFINICIÓN.....	130
CARACTERÍSTICAS.....	130
4.21.6 FORMA.....	131
DEFINICIÓN.....	131
CARACTERÍSTICAS.....	131
4.21.7 FUNCIONALIDAD.....	132
DEFINICIÓN.....	132
CARACTERÍSTICAS.....	132

CAPÍTULO V

5. DESARROLLO Y CONSTRUCCIÓN	137
5.1 EQUIPO DE TRABAJO DEL WEB SITE PARA LA REVISTA <i>LA RISA DE LA HIENA</i>	137
5.2 LOS OBJETIVOS DE CONSTRUCCIÓN DEL SITIO DE LA REVISTA <i>LA RISA DE LA HIENA</i>	137
5.3 ESTRUCTURA DEL SITIO.....	140
5.4 ETAPA DE PREPARACIÓN.....	141
5.5 LAS IMÁGENES (ILUSTRACIONES, FOTOGRAFÍAS, GRÁFICOS) PARA MENÚ PRINCIPAL.....	143
5.6 JUSTIFICACIONES DE DISEÑO DEL INTRO QUE SE PROPONE PARA ESTE WEB SITE.....	146
APLICACIONES DE FORMAS.....	146
RAZONES DE USO DEL COLOR.....	146
USO DE TIPOGRAFÍA.....	146
JUSTIFICACIÓN RETICULAR.....	146
LOS CUDROS.....	146
5.7 PREPARAR EL BOCETO, DIAGRAMACIÓN Y ESTRUCTURA BASE.....	148
5.8 JUSTIFICACIONES GENERALES DE DISEÑO.....	150
APLICACIÓN DE FORMAS.....	150
LA PARTE SUPERIOR DE LAS PÁGINAS.....	150
LA PARTE INFERIOR DE LAS PÁGINAS.....	150
RAZONES DE USO DEL COLOR.....	151
EL USO DE TIPOGRAFÍA.....	151
JUSTIFICACIÓN RETICULAR.....	151
5.9 DISEÑO DEL WEB SITE DE LA REVISTA <i>LA RISA DE LA HIENA</i>	153

MENÚ PRINCIPAL.....	153
PÁGINA: DE INICIO.....	153
PÁGINA: EL COMIENZO.....	154
PÁGINA: LOS CULPABLES.....	155
PÁGINA: ATRADOS.....	156
PÁGINA: EJEMPLO DE UN NÚMERO ATRASADO.....	157
PÁGINA: BOLSA DE MANDADO.....	158
PÁGINA: CONTÁCTANOS.....	159
SUBMENÚ.....	160
PÁGINA: NOTICIAS.....	160
PÁGINA: LA TIENDITA.....	161
PÁGINA: ENLACES.....	162
PÁGINA: LA MÁS ACTUAL.....	163

CONCLUSIONES

GLOSARIO

ANEXO 1

ANEXO 2

BIBLIOGRAFÍA

Introducción

La siguiente tesis tiene como propósito, dotar una vía alterna que difunda la revista *La Risa de La Hiena* de forma más amplia; para ello se realizará un sitio de Internet.

A partir de un procedimiento de trabajo que enfatice la importancia al valor de la investigación, con base en argumentos específicos que permitan al diseñador entender su presencia en el proceso de diseño de un Web Site.

Para realizar esta investigación se requiere:

- Conocer el marco de referencia del usuario de diseño.
- Definir qué es Internet como medio de comunicación, así como sus alcances y limitaciones.
- Definir que es un *Web Site* (Sitio de Internet), así como qué es una página web.
- Puntualizar los elementos de la página web y como funciona cada uno dentro de un sitio de Internet.
- Aplicar con base a los resultados de la investigación un proceso de diseño para el sitio de Internet de la revista *La risa de La Hiena*.
- Identificar y aplicar los principios básicos de diseño que se requieren para crear un sitio de Internet que sea duradero.
- Llevar a cabo el diseño del sitio de Internet de la revista *La risa de La Hiena* que tenga como resultado un objeto que comunique de forma precisa lo que el Consejo Editorial de la revista desea transmitir.

Los cambios de los medios de comunicación son necesarios; para obtener información trata- da con profundidad, valor e integridad; y el diseñador gráfico ha evolucionado con ellos. Sin embargo aquellos que deseen elaborar contenidos duraderos, no gobernados por la moda, tendrán que aprender los métodos para que un eficiente diseño soporte las pruebas del tiempo.

Interesa a esta investigación destacar que el diseñador gráfico actualmente se involucra en la creación de la Web a nivel profesional, ya que el papel que desempeña en esta área es fundamental, pues las personas que navegan en *la Red* así lo han demandado, porque buscan sitios en Internet que sean visualmente atractivos y funcionales.

El motivo medular por el que se está interesado en el desarrollo del presente proyecto es la problemática surgida a través de la gran cantidad de tecnología que invade al campo profesional del diseñador y que contribuye a deformar su actitud con respecto a la necesidad de investigación que sustente su propuesta de diseño, ya que pareciera que el dominio de la técnica de cualquier herramienta novedosa resolverá los problemas, y es por eso que la tesis se centra en este punto, pues es ahí en donde debe diferenciarse en gran distancia a un profesionalista de un técnico que "maneja" diversos programas para la creación de Páginas Web.

El mercado de elaboración de sitios de Internet esta invadido por programadores que, si bien saben como estructurar un Site; carecen de elementos fundamentales de diseño que este medio de comunicación demanda. Es por ello importante que al crear un sitio de Internet se haga una investigación mesurada del usuario de diseño y del problema que se necesita resolver, en ese sentido es en base a la recopilación de datos, desarrollo, y procedimientos esenciales que se logrará un web Site funcional.

Las páginas de Internet se basan en un medio multidisciplinario; la capacidad de combinar texto con imágenes, sonido y animaciones son aspectos fascinantes para la tecnología informática; pero deben estar sustentados para que el elemento fundamental que es la comunicación sea clara y efectiva, para los usuarios que visitan Internet.

El Consejo Editorial de la revista *La risa de La Hiena* busca acrecentar el número de jóvenes que se interesen por la publicación y el medio se ha propuesto es un sitio en Internet, cabe aclarar que tan definida es la identidad de la revista que al realizar el diseño para la Web, habrá que cuidar mucho este aspecto, pues dicho Consejo desea establecer un vínculo que identifique ambas partes, es decir la relación que existe entre la publicación y su Sitio en Internet.

Como consecuencia, la investigación del presente trabajo, sustentara una propuesta que se justifique formalmente, por medio de un proceso de diseño y que ayude en la elaboración del Web Site de la revista *La Risa de La Hiena*.

Este proyecto de investigación se divide en cinco capítulos:

El primero se refiere a la presentación de datos necesarios que ayudarán a esta investigación, es decir, aquellos aspectos que nos ayudarán a conocer al usuario de diseño, así como la demanda existente por parte del mismo, con ello, podremos definir, cuáles son los requerimientos necesarios, para la solución de dicha demanda y así poder darles el cauce pertinente; así también contextualizar el producto comunicativo.

El segundo especifica el contexto de la disciplina, esto con el fin de describir y ubicar el campo de estudio donde se desenvuelve el diseñador gráfico; así entonces, se presentan las definiciones, características y tipos de la comunicación. También se hace mención al proceso y los factores indispensables que el diseño gráfico o comunicación gráfica contiene, así como las áreas en que se divide esta disciplina, a fin de identificar los pasos necesarios que un diseñador requiere conocer y aplicar para desarrollar y resolver todo problema que cualquier usuario le demande.

El tercero describe el contexto en el que esta investigación se desarrollará, las páginas web, se desenvuelven en un ambiente llamado Internet, mismo que ocupa en la actualidad parte importante como medio de comunicación. Asimismo, el diseño de páginas web indica que la gráfica avanza con las nuevas tecnologías y permite al diseñador emprender nuevos

caminos. En este capítulo se mencionarán las definiciones, características y tipos, en cuanto a Internet y las páginas web se refieren.

El cuarto se divide en dos partes: La primera incluye los componentes que son importantes observar para la realización de un Sitio de Internet como son: equipo de trabajo, objetivos de construcción, tipo de visitante, tecnología, contenidos, costos, especificaciones de diseño, marketing, mantenimiento, rastreo y organización de la información. La segunda parte está compuesta por las consideraciones generales de diseño que se requieren para desarrollar el Sitio luego entonces, se presentan los siguientes: diseño de la página, tipografía, estilo editorial, gráficos para web, color y multimedia.

El quinto presenta el desarrollo y construcción del Web Site para la revista La Risa de la Hiena.

Capítulo I

El presente capítulo se refiere a conocer al usuario de diseño (Consejo editorial), así como la necesidades existentes por parte del mismo, con ello, podremos definir, cuáles son los requerimientos necesarios, para la solución de dicha demanda y así poder darles el cauce pertinente. Así también se contextualiza el producto comunicativo (la revista) del cual se partirá para llevar a cabo este proyecto.

1.1 EDICIONES SUSANA SAN JUAN

DEFINICIÓN. Es un colectivo mexicano del Distrito Federal que se conforma de siete jóvenes. Está dedicado a la producción y edición de la revista independiente *La risa de La Hiena, al público desde hace cinco años.*

*"Ediciones Susana San Juan es un conglomerado de siete dementes que un buen día decidieron dedicar su tiempo libre en algo positivo. Aprovecharon sus habilidades natas de fabulosos escritores, y salieron en la búsqueda de maravilloso material literario que existe —pues hasta ese momento ellos no tenían nada—."*¹

Este esfuerzo editorial surge con la creación de la revista *La Risa de La Hiena*, que entre sus actividades, ha patrocinado una obra de teatro universitario, un encuentro de VIH y un concurso de música.



CARACTERÍSTICAS

A continuación se presentan las principales características de la revista.

MISIÓN

Dar a conocer las diferentes manifestaciones artísticas y culturales principalmente en el Distrito Federal.

OBJETIVOS

- Abrir un espacio de expresión para creadores desconocidos en equilibrio con la publicación de trabajos de autores consolidados.
- Confrontar al lector ante tópicos que regularmente no encontrarían en una misma publicación; mediante el calificativo de "revista literaria de corte campechano"² se pretende entregar un producto editorial ecléctico y plural.
- Lograr que convivan en el mismo espacio editorial manifestaciones literarias y artísticas que pudieran parecer incompatibles o antagónicas



¹ *Conversaciones con la Inteligencia* (Programa de la conferencia) con la revista *La Risa de La Hiena*. Colegio de Bachilleres, México D.F., 9 de julio de 2001.

² *Revista literaria de corte campechano* es la leyenda que se utiliza en las publicaciones de la editorial, esto se refiere a que la publicación contiene material ecléctico y muy variado.

- Balancear en las páginas de la revista el contenido literario con una propuesta gráfica atractiva que interactúe con los textos. *"Queremos crear así un medio de expresión libre y sin censura ni concesiones ideológicas o políticas"*.³ Algunos ejemplos de temas podrían ser: El graffiti y el Museo Nacional de Arte; José Agustín metaforizando sobre el *life stile* y los Rolling Stones; el punk, el cómic y el Museo Universitario de Ciencias y Artes.
- La prioridad del consejo no es la auto publicación, pues se considera importante abrir un espacio hacia un espectro amplio de colaboradores, evaluando siempre la calidad de los textos.
- Y finalmente se quiere cumplir con el objetivo de ser *"una revista con seriedad que no sea seria"*.⁴ *"Partimos de la premisa de que la línea editorial se tiene que consolidar conforme aparezcan los siguientes números, sin ser forzada, aunque por los rasgos comunes en la cosmogonía de los editores, se encuentra muy cerca de presumir su identidad"*.⁵

Enseguida se presenta cómo surgió este grupo.

ANTECEDENTES DE LA EDITORIAL

Ediciones Susana San Juan nace de la inquietud de un grupo de jóvenes por compartir sus experiencias literarias y de cultura con aquellas mentes lúcidas que se pudieran interesar por publicaciones de índole ecléctico.

Antes de la creación de la revista, algunos miembros habían estado colaborando con otra revista que se llamaba *Humo en el aire*, de estructura más sencilla, y formada por medio de fotocopias. Jaime Ángeles Ramírez (véase en el apartado del Consejo Editorial), tenía la idea de hacer

una mejor revista, en donde él formara parte, con el fin de participar en la toma de decisiones. En septiembre de 1999 convoca a una junta con más de diez personas que ayudaron a conformar algunas partes del concepto.



Después de un proceso de estructuración que llevó un año, en septiembre del 2000, *Ediciones Susana San Juan* se consolida con la revista *La Risa de La Hiena*, como una editorial independiente. El grupo finalmente se conforma por siete jóvenes —de los cuales permanecen seis actualmente—, como un medio de expresión libre y sin censura, logrando que el contenido de esta naciente revista, en donde se incluyen textos y gráficos, interactúen en armonía, creando un ambiente de esparcimiento y reflexión.

A continuación se incluye la estructura física y administrativa con el propósito de contextualizar al usuario de diseño.

ESTRUCTURA FÍSICA

Como parte de su estructura física se presenta su ubicación y la descripción de sus instalaciones, así como el equipo que utilizan para la producción editorial.

UBICACIÓN

El Consejo Editorial no cuenta por el momento con una oficina fija, por no tener los recursos suficientes. Por tal motivo, cada reunión se alterna en los domicilios particulares de los integrantes.

La dirección fiscal con que se registra la revista es Oriente 251-B, número 36, Colonia Agrícola Oriental, C.P. 08500 México, Distrito Federal. Teléfonos: 5700 6647 / 5845 5802 / 5756 6739. En este lugar, (que es una casa particular), se alberga todo el material producido y se realizan los cierres de edición y producción de la revista.

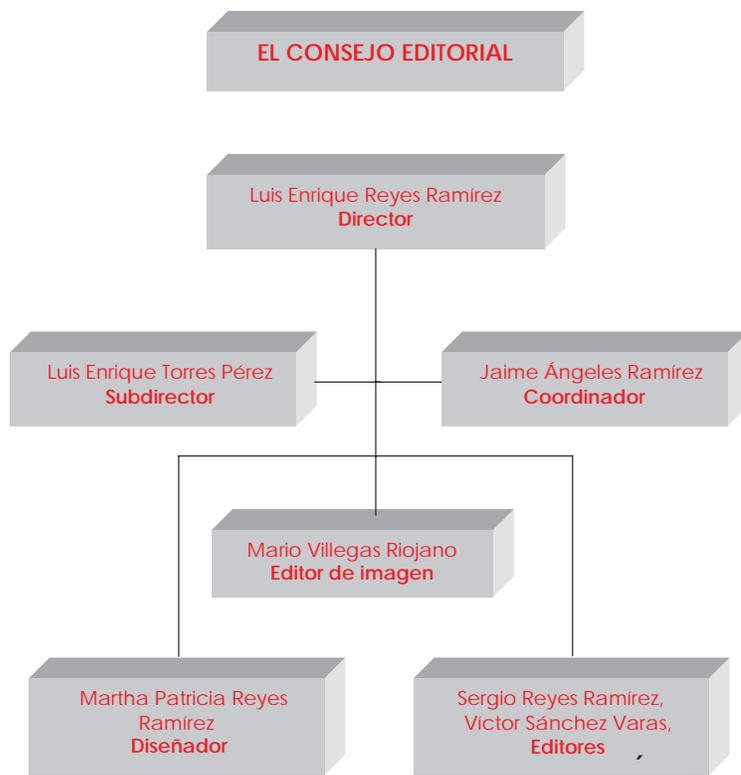
EQUIPO

El equipo con el que cuenta el consejo es:

- Cuatro computadoras plataforma PC
- Dos impresoras laser jet HP 110
- Dos impresoras de inyección a color
- Tres scanners HP Scanjet 340 y uno para diapositivas.
- Una tableta de trazo libre
- Una fotocopiadora de hoja suelta
- Tres cámaras digitales Canon
- Cuatro cámaras reflex 35mm

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Aquí mostramos la Estructura Administrativa y el perfil curricular de cada uno de los integrantes.



DIRECTOR

Luis Enrique Reyes Ramírez (Ciudad de México, 1974) en 1993 ingresó al Conservatorio Nacional de Música a la Licenciatura de Composición; también es estudiante de la Licenciatura en Letras Alemanas en la UNAM, participó en el taller literario impartido por Edmundo Valadés en 1993, con sede en el Museo Carrillo Gil. Ha colaborado en varias publicaciones literarias independientes y

revistas electrónicas como *Ficticia*. Fue jurado en el concurso de proyectos juveniles convocado por el Instituto de la Juventud (INJUVE). Dirige la revista *La Risa de La Hiena* desde su fundación.

SUBDIRECTOR

Luis Enrique Torres Pérez (Ciudad de México, 1974); Diseñador Gráfico egresado de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM, en 1997. Se ha desarrollado principalmente en el ámbito editorial, elaborando desde revistas técnicas hasta libros y diarios. Actualmente trabaja en el periódico *El Universal Gráfico*, donde además de su trabajo de diseño editorial eventualmente publica textos o reseñas de rock. También es fundador de *La Risa de La Hiena*.

DISEÑO GRÁFICO-COORDINADOR

Jaime Ángeles Ramírez (ciudad de México, 1974); Diseñador Gráfico egresado de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM; se ha especializado en tipografía y diseño editorial. Su trabajo abarca desde gacetas escolares hasta libros de texto y periódicos capitalinos. Laboró en la Dirección General del Colegio de Bachilleres de 1999 a 2002, y en el diario *El Universal*, en 2003. Actualmente trabaja en *Richmont Publishing* del Grupo *Editorial Santillana*. Es fundador de *La Risa de La Hiena*.

DISEÑO GRÁFICO-EDITOR

Martha Patricia Reyes Ramírez (ciudad de México, 1975); Diseñador Gráfico, egresada de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM. Su trabajo comprende principalmente el diseño de *sitios web* y el diseño editorial. Ha tomado cursos relacionados con Internet: ha diseñado para la revista *la mosca*, y parte de la identidad gráfica y promocional del grupo *Astronautas*, ganador del concurso *Rock en contacto* del programa *Once-niños*, así también para las campañas de promoción para productos farma-

céuticos del Laboratorio *Novartis*. Actualmente trabaja en la Dirección General del Colegio de Bachilleres, en el Departamento de Información y Relaciones Públicas, editando la *Gaceta* y otros productos editoriales de esa institución. Es miembro fundador de *La Risa de La Hiena* y creadora de la identidad corporativa de la misma.

EDITOR DE ILUSTRACIÓN

Mario Villegas Rojano (ciudad de México, 1976). Egresó como Comunicador Gráfico, de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM; su trabajo es principalmente la producción de gráficos animados e interactivos para televisión.

Actualmente trabaja en el *Canal 22*, en diseño de imagen. Ingresó a *La Risa de La Hiena* en febrero de 2003.

EDITOR

Víctor Alejandro Sánchez Varas (ciudad de México, 1977). Egresó del Centro Universitario México, División de Estudios Superiores como Licenciado en Ciencias de la Comunicación Educativa. Laboró en *Canal 22* en el área de noticias entre 2001 y 2002. Tiene Especialización en televisión Educativa. Su trabajo se ha desarrollado dentro del campo de los medios audiovisuales, con afinidad a expresiones artísticas como música, video, fotografía y literatura. Fundador de *La Risa de La Hiena*.

EDITOR

Sergio Reyes Ramírez (ciudad de México, 1976). Estudiante de la Escuela Nacional de Música de la UNAM, de la Licenciatura en Educación Musical. Trabaja como profesor multidisciplinario en el Colegio William Thomson. Actualmente forma parte de un grupo musical e imparte clases de bajo eléctrico. Es fundador de *La Risa de La Hiena*.

Usuario de diseño

El siguiente apartado incluye las actividades que la editorial realiza. Esta información nos ayudará en gran medida, pues *Ediciones Susana San Juan* funciona en torno a su producto editorial, mismo que a continuación se desglosa.

1.2 ACTIVIDADES

La principal actividad es la publicación de la revista, así también el diseño y su difusión a continuación se presenta la forma en que cada uno de estos aspectos se desarrollan.

CARACTERÍSTICAS GENERALES

Estas son las generalidades que definen el producto editorial.

LA REVISTA *LA RISA DE LA HIENA*

DEFINICIÓN. Es un espacio abierto a las distintas expresiones artísticas y culturales; es una posibilidad de libertad y diversidad en donde pueden ocurrir todas las cosas.

La risa de La Hiena es fundamentalmente literaria y de *corte campechano*⁶; se le ha dado este adjetivo por ser una revista plural y ecléctica. Involucra, sin embargo, muchas disciplinas como artes

plásticas, música, cine, ciencia, teatro, danza, cultura, sexo, política y lo que el Consejo denomina como *La bolsa de mandado*. Cada miembro se encarga de dirigir por lo menos una sección a partir del tipo de profesión que los siete integrantes tienen.

ESPECIFICACIONES

Es una revista muy particular que en su contenido y en su diseño refleja un producto comunicativo alternativo. El Consejo Editorial siempre ha procurado presentar su publicación *sui generis*, la que resulta agradable para algunos, pero que en otros casos llega a incomodar, particularmente los que respetan un formato tradicionalista de diseño.

EL NOMBRE

Después de una incesante lluvia de ideas; en donde desfilaron como finalistas nombres como *Mantaraya*; *En Nuestro Papel* y *Aspirina*, pero no *debralle*; el nombre que se eligió para la revista fue "*La risa de La Hiena*"⁶. Esté, se extrae del libro *Dos crímenes* de Jorge Ibarguengoitia, —"*Yo no sé de que se ríe la Hiena, si todo el tiempo come carroña y coge dos veces al año*"—, de aquí la idea de guiar en forma sarcástica y desenfadada el perfil de la revista.



La Risa de La Hiena

⁶ Revista Literaria de Corte Campechano, se le denomina así por ser ecléctica.

EL TEMA

Cada número se realiza a partir de un tema. Una vez que se ha elegido, se convoca a los colaboradores para que éste sea abordado de diferentes formas según la sección. Aunque el tema es el eje central del contenido, también se incluyen textos de otros tópicos con el fin de no saturar la publicación.

Los temas que hasta el momento se han publicado son: *Los Siete Pecados Capitales, los Cuatro Elementos, Niños, Pedro, El Círculo, Adán y Eva, La Cerveza, De Vivos y Muertos, Feliz Navidad, Perro, Futbol, Coprofilia, Belleza, Negro, Tarantino.*

PERFIL DEL LECTOR (PÚBLICO META)

En un principio la revista estaba dirigida principalmente a un público de clase media de entre 20 y 35 años de edad. Actualmente el rango es más amplio y la publicación está dirigida a personas de 25 a 35 años que se interesen en manifestaciones culturales y artísticas de todo tipo. Lo que el Consejo Editorial pretende es captar al lector que cumpla con un requisito: *la curiosidad.*

LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA REVISTA

La risa de La Hiena posee una identidad corporativa muy ilustrativa y particular, esta imagen refleja en gran medida la intención de la revista.

Se utiliza una hiena en alto contraste, en negro al 100%, *cuya* carcajada nos invita a recorrer las páginas de cada ejemplar.

El logotipo es un tratamiento tipográfico derivado de una familia Egipcia, (serif y cuerpo de tipo extrabold), que trata de emular el carácter lúdico del producto gráfico, compuesto de dos renglones, sobre la línea baja se posa la estilización de *La Hiena*. Para equilibrar el valor de negro, se com-

pensa el logotipo con cuatro líneas del *slogan* de la publicación con tipografía Romana, entre las cuales se incorpora una palabra calada en negro y una preposición (de) con tipografía de fantasía.

Esta leyenda la declara como: *Revista literaria de corte campechano.*



1.3 ESPECIFICACIONES FÍSICAS DEL REVISTA

Dentro de éstas se consideran las siguientes:

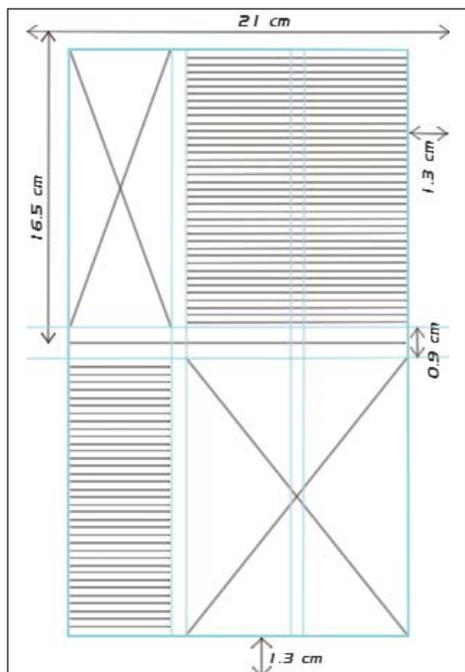
FORMATO

La estructura física de la revista es un elemento muy característico de esta publicación; ya que en un principio, el consejo propone un formato tipo calendario, apaisado de 21 por 16.5 cm. Se eligió este formato para presentar una propuesta que fuera atractiva y totalmente distinta a otras revistas que manejan el formato vertical. Pero ello atrajo varios problemas como el armado de los pliegos y de la misma revista. "*Con un diseño convencional seguramente se hubieran ahorrado muchas horas de trabajo, pero el hecho de haber abierto el espectro en más posibilidades, obedecen también a una de tantas opciones que el diseño proporciona. (...) lo importante es hacer la propuesta, olvidar todas las reglas y arriesgarse*".⁷ Aunque criticado severamente, por diseñadores, el consejo considera que

Usuario de diseño

estas opiniones a favor o en contra el formato se han convertido en uno de los elementos fundamentales y característicos del producto editorial, pues es a partir de esta presentación tipo calendario que se ha dado a conocer.

DIAGRAMACIÓN



NÚMERO DE PÁGINAS

- 36 interiores
- 4 de forros

TIRAJE

Mil ejemplares

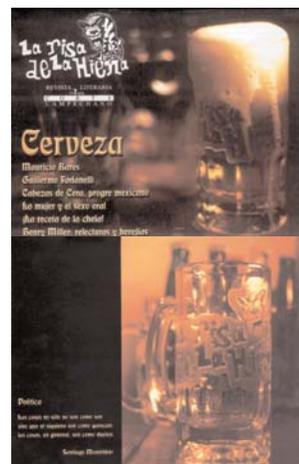
MATERIALES

La revista está impresa en papel nacional couché mate de 100 gramos en interiores y exteriores de 130 gramos.

PRIMERA Y CUARTA DE FORROS

La portada es el eje de atracción visual para el lector de la revista. Al igual que la identidad corporativa, busca generar en el público curiosidad por los interiores. Algunas veces se manifiesta por medio de ilustraciones, pero generalmente se utiliza el foto-diseño, se acompaña de un título de portada —ambos referentes al tema— así como algunos subtítulos de la revista o avances que podrían funcionar como un pequeño contenido.

La contra está conformada por una foto, el logotipo de la publicación y en ocasiones se acompaña de un texto breve.



LOS INTERIORES

Esta es otra peculiaridad de la revista. Generalmente los contenidos se diseñan a doble página, se trate de un artículo, reportaje, entrevista, o cuento.⁸ Es decir, se utilizan las dos páginas para diseñar, de tal forma que el plano se convierte en un todo visualmente, con el propósito de aprovechar el formato vertical, aunque en algunas ocasiones el texto es más breve y entonces ocupa solamente una parte del plano.

1.4 CARACTERÍSTICAS DE CONTENIDO DEL EJEMPLAR

Cada número publicado lleva en su contenido distintas secciones que tienen que ver con la cultura en general.

⁸ Ángeles Ramírez Jaime. *Ob. cit.*

El tratamiento de los temas es el siguiente:

Literatura: (ensayo, poesía y cuento, entrevista)

Artes plásticas: (*Musereando*) Artículo, Crónica
(*Vitrina*) Ensayo y galería plástica

Teatro: Piezas teatrales (dramaturgia), ensayo

Danza: Fotografías, ensayo, reseñas

Cine: Ensayo, reseñas

Cultura: Ensayo, crónica, reportaje, reseñas

Música: Entrevista, artículo, ensayo, cuento

La extensión de las secciones varía en cada número de la revista, esto se define dependiendo de la calidad de los textos y del espacio que se tenga en ese momento. Es posible que en un número aparezcan más contenidos relacionados con música y en el siguiente solamente se publique uno, o que quizá no aparezca la sección, ésta puede ser cualquiera, excepto *Literatura* —pues el Consejo considera siempre el mayor espacio para ella, recordemos que es una revista literaria— y las secciones de *artes plásticas* por ser estas dos últimas las que visualmente hacen más atractivo cada número de la revista.

Los autores de los textos las secciones se modifican en cada número publicado. Para la de *literatura*, generalmente se buscan autores diversos, esto, con el objetivo de publicar diferentes estilos literarios. La sección de artes plásticas *Musereando*, es el único apartado que se elabora por los distintos miembros del Consejo, pero especialmente por la encargada de la sección, así como *Vitrina*, que muestra en su galería un artista plástico diferente para cada publicación de la revista.

Las secciones de Teatro, Cultura y Ciencia, son las únicas, en las que los autores han sido hasta ahora los mismos; Miguel Ángel Barrera Ramírez, Actor Profesional egresado del Centro Univer-

sitario de Teatro de la UNAM y adjunto de la misma; Andrea Ávila, editora de *Contenido*; Fabián Carballido, Especialista en Ciencia, respectivamente.

Las demás —música, cine y danza—, se acomodan en extensión, y tamaño en función del espacio disponible que se tenga, ya que si ya no hay lugar en el número que se está editando en ese momento, el texto se guardará para la siguiente publicación, regularmente sus autores son distintos para éstas últimas secciones.

COLABORACIONES

Uno de los puntos más importantes que cimantan la revista son las colaboraciones; sin ellas sería prácticamente imposible su existencia. A partir de que este quehacer literario ha ido consolidándose, las colaboraciones de gente talentosa que sabe cómo moldear las letras, se ha convertido en el trampolín para que notables personalidades le apuesten a esta publicación. Tal es el caso de José Agustín, Guillermo Samperio, Guillermo Fadanelli, Adolfo Castañón, Agustín Monsreal, Mauricio Bares, Marcial Fernández y otros. Estas aportaciones han sido sin duda de los mayores logros, ya que, como su *slogan* lo dice, la literatura es el eje central de esta publicación.



LAS SECCIONES

A continuación se mencionan los elementos que distinguen a cada sección:⁹

NOMBRE	RASGOS	ENCARGADO DE SECCIÓN	ÍCONOS
LITERATURA Y POESÍA	Es la más importante de la revista, ocupa gran parte de la misma, su función es mantener una fresca literatura; en su contenido busca siempre un equilibrio y refleja las manifestaciones de cuento y poesía de distintas generaciones. Se hace siempre una selección de los textos a partir de su calidad, el encargado de la sección elige que le va bien a la revista, sin pasar por alto la opinión del resto del Consejo.	Luis Enrique Reyes Ramírez	
ANDIAMO AL CHINEMA	Es una de las más irregulares en su aparición, hace referencia específicamente a temas sobre el Cine. Recibe el nombre de <i>Andiamo al Chinema</i> y su propósito es evitar en gran medida la crítica, simplemente es un recordatorio de que existen más elementos que publicar en el séptimo arte.	Víctor Alejandro Sánchez Varas	
CIENCIA	Es muy fluida, de hecho es su característica más importante. Contiene aspectos interesantes en torno a la ciencia. El consejo cuenta con un colaborador especializado en el tema, como se mencionó, los editores evitan auto publicarse y más aun si ninguno tiene un conocimiento adecuado sobre la sección. Busca no caer en términos especializados, sino reflejar una sección amable a partir de su lenguaje, sin que por ello deje de ser interesante, a fin de que el lector no se salte las páginas que se le dedican en cada número.	Fabián Carballido	
DANZA	Se ha convertido en una sección de imágenes fotográficas, y acompaña a lo largo de las páginas, textos de otras secciones. En ocasiones se publican también ensayos referentes al tema.	Sergio Reyes Ramírez	
CULTURA	Trata temas culturales diversos y es la que sirve de comodín cuando un buen texto llega a manos del consejo, y no se adecua a ninguna de las otras secciones.	Andrea Ávila	
LA BOLSA DEL MANDADO	Es la que guarda en su páginas absolutamente todo, su estructura es a partir de breves notas que contienen mini reportajes o comerciales que tengan que ver con la cultura.	El consejo Editorial de la revista	Sin ícono
SEXXXIÓN	Recibe el nombre de Sexxió, es la que manifiesta tener más libertad de expresión, no está cerrada a nada y se aborda desde el punto de vista literario o de información sexual.	Jaime Ángeles Ramírez	
MUSEREANDO	Es un espacio dedicado en dar a conocer un museo en cada número editado. Se ha convertido en una de las secciones tradicionales de la revista. Existe a partir de un reportaje que habla de la historia, ideología y actividades alternas que tiene los museos de México, en especial del Distrito Federal. Se acompaña de fotografías sobre la instalaciones, con el fin de que el lector conozca en forma más detallada el museo y le nazca la inquietud de visitarlo.	Martha Patricia Reyes Ramírez	
VITRINA	Es aquella que presenta obra plástica. Ocupa las páginas centrales, su finalidad es abrir un espacio para difundir la obra plástica de talentos desconocidos, es la única sección que se imprime en selección a color, ya que en este sentido es importante, apreciar los colores que el artista aplica a su obra.	Martha Patricia Reyes Ramírez	
ENTREVISTAS (FUGA)	Las entrevistas, se han inclinado de forma natural hacia la sección de música (fuga), el estilo que se le da a éstas, procura no perder el modo creativo y pícaro que caracteriza a la revista. Algunos de los entrevistados han sido: Fernando Delgadillo, Astrid Hadad, <i>Patita de perro</i> , <i>Panteón rococó</i> , <i>Cabezas de Cera</i> y <i>Felix Fernández</i> . Las entrevistas han abierto las puertas a medios y librerías indudablemente.	Sergio Reyes Ramírez	

⁹ Ángeles Ramírez Jaime. *Op. cit.*

1.5 CARACTERÍSTICAS DE COMPOSICIÓN

A continuación se enlistan los datos que conducen a familiarizarse con las condiciones editoriales de la revista *La risa de La Hiena*:

ELEMENTOS	RASGOS
TIPOGRAFÍA	Fuente tipográfica para el cuerpo de texto: frutiger condensada 10/12 puntos. Fuente tipográfica para créditos de autor: frutiger condensada 8 puntos. Fuente tipográfica para pie de foto o ilustración: frutiger condensada 8 puntos. En la portada y las cabezas de los textos varía el tamaño de las fuentes, es decir que estos en el sentido de proporción y distribución según convenga a cada diseño. Los contenidos siempre inician con capitular de la misma fuente que los encabezados. La tipografía es una parte fundamental de la revista, por ello se cuida cada elemento de la misma a fin de enriquecer las páginas de forma editorial y visual. Los folios. Se ha manifestado de distintas formas, actualmente el número de página aparece acompañado por la imagen de <i>la Hiena</i> , su envoltente es un círculo que se sostiene por una línea punteada que nace del rebase. En algunas ocasiones es suprimido y se puede desplazar hacia arriba o hacia abajo, según lo requiera el diseño.
LAS IMÁGENES	Se utilizan fotografía, ilustraciones y gráficos. Se cuenta con diversos colaboradores de imagen, en el caso de la fotografía, se hace una elección detallada y cuidadosa, se busca la de tipo artístico en blanco y negro. La ilustración casi siempre aparece en el área de literatura y poesía. A cada ilustrador se le asigna un texto para que desarrolle con más facilidad la idea y los gráficos hacen su parición cuando la foto e ilustración no son adecuadas para un texto. En algunas ocasiones cuando cualquier imagen lo requiere, se hace uso del retoque digital, para mejorar su carácter visual, aunque fundamentalmente se prefiere publicarla como es originalmente.
COLOR	El color elegido es el blanco y negro, el consejo quisiera hacer algún día la revista a color, pero por factores económicos, hasta ahora no es posible, sin embargo se ha sabido utilizar el blanco y negro de una manera adecuada, los diseños son muy atractivos visualmente y nunca este uso bicolor ha sido un obstáculo para expresar en cada diseño la mejor forma de solución que requiere cada texto. El coordinador de diseño considera que <i>"La posibilidad que te da el blanco, el negro y toda su gama, permiten claramente expresar la idea de cada elemento de la revista, en ocasiones el uso de colores desvirtúa la idea"</i> . ¹⁰
IMPRESIÓN	Interiores a una tinta (negra) con medio tono a 150 líneas por pulgada sobre papel couché mate de 100 gramos. Primera de forros, cuarta de forros y páginas centrales impresas en selección a color.
ÍCONOS	Éstos aparecen de manera formal a fin de ser identificados con facilidad; Están hechos en alto contraste, de color negro al 100% o en positivo, esto dependiendo del fondo con el que se esté trabajando. Cada uno está diseñado a partir de un envoltente circular, las formas están estructuradas por trazos triangulares y circulares simples.

Usuario de diseño

1.6 LAS PRESENTACIONES COMO SERVICIOS ADICIONALES

Es una tarea del Consejo Editorial, realizar como mínimo una presentación por cada número editado (trece números hasta el momento). La logística que en ellas se lleva a cabo, consiste en invitar, de preferencia como ponentes, a los colaboradores de renombre que han publicado en la revista. Cada uno de ellos ofrece su perspectiva sobre lo que la revista pretende y los alcances que puede tener.

Cuando la posibilidad de que alguno de los escritores de renombre participe es nula, entonces es obligación del Consejo estar en la mesa e informar al pública asistente de las perspectivas que como editores tienen y el perfil de su publicación, y obviamente reseñar el tema y contenido del número en cuestión.

Estos eventos se hacen con el fin de dar a conocer la revista, acaparar a nuevos lectores y acrecentar su trayectoria curricular.



El siguiente apartado trata sobre los alcances y limitaciones que *Ediciones Susana San Juan* ha tenido a través de cinco años de trabajo continuo. Es importante conocer ambos elementos, pues a partir de estos se sabrá cuáles son los factores evolutivos, trascendentes y económicos con los que cuenta la editorial; elementos importantes que también nos ayudarán a determinar las posibilidades que se tienen para resolver el problema de diseño del usuario.

1.7 ALCANCES

La Risa de La Hiena ha logrado consolidarse como una publicación de estructura sólida. A pesar de no tener una regularidad en su periodicidad, ha logrado ser reconocida en el medio literario y su distribución se ha incrementado de manera trascendente y ha logrado posicionarse en lugares muy importantes como ya se ha mencionado.

El Consejo ha concursado con la publicación en la convocatoria "Edmundo Valadez" de apoyo a la edición de revistas independientes, que organiza FONCA-CONACULTA en dos ocasiones. El año pasado, la revista ganó dicho concurso, con ello tienen la posibilidad de acrecentar su capital, siempre y cuando se busque la manera de incrementar el presupuesto o se busque ayuda de algún especialista en administración que auxilie al consejo a manejar mejor las cuentas de sus gastos.

Por otra parte también es posible mejorar las condiciones existentes con el patrocinio de alguna empresa o persona y una mayor difusión del producto editorial.

1.8 LIMITACIONES

Sus limitaciones han sido principalmente económicas, el Consejo Editorial tiene una recuperación económica con la venta de cada número de la revista, todo el dinero vuelve a invertirse para mandar a imprimir el siguiente número. De esta manera la Editorial no ha logrado mantener un nivel económico estable. En parte esto se debe a su administración, ya que siempre terminan completando con el dinero de su caja de fondos para la impresión del siguiente número; circunstancia que no debería suceder pues al estar considerada una ganancia del 35% por cada número vendido, no tendrían porque invertir nuevamente.

En el siguiente apartado se presentan algunos ejemplos de los antecedentes gráficos, para tener una referencia más exacta de cómo ha evolucionando la revista *La risa de La Hiena* en el aspecto de diseño editorial.

1.9 ANTECEDENTES GRÁFICOS

Dentro del Consejo hay tres diseñadores que tratan de cumplir con las dos reglas editoriales: "La primera dice que el diseño editorial persigue un fin forzoso. Exhibir la ideas del autor, no al diseñador, y la segunda, que eso se puede lograr con mucha belleza, variedad y dignidad".

A continuación se mencionan las fechas de aparición y algunas muestras de revistas publicadas.

MUESTRAS ANTERIORES



REVISTAS PUBLICADAS

La revista se edita y publica cada tres meses. Su periodicidad ha sido definida a partir de las posibilidades del Consejo Editorial, por ser un proyecto auto financiable y porque cada integrante del Consejo realiza actividades alternas a la revista; ambos factores han retrasado en algunas ocasiones su aparición.

Relación de fechas reales de aparición.

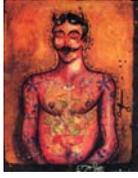
No.	TRIMESTRE	FECHAS REALES DE APARICIÓN
1	octubre-diciembre 2000	20 / septiembre / 2000
2	enero-marzo 2001	05 / febrero / 2001
3	abril- junio 2001	05 / mayo / 2001
4	julio-septiembre 2001	14 / septiembre / 2001
5	octubre-diciembre 2001	07 / diciembre / 2001
6	enero-marzo 2002	09 / abril / 2002
7	abril-junio 2002	14 / agosto / 2002
8	julio-septiembre 2002	15 / abril / 2003
9	octubre-diciembre 2002	19 / diciembre / 2003
10	enero-marzo 2003	15 / junio / 2004
11	abril-junio 2003	15 / octubre / 2004
12	julio-septiembre 2003	15 / enero / 2005
13	octubre-diciembre 2003	15 / marzo / 2005
14	enero-marzo 2004	15 / octubre / 2005
15	abril-junio 2004	15 / noviembre / 2005



PUBLICACIONES SIMILARES (COMPETENCIA)

En México existen un gran número de revistas independientes sin embargo, cada una difiere en su contenido literario, artístico y gráfico; dependiendo de su ideología.

A continuación se enlistan algunas de las revistas que se consideran la competencia de la revista *La Risa de La Hiena*:

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	POR QUÉ SE IDENTIFICAN COMO COMPETIDORAS	EJEMPLO GRÁFICO
GENERACIÓN	Tamaño oficio, impresa en papel cultural a una tinta, monotemática. De contenido predominantemente literario. Su presentación da prioridad a temas contraculturales.	Por su trayectoria de 15 años es la reina de la longevidad entre la revistas independientes, El capitán del barco es Carlos Martínez Rentarí, columnista de la Jornada. Probablemente la más conocida y la que mejor distribución tiene.	 
MOHO	Tamaño carta, impresa en papel couché a una tinta. De contenido literario y de tono altamente lúdico e irreverente.	Su director Guillermo Fadanelli es hoy por hoy uno de los escritores jóvenes con mayor reconocimiento. Por tener un estilo muy definido en lo visual y literario es posible hablar de un estilo editorial sólido y estructurado.	 
NITRO	Formato carta, impresa en papel couché a una tinta. Literaria de estructura formal, pero que gracias a la selección de sus temas, se convierte en una publicación provocativa.	Mauricio Bares director de la revista, es también un joven y gran escritor que goza de amplio reconocimiento en el medio. La naturaleza de esta publicación es elegante cosa difícil si se toma en cuenta que está escrita desde los lugares de la contracultura.	 
LA PUS MODERNA	El génesis de las revistas independientes es voluntaria o involuntariamente de una influencia definitiva en la historia editorial alternativa de México. Difícil concebir todo lo demás sin ésta. Formato oficio, impresa en papel bond a una tinta.	Rogelio Villareal: traductor, escritor, columnista y hombre respetado tanto por medios oficiales, como por los subterráneos, lo mismo publica en el reforma que en <i>la Risa de la Hiena</i> ; éste es el director de la pus moderna. Revista que a pesar de ya no seguir publicando, tiene una trascendencia muy importante.	 
INVASIÓN	De entre las revistas jóvenes, una de la más propósitivas, los propios editores, son también los impresores de la revista.	Es una revista que selecciona sus temas con mucho acierto, la calidad de sus textos es muy buena.	 

La revista ha incrementado el número cautivo de lectores, así como la distribución en librerías, tiendas de discos y cafeterías. Por tal motivo, el Consejo Editorial ha tratado de regularizar las fechas de publicación, sin embargo la aparición de los números más recientes ha sido irregular debido a razones económicas.

DISTRIBUCIÓN

La distribución de cualquier revista es importante considerarla, pues un tipo de producto editorial como éste, no termina su tarea al momento de estar impreso, sino hasta el momento de definir los puntos estratégicos para dar a conocer dicho producto, o dar a conocer al público meta.

LUGARES FÍSICOS DE DISTRIBUCIÓN

Gandhi -Miguel Ángel de Quevedo
Librerías la Jornada -Álvaro Obregón
Tower Records
El Juglar -San Ángel
El Laberinto -Donceles
Primero sueño -Claustro de Sor Juana
El Hallazgo -Condesa
G.Martell -Copilco
Rock Shop -Insurgentes
Tianguis Cultural del Chopo

LA ZONA GEOGRÁFICA DE DISTRIBUCIÓN

- Distrito Federal (principalmente)
- Estado de México
- Morelia, Mich.
- Guadalajara, Jal.
- Jalapa, Ver.
- Puebla, Pue.
- Sinaloa, Sin.
- **Otros países:**
- España (Madrid).

OTRAS FORMAS DE DISTRIBUCIÓN

- Exposiciones
- Universidades
- Cafés culturales
- Eventos de presentación de cada número



Aquí se menciona la forma en que se manejan los gastos en impresión y financiamiento de esta publicación.

1.10 COSTOS PARA LA ELABORACIÓN DE LA REVISTA LA RISA DE LA HIENA

El Desglose de costos generales de edición costo total que incluye negativos, prueba de color, papel, impresión y acabado: \$ 9,000.00

Gastos por concepto de diseño, ilustración y material fotográfico: Varía entre \$4,000.00 y \$ 6,000.00

Así también, el Consejo ha hecho una valoración acerca de la trascendencia actual de su producto editorial y de las limitantes que han poseído hasta ahora. Por tales motivos ha decidido emprender una misión que ayude a esta organización a lograr sus metas. Para ello, se tiene la disposición

Usuario de diseño

de invertir en los medios necesarios para: difundir, proyectar, agilizar, expandir, la revista *La Risa de La Hiena*.

Por consiguiente, el proyecto del web site será financiado por el mismo Consejo Editorial por medio del fondo de ahorro que tiene para diferentes rubros.

NECESIDADES

El Consejo ha manifestado la necesidad de promoción para la revista, pues ha notado que cada vez hay más público cautivo que quiere saber y conocer más sobre la publicación.

La revista cuenta con una dirección de correo electrónico, *larisadelaHiena@yahoo.com.mx*, en el cual se han recibido una cantidad numerosa de comentarios entusiastas, donde se distingue las ganas de saber y de colaborar con la publicación.

Por ello, se requiere buscar una estrategia que permita una mejor difusión.

Es así que se hace necesario encontrar otros medios que ayuden a su expansión, pues para el Consejo Editorial es difícil distribuir en todos aquellos lugares a los que ha llegado la publicación. *"Parece difícil creer que existen lugares de la República que no han sido cubiertos por ninguno de nuestros distribuidores o por nosotros mismos. Hace poco tuvimos un caso en el que uno de nosotros tuvo que verse con una persona de Oaxaca que estaba interesada en adquirir un ejemplar del un número anterior, ya que a su hermana le faltaba únicamente ese, y por cuestiones de trabajo él había venido a la Capital, así que se lo encargó"*¹².

DIAGNÓSTICO

Debido a que el Consejo Editorial de la revista *La risa de La Hiena*, ha considerado que por ser ésta

una publicación cada vez más conocida, necesita buscar otros medios por los cuales se difunda este producto editorial —en el Distrito Federal y en otros estados de la República en donde se desea que se conozca la publicación— por ello se propone el diseño de un Sitio en Internet con el cual se puedan obtener los siguientes beneficios:

- a) Difundir por otros medios el producto editorial.
- b) Tener un espacio que refleje qué es la Revista y la proyecte en lugares, que hasta el momento han sido inalcanzables.
- c) Estar en contacto constante con el lector cautivo de la revista y atender a las inquietudes de todos los visitantes del Site.
- d) Tener un espacio en el que el lector cautivo, pueda tener acceso a una parte de los contenidos de los números publicados hasta el momento, es decir que en el site el visitante tendrá acceso a tres o cuatro artículos, por número solamente, a fin de incitar a adquirir los ejemplares impresos en papel.
- e) Abrir un espacio en donde se puedan consultar actividades culturales que se realicen principalmente en el Distrito Federal.

A continuación se desarrollan los aspectos vinculados al contexto de la disciplina, con el fin de ubicar los factores que se involucran en el diseño gráfico, para así identificar todo el proceso de realización en el requerimiento gráfico necesario.

¹² Luis Enrique Reyes Ramírez, Director, *Entrevista al Consejo Editorial de La Risa de La Hiena*, 2002.

Capítulo II

En el presente capítulo se especifica el contexto de la disciplina, esto con el fin de describir y ubicar el campo de estudio donde se desenvuelve el diseñador gráfico; esta área pertenece al fenómeno de la comunicación por ello se presentan las definiciones, características y tipos de la misma. Así también se describe el diseño y la comunicación visual. Por otra parte, se hace mención a los factores que constituyen al diseño gráfico o comunicación gráfica, así como las áreas en que se divide esta disciplina.

2.1 COMUNICACIÓN

En este apartado se caracteriza al fenómeno comunicativo vinculándolo con el diseño gráfico; enfatizando, atendiendo y observando especialmente la producción de mensajes visuales, por lo tanto se hace mención a su definición, características y tipos.

DEFINICIÓN "La palabra *comunicación* proviene de la raíz etimológica *comunicatio* que en latín significa *hacer algo común entre dos o más*"¹³.

Es una actividad tan añeja que, especies animales ya desempeñaban millones de años antes de la existencia del hombre.

"La comunicación es una actividad muy antigua: la aptitud para servirse de la interacción la poseen animales que han antecedido al hombre



en millones de años."¹⁴ Pero ha sido él, quien ha evolucionado y ha sido capaz de utilizar ésta para trascender a través del tiempo.

*"La comunicación por ser una forma de interacción, supone de la aparición al menos dos de Actores."*¹⁵

Manuel Martín Serrano la establece a partir de estos dos *Actores*.¹⁶

Ego (*Actor 1*) Iniciador del intercambio comunicativo.
Alter (*Actor 2*) El Interactor comunicativo que resulta ser el solicitado por Ego.

CARACTERÍSTICAS

Un ser vivo es capaz de comunicarse cuando muestra en su comportamiento estas características:

1. Que sea capaz de interactuar e intercambiar información.
2. Que pertenezca a una especie que en sus cualidades tenga organismos biológicos que les permita intercambiar información y adecuado comportamiento para generarla e interpretarla.
3. Debe llevarse a cabo un **TRABAJO COMUNICATIVO**.

¹³ Ma. Del Carmen Villavicencio Enríquez. *Reflexiones sobre Diseño de Material Didáctico Impreso*. UNAM. México D.F., 2004.

¹⁴ Manuel Martín Serrano. *Teoría de la Comunicación*. 2da ed., Madrid, Editorial Cuadernos de la Comunicación. Pág. 3.

¹⁵ Martín Serrano, *Idem*. Pág. 14.

¹⁶ Manuel Martín Serrano denomina *actor* de la comunicación a cualquier ser vivo que interactúa con otro u otros seres vivos de su misma especie o de especies diferentes, que recurren a la información.



Martín Serrano menciona los siguientes elementos del trabajo comunicativo:

a) Los involucrados en la interacción comunicativa se ayudan de una materia y la modifican; ésta puede ser orgánica e inorgánica, por ejemplo su cuerpo, el cuerpo de otro o un objeto prefabricado. Este autor nombra a este factor como *sustancia expresiva*.¹⁷

Un ejemplo es cuando un pulpo utiliza su propio cuerpo como sustancia expresiva. Modificando la coloración de su piel.

*"La capacidad de comunicar supone la actitud por parte del ser vivo para modificar el estado de la materia (orgánica e inorgánica)"*¹⁸

b) El actor realiza un trabajo expresivo.¹⁹

Éste se refiere, por ejemplo, a los movimientos de las manos y los gestos que hacemos al hablar.



Dicho trabajo expresivo se liga al momento que estamos ejerciendo una comunicación; sin él, la comunicación no se puede llevar a cabo; sin embargo, existen movimientos que hacemos con las manos que no son considerados trabajos expresivos por ejemplo el cargar o mover un mueble, ya que no intentamos transmitirle nada a otra persona.



Éste es verdadero trabajo, cuando consume energía y altera temporal o permanentemente una materia.

El *trabajo expresivo* se distingue por las siguientes características:

*"Ego altera la materia para servirse de ella como sustancia expresiva de la comunicación, sus operaciones están ordenadas a la producción de expresiones"*²⁰

Un ejemplo es la huella de los perros cuando señalan los límites de su territorio con la orina, este acto otorga a las cosas impregnadas un uso expresivo.

La diferencia entre la producción de señales y la producción de expresiones es:

*"La señal es un cambio en la intensidad de la emisión o admisión de energía por parte de la sustancia expresiva; un cambio atribuible a la modificación que las expresiones han realizado sobre la materia."*²¹

*"La expresión es la matriz de las señales, pero no debe confundirse con ellas. Para que se produzcan señales es necesario además de la modificación de la sustancia expresiva, como consecuencia de las expresiones, que la sustancia expresiva ceda energía o la reciba del medio"*²².

contexto



¹⁷ *Sustancia expresiva* se refiere a la materia que el Actor Ego debe alterar, de forma temporal o permanente para la que comunicación con el Actor-Alter sea posible.

¹⁸ Martín Serrano, *Idem*. Pág. 14.

¹⁹ M. Serrano nombra *Trabajo Expresivo* a la clase de operaciones que lleva a cabo Ego con la materia de la *Sustancia Expresiva*, cuando modifica su estado.

²⁰ Martín Serrano *Idem*. Pág. 15.

M. Serrano designa *Expresión* a aquella modificación que sufre la materia de la *sustancia* como consecuencia del trabajo de Ego gracias al cual se le confiere a la propia *sustancia* o se transfiere a otra materia un uso relevante en la interacción comunitaria.

²¹ Villavicencio Enriquez. *Ob. cit.* Pág. 3.

²² Villavicencio Enriquez. *Ob. cit.* Pág. 3.

Contexto de la disciplina

TIPOS DE COMUNICACIÓN²³

INTERPERSONAL	Es aquella que se origina con dos participantes. Este tipo de comunicación se da cuando un individuo transmite estímulos (casi siempre verbales) para modificar la conducta en otros individuos.
INTRAGRUPAL	Aquella que se origina entre los miembros de un grupo. Ésta se refiere a la interacción a partir de un fin común, ya sea material o espiritual.
INTERGRUPAL	Es la que se origina entre miembros de distintos grupos con los que se relaciona e interactúan comunicativamente.
COLECTIVA	Es aquella que se dirige a un público grande heterogéneo y anónimo de distintas clases sociales y profesiones. La comunicación colectiva funge como vocero de alguna institución o empresa creada para informar, interpretar, educar o divertir.

Existen diferentes formas de comunicación, la oral, la escrita, la gráfica, entre otras. A continuación se enuncia la comunicación gráfica, por ser ésta, el eje central en la identificación de la disciplina. Su definición, características y tipos se hacen presentes en este apartado, a fin de conocer todas las formas posibles de aplicación que tiene en la sociedad.

2.2 COMUNICACIÓN GRÁFICA

DEFINICIÓN. La Comunicación Gráfica se define como *"el proceso de transmitir mensajes por medio de las imágenes visuales que normalmente están en una superficie plana"*.²⁴

En la actualidad, la evolución de esta disciplina se ha modificado de manera rápida, ya que se han incrementado distintas formas de procedimiento, reproducción e incluso se han anexado nuevas áreas; tal es el caso del audiovisual y

multimedia; *"ya que en estas dos ha sido necesaria la participación del diseñador pues también son un medio comunicativo que utiliza mensajes visuales y de inmediato se han asimilado los recursos de la tecnología digital y medios expresivos de la computación para hacerse presentes"*.²⁵

Además Turnbull menciona que, actualmente las escuelas de diseño que intervienen en la preparación de jóvenes que desean realizar su carrera en esta disciplina, están obligadas a hacer un lado los procedimientos tradicionales y a realizar sus operaciones alrededor de la tecnología.

Entonces podemos decir que la Comunicación Gráfica es un medio para la transmisión de mensajes que no sólo están en la superficie plana, sino que incluso en la actualidad se encuentran aplicados a trabajos de animación, televisión, cine, interactivos e Internet.

Por otra parte el diseño gráfico (o comunicación gráfica) no sólo es algo que embellece la apariencia de las cosas sino que:

"es un proceso de creación visual con un propósito".²⁶

A esta definición se agregaría que es un proceso de creación visual, existente a partir de un propósito, y se desarrolla por medio de la investigación, reflexión, y estrategia.

CARACTERÍSTICAS

Una de las características de la comunicación gráfica es que *"una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado."*²⁷

²³ Villavicencio Enriquez. *Ob. cit.* Pág. 3.

²⁴ Arthur T. Turnbull. *Comunicación Gráfica*. 4ta. Edición. Editorial Trillas. México 1996. Pág. 5.

²⁵ Escuela Nacional de Artes Plásticas/UNAM *Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual (Esquema curricular)*. 2005. Pág. 15.

²⁶ Wucius Wong. *Fundamentos de Diseño*, Editorial Gustavo Gili S.A., Barcelona, 1985. Pág. 41.

²⁷ Wucius Wong. *Idem*. Pág. 41



También es importante acentuar un aspecto siempre presente:

*"El diseñador es una persona que resuelve problemas".*²⁸ Pues cada caso representa diferentes retos y necesidades.

Entiéndase por identificación del problema, aquel que:

*"está bien definido, o en otro caso se ha de hacer una definición exacta del mismo, ya que si se parte de una manera equivocada, todo el trabajo se altera".*²⁹

Es decir que el diseñador deberá entender desde un inicio la disyuntiva a resolver. Esta identificación se logra a partir de saber cuál es el resultado final que el usuario de diseño quiere obtener al concluir la realización del objeto.

Así, siempre se debe saber la forma de estructurar el mensaje y la manera en que el receptor recibirá éste. Es decir se requiere buscar información para poder reducir la incertidumbre, pues a medida que se tiene mayor indagación será más fácil estructurar el mensaje, y así aumentan las posibilidades de predecir correctamente las respuesta.

En este sentido, no es conveniente alterar ninguno de los problemas, sino centrarse a solucionarlos; con la firme intención de resolverlos mediante un proceso que satisfaga las necesidades de cierto sector de la sociedad. El objeto de esta disciplina, no solamente debe tener una apariencia agradable, sino principalmente se obliga a cumplir una función específica de respuesta a una necesidad social.

*... "el diseñador debe confiar en su mente inquisitiva, la que explora todas las situaciones visuales posibles, dentro de las exigencias de los problemas específicos."*³⁰

La comunicación visual es un proceso elemental, pues es en torno a ella que el Diseño Gráfico expresa y refleja sus posibilidades de transmitir un mensaje determinado a un sector social específico.

A continuación se mencionan su definición, características y tipos.

2.3 LA COMUNICACIÓN VISUAL

DEFINICIÓN

En el nuevo plan de estudios de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la Licenciatura de Diseño y Comunicación Visual se define que:

*Es "un conjunto de estrategias, instrumentos, procedimientos, técnicas y recursos del saber humano para el diseño, producción y difusión de mensajes en los que interviene la percepción fundamentalmente a través del sentido de la vista."*³¹

*"En relación al proceso comunicación entendido como transferencia de conocimiento y al concepto visual entendido el relativo a los aspectos que conciernen al sentido de la vista, podemos establecer que la comunicación visual es la transferencia de conocimientos a través de mensajes percibidos visualmente".*³²

En este sentido, podemos decir que un mensaje será efectivo, si al momento de tener el resultado de diseño como objeto, se mantiene una exactitud en la información que llegará al público que finalmente se quiere que reciba dicho mensaje. Es decir, no podemos arriesgarnos a hacer malas interpretaciones del mensaje, antes de comenzar el proceso de diseño tendremos que estar seguros de qué es lo que se quiere transmitir.



28 Bruno Munari. *Diseño y comunicación visual, Contribución a una metodología didáctica*, Editorial Gustavo Gili S.A.Barcelona.14ª ed. Pág. 358.

29 Turnbull. *Ob. cit.* Pág. 5.

30 Wucius Wong *Ob. cit.* Pág. 41.

31 *Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual (Esquema curricular)*. Pág. 4.

32 ENAP/UNAM *Plan de Estudios de la licenciatura de Diseño y Comunicación Visual, México, 2004*, Pág 20.

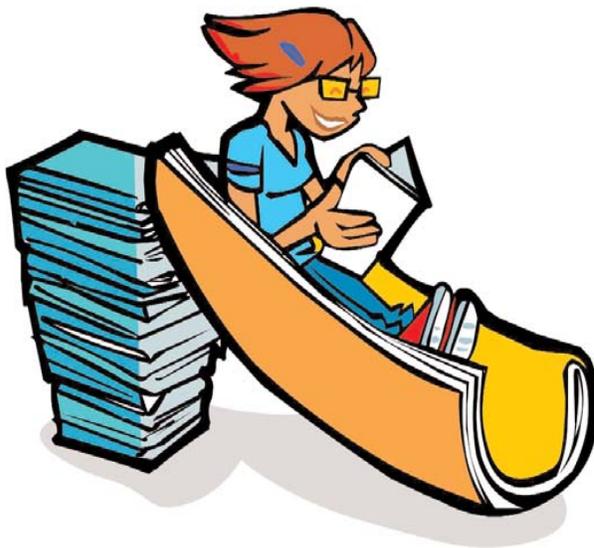
Contexto de la disciplina

Asimismo, Munari señala, "Todas estas condiciones se pueden alcanzar si las dos partes que participan en la comunicación tienen un conocimiento instrumental del fenómeno".³³

Es así entonces que se puede decir, que este proceso de diseño, debe estar ligado a una transferencia de información a partir de las imágenes, y junto con éstas, el manejo de las palabras escritas—si es que las necesita—que ayudarán a reforzar el mensaje que se desea transmitir.

Para ello, como se enunció anteriormente, se tendrá que seguir un proceso de diseño, el cual nos ayudará en gran medida a determinar las formas acertadas para no equivocarse en la transmisión de las informaciones.

Enseguida las características de la comunicación visual:



CARACTERÍSTICAS

La Comunicación visual dispone de un vocabulario verbal y un vocabulario compuesto por elementos visuales, además de contar con una sintaxis verbal y visual.

Entiéndase por sintaxis "la ordenación de los elementos verbales y visuales para mostrar sus relaciones a fin de que el lector interprete correctamente el significado pensado".³⁴

Es de tal suerte que, la función visual estará siempre equilibrada con el componente verbal para establecer un balance y asegurar la transmisión del mensaje ya que, en este sentido ambos factores son fundamentales.

Este proceso, tiene una sintaxis visual y líneas generales para la construcción de composiciones, elementos básicos que cualquiera podría aprender y comprender.

Esto quiere decir que este tipo de comunicación se caracteriza por tener elementos que, en general, se pueden interpretar por cualquier sujeto; sin embargo existen algunos factores que hacen de ésta, un sistema complejo, "la mayoría de las personas vemos sin observar; estamos acostumbrados a ver, siempre ver, y son pocas las ocasiones que se hace un análisis detallado de los elementos que en el entorno se contemplan, esto se debe en gran medida a que este proceso es individual en cada uno de nosotros y a que todos los seres humanos tienen diferentes costumbres sociales, sin dejar de mencionar que los aspectos naturales también influyen al momento en que vemos algún objeto."³⁵

"Todas las personas tenemos preferencias visuales arraigadas profundamente a nosotros; ya que un individuo que vive en la ciudad nunca podrá tener costumbres similares a las de alguien que vive en el campo, es por ello

³³ Bruno Munari. *Ob. cit.* Pág. 72.

³⁴ Turnbull. *Ob. cit.* Pág. 19.

³⁵ D. A. Dondis. *La sintaxis de la imagen/ Introducción al alfabeto visual.* 15va. Edición. Editorial Gustavo Gili S.A. Barcelona 2002. Pág. 23



que este tipo comunicación nunca podrá ser un sistema tan lógico como el lenguaje. " Los lenguajes son sistemas contruidos por el hombre para codificar, almacenar y decodificar informaciones. Por tanto su estructura tiene una lógica que la alfabetidad visual es incapaz de alcanzar. "³⁶

Ésta tiene tres niveles que la caracterizan:³⁷

- El *input* visual que consiste en una infinidad de sistemas de símbolos.³⁸
- El material visual representacional que reconocemos en el entorno y que es posible reproducir en el dibujo, la pintura, la escultura y el cine.³⁹
- Y la infraestructura abstracta, o forma de todo lo que vemos, ya sea natural o esté compuesto por efectos intencionados.⁴⁰

Existen diversos símbolos en nuestro entorno que identifican acciones, organizaciones o estados de ánimo. Éstos en el sentido representacional, pueden tener una construcción muy común y se logran identificar inmediatamente; pero existen otros que son completamente abstractos, que no se pueden relacionar con alguna información, es por ello que la comunicación visual se debería aprender como el escrito o el hablado.

Sin embargo, hasta el momento ha sido una tarea difícil la alfabetidad visual, es por eso que los símbolos ocupan un lugar importante en ella, debido a que por medio de ellos se ha logra-

do crear una identificación de ésta en la humanidad.⁴¹

El nivel representacional, es en gran medida la inteligencia visual, pues es a partir de nuestros ojos que hacemos una interpretación directa de las informaciones, o sea que no requerimos de la intervención de un sistema codificado para facilitar la comprensión, ni ésta ha de esperar decodificación alguna.

Ver un objeto, nos proporciona a veces un conocimiento suficiente para evaluarlo o comprenderlo.⁴² Pues este tipo de inteligencia es la más difícil de describir, y la más necesaria en la tarea de alfabetidad visual; es decir a la infraestructura, a la composición visual abstracta que se refiere al mensaje visual puro.⁴³

Esto se refiere a la desmembración de los objetos; que el ojo humano sea capaz de identificar el todo de éstos; es decir que cualquier objeto que vemos y diseñamos está compuesto de elementos visuales básicos.⁴⁴

TIPOS

Se distinguen dos formas:

- Intencional
- casual.⁴⁵

*"La comunicación casual puede ser interpretada libremente por el que la recibe ya como mensaje científico o estético, o como otra cosa. En cambio, una comunicación intencional deberá ser recibida en el pleno significado querido en la intención del emittente".*⁴⁶ Munari indica que, la comunicación intencional se rige por dos aspectos:

36 D. A. Dondis. *Ob. cit.* Pág. 24.

37 *Idem.* Pág. 25.

38 D. A. Dondis. *La sintaxis de la imagen/ Introducción al alfabeto visual.* 15va. Edición. Editorial Gustavo Gili S.A., Barcelona 2002. Pág. 25.

39 *Idem.* Pág. 25.

40 *Idem.* Pág. 25.

41 *Idem.* Pág. 25.

42 *Idem.* Pág. 25.

43 *Idem.* Pág. 25.

44 *Idem.* Pág. 25.

45 Munari. *Ob. cit.* Pág 79.

46 *Idem.* Pág. 79.

Contexto de la disciplina

• INFORMACIÓN PRÁCTICA

Es aquella en donde no necesariamente está algún componente estético, como es el caso de un plano de dibujo técnico o de un semáforo.



CASUAL

• INFORMACIÓN ESTÉTICA

Es aquella que debe estar compuesta por líneas armónicas. En este caso, lo importante es que el diseñador sepa resolverla y presentarla con datos objetivos.

Al respecto podemos decir que el diseñador se puede valer de la comunicación casual o visual, siempre y cuando esté relacionada con el sentido del mensaje que se quiere transmitir. Generalmente se utiliza una imagen planeada; es decir que se contactarán los medios necesarios para obtener ya sea una ilustración, una fotografía o un gráfico que corresponda al resultado que se quiere tener en la realización del objeto de diseño.

Y por último se hace necesario mencionar que la Comunicación Visual no puede existir sin estar de por medio un mensaje.



INTENCIONAL

En seguida, se enuncian las áreas que la Comunicación Gráfica comprende, con el fin de conocer las formas que un diseñador gráfico puede abordar un problema, dependiendo de cual sea el contexto del objeto a elaborar. Se hace mención al plan de Estudios siguiente porque a parte de corresponder en gran medida al de la Licenciatura de Diseño Gráfico, con él se puede identificar la forma en que un diseñador se involucra en la elaboración de sitios de Internet, área en la que se desarrolla este proyecto.

2.4 LAS ÁREAS PRINCIPALES DE EJERCICIO PROFESIONAL

En el plan de estudios de la licenciatura de Diseño y Comunicación Visual de la Escuela Nacional de Artes Plásticas (ENAP), se han considerado como áreas principales de ejercicio profesional en las que se puede desarrollar un diseñador de la comunicación visual las siguientes: ⁴⁷

2.4.1 FOTOGRAFÍA

DEFINICIÓN. Es " el conjunto de procedimientos aptos para reproducir de modo permanente sobre la superficie de soportes opacos transparentes la imagen de objetos, figuras o escenas naturales; utilizando la acción de la luz para modificar acciones químicas o físicas sobre los materiales apropiados"⁴⁸. Es " una actividad profesional imprescindible en el ámbito de la comunicación. se desarrolla tanto en la difusión del trabajo científico como en otro tipo de manifestaciones sociales, por ejemplo en el arte contemporáneo y la producción industrial."⁴⁹ En estos campos se requiere de imágenes fotográficas técnicas de alto nivel conceptual y de reflexión por parte de quien las produce.



La fotografía, que por definición es la memoria cultural de la sociedad, es una de las áreas de estudio para el diseño.

... "es el duplicado fiel de imágenes que los humanos ven en el mundo que los rodea".⁵⁰



CARACTERÍSTICAS

- Al momento de la utilización en la Comunicación Visual, pueden llamar la atención rápidamente y con fuerza.⁵¹
- Las emociones o reacciones provocadas cuando observamos la vida que nos rodea pueden ser provocadas y complacidas por las fotografías que por cualquier otro medio.⁵²
- Las fotografías son también importantes herramientas para el comunicador que desea informar a los lectores sobre lo que ocurrió en un suceso o acontecimiento.⁵³ Como accidentes, eventos deportivos, políticos u otros acontecimientos noticiosos.
- Comúnmente, el diseñador gráfico utiliza esta área como apoyo para desarrollar sus proyectos preconcebidos.⁵⁴

APLICACIONES

El fotógrafo en el campo de la comunicación visual, participa de manera trascendente de la siguiente forma:

contexto



48

⁴⁸ E. Martín y L. Tapiz. *Diccionario Enciclopédico de las Artes e Industrias Gráficas*. Ediciones. Don Bosco, Barcelona, España. 1981. Pág. 261.

⁴⁹ *Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual (Esquema curricular)*. Ob. cit. Pág. 12.

⁵⁰ Trumbull. Ob. cit. Pág. 195.

⁵¹ *Idem* Pág. 195.

⁵² *Idem* Pág. 195.

⁵³ *Idem* Pág. 195.

⁵⁴ A Josep Ubia. *Curso de Diseño Gráfico*, Volumen 3 Editorial Institución de Estudios Politécnicos IDEP. Barcelona. 1999. Pág. 39.

Contexto de la disciplina

TIPOS	APLICACIONES
CREACIÓN DE FOTOGRAFÍA DE PRODUCTOS	Se refiere a la utilización de naturalezas muertas que se clasifica en dos categorías, las representaciones directas, denominadas tomas de paquetes como frascos de perfumes, aparatos de video, televisores. En segundo lugar están los fotomontajes, diversos estilos y técnicas exóticas, incluso se recurre a artistas y a modelos. ⁵⁵
PRODUCCIÓN DE ORIGINALES MECÁNICOS	Fotografías en color. Pueden ser tanto transparencias como positivos en papel, el original debe tener un contraste razonable y no debe tener ningún matiz de color. Fotografías en blanco y negro. Las fotografías en blanco y negro deben tener buen contraste, detalle y estar libres de marcas. ⁵⁶
FOTORREPORTAJE	Son aquellas tomadas para registrar acontecimientos y paisajes reales, son esencialmente en el terreno periodístico como: acontecimientos deportivos, ceremonias oficiales, de la naturaleza y de animales e imágenes de viaje. ⁵⁷
FOTOGRAFÍA DE MODA	Se puede dividir en dos categorías: Catálogos y trabajos de alta costura, constituyendo las modelos, la parte esencial en este tipo. ⁵⁸
FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA	La naturaleza muerta (cigarros), las personas, los fotomontajes, son en muchos aspectos muy recurrentes para la publicidad fotográfica, ya sea para anuncios de prensa, carteles y espectaculares. ⁵⁹
FOTOGRAFÍA DE ILUSTRACIÓN, CIENTÍFICA, DIDÁCTICA Y EDUCATIVA	Las combinaciones de fotografía con ilustración en una composición que han hecho del impreso un mensaje atrayente. La combinación puede ser muy explícita, más expresiva y atractiva. ⁶⁰

⁵⁵ Hugh Marshall. *Diseño Fotográfico, cómo preparar y dirigir fotografías para el Diseño Gráfico*. Editorial Gustavo Gili S.A. de C.V. Baecelona. 1990. Págs. 40, 104,112.

⁵⁶ Davi Van. *Cómo corregir pruebas en color*. Editorial Gustavo Gili S.A. de C.V. Barcelona. 1992. Págs. 10 y 11.

⁵⁷ Marshal. *Ob. cit.* Pág. 113.

⁵⁸ *Idem.* Pags. 104 y 105.

⁵⁹ *Idem.* Pags. 40.

⁶⁰ Joan Costa. *Foto-Diseño*. Primera Ed. Enciclopedia del Diseño. España 1988. Pág. 161.

2.4.2 ILUSTRACIÓN

DEFINICIÓN. Es " Toda figura impresa en libros, diarios, revistas u otras publicaciones, provenientes de cualquier procedimiento, y que acompañan a un texto para una mayor claridad y también para ornamentarlo".⁶¹ Es "toda imagen visual asociada a distintas ideas. Desarrolla un doble papel estético y documental."⁶²

"Es aquella que tiene una efectividad especial para lograr las metas de la comunicación. Puede ser una importante herramienta cuando el fin principal es explicar. La comprensión de materias complicadas a menudo puede perderse en un torrente de palabras, pero quedarán claras si las ilustraciones explícitas vienen en auxilio de los elementos verbales."⁶³

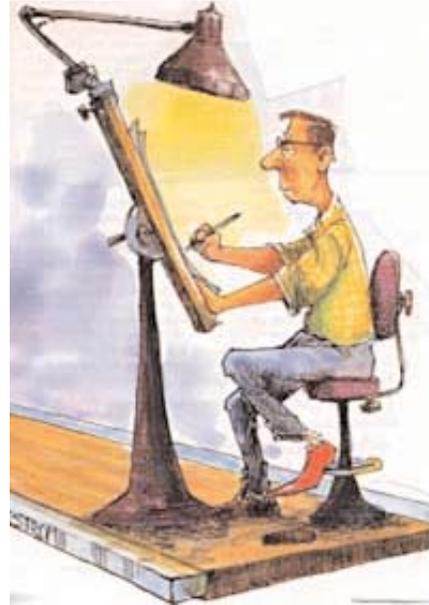
"El diseñador gráfico que desea instruir a los lectores sobre la forma de hacer algo, constantemente encontrará que un dibujo es más efectivo"⁶⁴

CARACTERÍSTICAS

Siempre ha existido como arte y artesanía, ya sea para adornar un manuscrito del siglo XII o para presentar algún objeto de ciencia ficción; "la buena ilustración siempre ha encarnado tanto una visión personal como una técnica perfecta. La peculiaridad de un ilustrador profesional reside en la combinación de estas dos aptitudes para la elaboración de imágenes."⁶⁵

"Dentro de la amplia variedad de actividades que se desempeñan en esta área, se encuentran las que se refieren a la representación eficaz y sensible de conceptos e ideas destinadas a un público receptor."⁶⁶

- Como imagen asociada ha sido una área muy específica dentro de la Comunicación Visual, pues ha desempeñado un papel estético y documental, ya que la historia ha



visto ejemplos de ilustraciones muy representativas.

- Una de sus características básicas es atraer y capturar la atención. "Los editores de revistas, los diseñadores de publicidad y otros usuarios de los medios han advertido desde hace mucho tiempo que una ilustración."⁶⁷ "impactante es tal vez la mejor forma de hacer que los ojos de un lector se vuelvan hacia una página o hacia un diseño."⁶⁸
- "El profesionalista de diseño y la Comunicación Visual ha de ser capaz de una representación que se especialice en ilustración eficaz de conceptos e ideas para transmitir a un público receptor."⁶⁹

APLICACIONES

En el siguiente cuadro se muestran algunos tipos de ilustraciones:

contexto



61 E. Martín y L. Tapiz. Ob. cit. Pág. 303.

62 Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual (Esquema curricular) Ibidem. Pág. 13.

63 Trumbull. Ob. cit. Pags. 195 y 196.

64 Idem. Pág. 196.

65 Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual (Esquema curricular) Ibidem. Pág. 14.

66 Idem. Pág. 14.

67 Trumbull. Ob. cit. Pág. 195.

68 Idem. Pág. 195.

69 Licenciatura de Diseño. Ob. cit. Pág. 20.



Contexto de la disciplina

TIPOS	APLICACIONES
STORY BOARDS	Del guión del director se produce un <i>storyboard</i> , son escenas que gráficamente se representan por medio de retratos que describen una acción del guión. Frecuentemente mientras se produce este tipo de ilustraciones, las deficiencias de estructura del guión son corregidas por el director. Este tipo de ilustración, entonces permite al escritor, director, productor, y animador, tener una idea más precisa sobre el proyecto. Esta aplicación, contiene los encuadres, movimientos e ideas principales de una secuencia o historia. ⁷⁰
PÁGINAS DE INTERNET	La mayoría de las animaciones para la <i>Red</i> requieren adaptadores para su visualización. La única excepción es el formato <i>GIF</i> animado, que en la actualidad es el archivo de animación de uso más frecuente en la <i>Red</i> . Esta opción de formato combina imágenes <i>GIF</i> individuales para crear la animación en un único archivo. ⁷¹
CORTINILLAS DE CRÉDITOS EN CINE O VIDEO	Se utilizan como abstracción y como recurso capaz de emocionar al espectador. Pone al día el lenguaje de los títulos de crédito y crean un concepto moderno. Recurre a las imágenes reales y se trabajan desde un punto de vista plástico. ⁷²
LIBRO INFANTIL	La ilustración en el libro infantil engloba diferentes géneros literarios: ficción, poesía, biografía, historia y otras manifestaciones literarias, como fábulas, adivinanzas, leyendas, poemas, cuentos de hadas y tradicionales de transmisión oral. La literatura infantil apareció como forma o género independiente de la literatura en la segunda mitad del siglo XVIII y se ha desarrollado de forma espectacular en el siglo XX. Existen diversas técnicas y estilos que un diseñador ocupa para ilustrar un libro infantil; actualmente también se realizan ilustraciones en 3D, representación que ha dado a muchos proyectos que ocupa a la ilustración, un toque muy innovador y visualmente muy atractivo. ⁷³
ALGÚN ENVASE	El diseñador gráfico antes de bocetar debe tener información mercadológica clara y suficiente del producto a envasar o comercializar. El diseñador en ocasiones resuelve el trabajo por medio de ilustración, si el producto así lo necesita y está generalmente acompañado de tipografía, color, textura y obviamente de la creatividad que le permite manejar con originalidad el buen gusto de dichas armas. ⁷⁴
UNA MARCA	El papel que desempeña un diseñador de marca va más allá de un dibujante simple, pues desempeña papeles específicos: elaborar una estrategia para su cliente, explorar y ensamblar informaciones diversas, utilizar su capacidad creativa y recopilar los datos necesarios para resolver un problema de diseño. Bajo estos aspectos, el diseñador-ilustrador valorará qué tipo de imagen será la óptima de identificación del producto. ⁷⁵
CINE	Se realiza a partir de los dibujos animados. Es una técnica cinematográfica que consiste en producir la ilusión de que dibujos, muñecos u objetos estáticos tienen movimiento propio. Los apuntes del dibujante de animación se realizan a partir de un <i>storyboard</i> . ⁷⁶ La serie de estos dibujos se combinan después con diferentes fondos y se acompañan con diálogos y música para crear la ilusión de personajes tridimensionales que están vivos. Aproximadamente hace unos diez años, solamente algunos visionarios tenían las facilidades y el talento para desarrollar proyectos digitales dentro de las producciones cinematográficas, en la actualidad existen diversas producciones cinematográficas que ha realizado un trabajo extraordinario, tal es el caso de <i>Terminator 2</i> (1991), <i>Jurassic Park</i> (1993) y <i>Toy Story</i> (1995). ⁷⁷
HISTORIETAS	Se trata de una narración contada por medio de una serie de dibujos que se leen de izquierda a derecha. Estas imágenes habitualmente están separadas unas de otras y quedan contenidas dentro de los límites de unos cuadros rectangulares, aunque éstas no se utilicen siempre. Cuando se asocian palabras con imágenes, aparecen dentro de la viñeta, con frecuencia en cuadros explicativos o leyendas, o dentro de globos o bocadillos que salen de la boca del que habla para representar una conversación; o de la cabeza, en nubes, para representar el pensamiento. El texto puede aparecer completamente separado de la imagen, e incluso puede no haber texto en absoluto. Las palabras pueden estar escritas a mano o de modo mecánico. Los artistas han desarrollado un vocabulario visual para representar los efectos sonoros; y utilizan símbolos y otros recursos gráficos con objeto de expresar una amplia variedad de elementos narrativos. Estas narraciones aparecen en forma impresa, en publicaciones periódicas específicas que se conocen como Cómics. ⁷⁸
ANIMACIONES	Cualquier objeto o forma puede comportarse como si tuviera vida propia. El control del movimiento permite ciertos juegos de ruptura de las realidades conocidas, por ejemplo que los animales imiten los movimientos de las personas y viceversa. ⁷⁹
CARTEL	Es un producto editorial sin lugar a dudas, pero su peso es mayoritariamente de imagen (ilustración o fotografía) y el uso de los elementos tipográficos. Son impresos que no requieren de un cuidado editorial tan minucioso, pero si de corrección. No obedecen a las reglas del diseño de textos corridos, sino a la de composición. El usuario más que un lector es un observador. ⁸⁰

70 Tony White .*The animator's workbook*. Pág. 12.

71 Rafael Ráfols, Antoni Colomer. *El diseño Audiovisual* Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 2003. Pág. 48.

72 Patrick J. Lynch. *Principios de Diseño básicos para la creación de sitios Web* Editorial Gustavo Gili, Barcelona 2000. Pág. 142.

73 *Biblioteca de consulta Microsoft Encarta 2004*. Literatura infantil.

74 Carlos Velorio Blasco. *Diseño de Embalaje para exportación*. Primera Ed. Coedición del Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C. y del

Instituto Mexicano del Envase S.C. México. Pág. 22.

75 John Murphy. *Cómo diseñar marcas y logotipos*. Editorial Gustavo Gili S.A. de C.V. Barcelona. 1989. Pág. 15.

76 *Biblioteca de consulta Microsoft Encarta 2004*. Dibujos animados.

77 *Revista Muy Interesante*. Año XV, Número 6.

78 *Biblioteca de consulta Microsoft Encarta 2004*. Cómico.

79 Gerardo Kloss Fernández del Castillo. *Entre el Diseño y la edición*. Primera Edición Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco. México 2002. Pág. 172.

80 Ráfols. *Ob. cit.*. Págs. 104 y 105.



2.4.3 SIMBOLOGÍA Y DISEÑO EN SOPORTES

TRIDIMENSIONALES

DEFINICIÓN. Es aquella que "dirige su estudio a la generación de símbolos relacionados con la identificación, identidades gráficas que pueden distinguir a empresas, corporaciones, instituciones, profesionales e inclusive personas."⁸¹

"La imagen corporativa de toda institución, empresa o grupo, está constituida principalmente por su imagen gráfica que es proyectada hacia el exterior."⁸²

Es decir, hacia toda la colectividad que se beneficia de sus servicios o productos, además de los colaboradores que son externos, proveedores y otras entidades que cooperan en la realización de dicha firma.

"Ésta es un área en donde también se nos proporciona la oportunidad de explorar las posibilidades de utilización de la superficie bidimensional para elaborar una imagen tridimensional."⁸³

En este sentido el soporte tridimensional es aquel que "proyecta marcas para productos diversos que se aplican a envases que a su vez se promocionarán con otros soportes gráficos que formen parte de las estrategias de comercialización de un producto."⁸⁴

CARACTERÍSTICAS

Estas imágenes corporativas se "derivan de una serie de aplicaciones que en conjunto integran programas que tienen su principio basado en el concepto de diseño total: El control de aplicación de una identidad gráfica en el tiempo (corto, mediano y largo plazo), así como el espacio bidimensional (papelería básica) y el tridimensional (aplicado en artículos y productos varios)."⁸⁵

- "Toda empresa grande o pequeña, le puede solicitar un signo que va acompañado del nombre de la empresa, elementos gráficos que se denominan Logotipo y Marca, con los cuales, se crea una identidad corporativa."⁸⁶
- El diseñador debe establecer la forma, el tamaño y las proporciones del producto que ha de ser envasado.
- Si el producto ha de ser envasado en una botella o caja, él también puede influir en la elaboración de la superficie y en el de la etiqueta que se empleará.

APLICACIONES

"Simbología y diseño en soportes tridimensionales como estudio a la generación de símbolos relacionados con la identificación de:"⁸⁷

- Corporaciones
- Instituciones
- Profesiones

"Debido a que la marca se elabora para aplicarse otros soportes, ambas áreas de estudio tiene interacción en:

Marca, etiqueta, envase, contenedor, display y punto de venta."⁸⁸

En la misma área se producen las marcas de diversos productos que se aplican en envases de otros soportes gráficos:



contexto



52

⁸¹ Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual (Esquema curricular) Ob. cit. Págs. 16 y 17.

⁸² Josep Ubia. Ob. cit. Pág. 95.

⁸³ Alan Swuan. Bases del diseño gráfico. 1ra. Edición. Editorial Gustavo Gili S.A. Barcelona. 1990. Pág. 15.

⁸⁴ Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual (Esquema curricular)Ibidem. Pág. 17.

⁸⁵ Ibidem. Pág. 17.

⁸⁶ Josep Ubia. Ob. cit. Pág. 95.

⁸⁷ Licenciatura de Diseño. Ob. cit. Pág. 20.

⁸⁸ Plan de Estudios de la Licenciatura de Diseño y Comunicación Visual. Ob. cit. Pág. 20.

Contexto de la disciplina

TIPOS	APLICACIONES
IDENTIDADES GRÁFICAS	" Es aquella que tienen los públicos acerca de una organización en cuanto a entidad como sujeto social". ⁸⁹ Su objetivo es añadir un valor y diferenciar a los proyectos complejos basados en un asesoramiento. Hoy se crean imágenes corporativas no sólo para empresas sino también para instituciones, marcas importantes y para tiendas minoristas.
Envases	Existen los empaques hechos e impresos sobre papel; cartón y materiales similares, y los envases de vidrio, plástico, lata, etcétera, que llevan una etiqueta o una impresión. ⁹⁰ En ambos se debe cuidar el aspecto atractivo y competitivo para ganar presencia en los estantes de las tiendas.
AMBIENTES GRÁFICOS ESCENOGRÁFICOS	Son un conjunto de elementos que componen un espacio teatral cuya función es crear un ambiente y una atmósfera adecuados para el desarrollo de la obra. ⁹¹ Puede clasificarse de modo general en: realista, abstracta, sugerente o funcional.
STANDS	En un stand se tendrá que trabajar con un fabricante, un diseñador industrial y especialistas en envasados. Las estanterías formadas por componentes elementales donde los módulos encajan y se adaptan a un espacio determinado. Están hechos a medida y promueven algún producto u objeto. ⁹²
ESCAPARATES	Son instalaciones que ocupan los grandes almacenes comerciales, que disponen de equipos propios de profesionales que imaginan y ejecutan ideas, para promocionar líneas de productos con el propósito de guiar al público hasta las tiendas. ⁹³ Algunas ocasiones se contratan artistas de renombre para montar los escaparates de moda con ellos se aíslan zonas de 3 aceras para que la gente desfile ante ellos, incluso algunos poseen artilugios mecánicos para moverse. No tiene más función que suministrar algún material que llame la atención hacia los productos. Existen escaparates montados que recurren a recortables de cartón, carteles y ampliaciones fotográficas.
LUGARES DE EXHIBICIÓN (PUNTOS DE VENTA)	Un equipo que trabaje sobre una idea de venta comercial o en la remodelación de un establecimiento, debe saber que un punto de venta, comprende todos los ingredientes gráficos que hay en el local, la identificación clara del artículo, los signos que describen o la señalización que dirige, los indicativos de precios y los anuncios de ofertas, el etiquetado de los productos e incluso los marbetes colocados en el borde de las estanterías deben considerarse componentes del punto de venta. ⁹⁴ Además el espacio será tal que permite cambiarles artículos de sitio, modificar según la temporada y la fisonomía de la tienda, colocar elementos gráficos referentes a ventas especiales. Existen dos clases de punto de venta: Uno producido por el comerciante y otro por el fabricante. Actualmente se está produciendo una tercera clase que sirve no sólo para promocionar el producto, sino también para protegerlo.

89 Paul Capriotti. *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Primera Ed. Editorial Ariel Comunicación. España 1999. Pág.16.

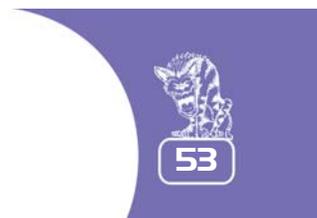
90 Fernández del Castillo. *Ob. cit.* Pág. 172.

91 *Biblioteca de consulta Microsoft Encarta 2004*. Escenografía.

92 Straffod Cliff. *Diseño de escaparates y puntos de venta*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona. 1993. Pág. 9.

93 *Idem*. Pág. 10.

94 *Idem*. Págs. 7 y 8.



2.4.4 DISEÑO EDITORIAL

DEFINICIÓN. "Entidad que cuida de la publicación y difusión de los libros, diarios, revistas, etc. La industria editorial soluciona las dificultades económicas, técnicas y comerciales que casi siempre impide a los autores el publicar sus obras".⁹⁵ Es "una labor de equipo, en donde el diseñador colabora con editores, autores, redactores, impresores, o fotógrafos e ilustradores profesionales."⁹⁶

"Algunos aspectos esenciales de la edición son la aplicación de las convenciones editoriales, el diagnóstico y la dictaminación del valor y la viabilidad de una publicación, el balance entre recursos económicos, costos, acabados, y tiempo disponible, el combate a las erratas, la atención al interés y a las necesidades del lector, el uso de un lenguaje visual elocuente, pertinente y rico, la correcta formación de los textos y la obtención de la mejor calidad posible en la reproducción de las palabras e imágenes."⁹⁷

Esta área tiene una larga tradición histórica como medio de comunicación; en el se encuentran inmersos. El libro, los periódicos y las revistas. "El diseño editorial es aquel que busca la representación y reproducción de discursos científicos y literarios, entre otros, dotados de contenido propio".⁹⁸

CARACTERÍSTICAS

Esta área está íntimamente ligada al libro. "Este medio de comunicación, con su larga historia y profunda tradición, constituye el núcleo físico del concepto de edición gráfica."⁹⁹

"Los periódicos y las revistas se encuentran en el siguiente círculo: Son los medios por excelencia que han adquirido un papel muy relevante en la sociedad contemporánea, como vehículos de información y entretenimiento."¹⁰⁰

Y por último se encuentran las publicaciones directas (hojas sueltas y folletos encuadernables o



desplegables), que se utilizan como medios publicitarios y propagandísticos.

Gerardo Kloss determina las características de la siguiente forma:¹⁰¹

- Debe permanecer atado al texto, a lo que contiene y significa.
- Sirve para darle realce a un discurso, que sin ser suyo, es su contenido principal.
- Su lenguaje se estructura con formas y composiciones que sólo cumplen su función por medio de los discursos textuales que contienen.
- No puede competir el discurso del texto con el editorial, es decir, el diseñador contra el autor.

APLICACIONES

Libros, revistas periódicos publicaciones directas (hojas sueltas, folletos encuadernables o despleables).

El diseñador editorial al final de la carrera debe tener conocimiento en las siguientes especialidades:

- Edición
- Producción
- Gráfico

A continuación, se presenta la manera en que se aplican los tipos en esta producción:

⁹⁵ E. Martín y L. Tapiz. Ob. cit. Pág. 197.

⁹⁶ Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual (Esquema curricular) Ob. cit. Pág. 10.

⁹⁷ Idem. Págs. 10 y 11

⁹⁸ Kloss Fernández. Ob. cit. Pág. 73.

⁹⁹ Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual (Esquema curricular) Ob. cit. Págs. 10.

¹⁰⁰ Idem. Págs. 10.

¹⁰¹ Idem. Págs. 10.

Contexto de la disciplina

TIPOS	APLICACIONES
FOLLETOS	Tiene generalmente material instructivo o publicitario, al igual que otros productos, se le debe dar el cuidado adecuado en sus creaciones. Su vida editorial y su diseño, dependen de la intención para la que estén planeados, es decir si se publican para dar al lector información que él solicitó o si busca interesar en un tema a un consumidor potencial. ¹⁰² Entre los folletos más utilizados se encuentran los dípticos, trípticos, cuadrípticos y volantes.
LIBROS	Como objeto impreso se redesarrolla extensamente sobre un tema que sea acorde con su título. Si es muy largo se puede dividir en tomo o en volúmenes. La mayoría de los libros se compaginan según una serie de reglas, costumbres y convenciones, en ocasiones existen algunas variantes, para la reducción en costos de producción. ¹⁰³ "Por lo general los libros constan de cuatro partes principales: exteriores, pliego de principios, texto o cuerpo de la obra y finales." ¹⁰⁴
PERIÓDICOS	Es reconocido como aquel boletín no institucional que tiene una periodicidad regular y que contenga noticias de índole general sobre lo sucedido en el área geográfica correspondiente y mundial. ¹⁰⁵ Cubre temas de tipo político, económico, cultural, el mercado de trabajo, entre otros. Son generalmente de formato grande y nunca se encuadernan.
REVISTAS	Este tipo de impreso cuenta en pocas ocasiones con el tiempo que a un libro se le dedica. En términos de edición una revista es mucho más complicada que un libro. El editor de un libro realiza sólo un original, es decir que crea una unidad temática y en una revista se crean un número mayor de artículos sueltos, muchos de ellos son escritos por encargo, requiriendo la persecución de sus autores, tienen extensiones precisas, títulos, criterios, ideologías, ilustraciones, y formas de ver el mundo diferente. ¹⁰⁶ Con todo ello se debe hacer una unidad equilibrada. Tomando en cuenta que también que cumplen con una periodicidad por lo regular muy corta.



Ahora se enfatizarán de mayor forma los medios audiovisual y multimedia, debido a que estas son las que directamente se relacionan con este trabajo de investigación.

2.5 AUDIOVISUAL

DEFINICIÓN

*"Entendemos lo audiovisual como una producción independiente de los elementos auditivos y visuales en donde la transmisión final se da en forma integerada."*¹⁰⁷

... "es un medio de comunicación y creatividad que ha crecido y se está desarrollando al amparo de los grandes medios de comunicación audiovisual de masas".¹⁰⁸ Esta se considera como el más joven de las áreas de diseño; nace con el cine, se desarrolla con la televisión y ahora ha alcanzado su plenitud con la informática. Su objetivo es buscarle solución a medios comunicativos que tienen algún problema y que utilicen la imagen como transmisor de contenidos. Ha estado muy ligada a la comunicación de masas, y a los avances tecnológicos que ha tenido en materia audiovisual.



*"La exploración de las posibilidades expresivas de cada una de esas novedades tecnológicas ha tenido una enorme influencia en su continuo desarrollo y su progresiva influencia en la creación de la conciencia estética de nuestra sociedad".*¹⁰⁹

*"El diseño audiovisual es un valor añadido que da prestigio pero que existe en función de otras realidades."*¹¹⁰

CARACTERÍSTICAS

*"Aquí están inmersos el desarrollo de proyectos de caracter interdisciplinario que deben permitir la integración de los conocimientos de otras disciplinas al campo audiovisual y multimedia (por ejemplo la ilustración con el campo de la animación). En estos proyectos el profesionalista podrá ubicar su función como coordinador de diferentes conductas."*¹¹¹

El área de audiovisual esta constituida por los siguientes elementos básicos:

- Emisión, recepción controlada y sincronizada de mensajes visuales acompañados de sonido



contexto



56

¹⁰⁷ Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual (Esquema curricular) Ob. cit. Pág. 8.

¹⁰⁸ Rafael Ráfols, Antoni Colomer, *El diseño Audiovisual*. Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 2003. Pág. 9.

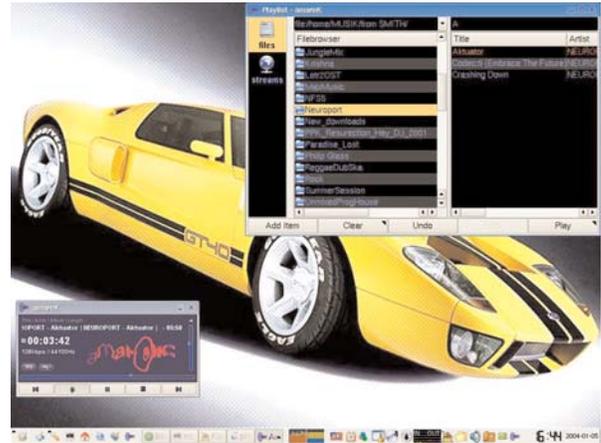
¹⁰⁹ *Idem*. Pág. 9.

¹¹⁰ *Idem*. Pág. 11.

¹¹¹ Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual (Esquema curricular) Ob. cit. Págs. 8 y 9.

Contexto de la disciplina

- Incorporación de la dimensión controlada y sincronizada de mensajes acompañados de sonido
- La incorporación de la dimensión temporal a través de las imágenes en secuencia y de la imagen en movimiento
- La interactividad prevista y controlada por el emisor de algunas de las respuestas del receptor de los mensajes
- Esta área estudiada, al final de la licenciatura, permite al estudiante comprender además de la imagen, diversos medios que forman un sistema integral; así también el manejo de multimedia digital como instrumento para las recientes tecnologías de computación (CD ROM y Web Sites)
- Incluye por supuesto algunos conocimientos de otras disciplinas como por ejemplo: la ilustración para la creación de animaciones



tipo de imágenes quietas o en movimiento, grabadas o sintéticas, textos, gráficos y todas las posibilidades sonoras para llevar a cabo su labor. El resultado de esta amplia combinación es una producción audiovisual especialmente atractiva y rica en recursos expresivos.¹¹²

APLICACIONES

En el diseño audiovisual están agrupados diferentes tipos de productos con distintas finalidades.

Estos productos tienen como inicio al cine y a la radio, pero el proceso evolutivo en el que se encuentran, sin duda integran a nuevas formas de diseño audiovisual. La publicidad, la televisión, los créditos cinematográficos, el multimedia o video clips aparecen sin que haya entre ellos más aspectos en común que su pertenencia a la producción audiovisual.

2.5.2 MULTIMEDIA

DEFINICIÓN

Es la más nueva forma de comunicación y comprende la combinación de distintas acciones comunicativas (ver, oír, hablar o escribir). El diseñador multimedia tiene a su disposición todo

*"Se define como multimedia a la estructura de significación en la cual además de la imagen intervienen diferentes medios formando un sistema integral. Multimedia digital como el procedimiento que emplean las nuevas tecnologías de cómputo como instrumento para enlazar diferentes medios."*¹¹³

La multimedia escénica es otra forma de incluir imágenes sincronizadas, un ejemplo sería por medio de diapositivas en donde se puede utilizar un programa de edición de video para sincronizar la narración con las imágenes, éstas se utilizan de forma estática y se comprimen de forma más eficaz que el video, "debido a que los pases de diapositivas no requieren cámara lenta el índice de fotogramas puede ser más bajo, lo que significa que además se puede aumentar la calidad de imagen y su tamaño".¹¹⁴

112 Antoni Colomer. Ob. cit. Pág. 110.

113 Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual (Esquema curricular) Ob. cit. Pág. 8.

114 J. Lynch Patrick. Ob. cit. Pág. 150.

CARACTERÍSTICAS

La estructura de un multimedia está realizada a partir de una misma idea y dispone una serie de posibles accesos para que el usuario pueda acceder a todos los apartados y regresar sin ningún problema a cualquier punto anterior.

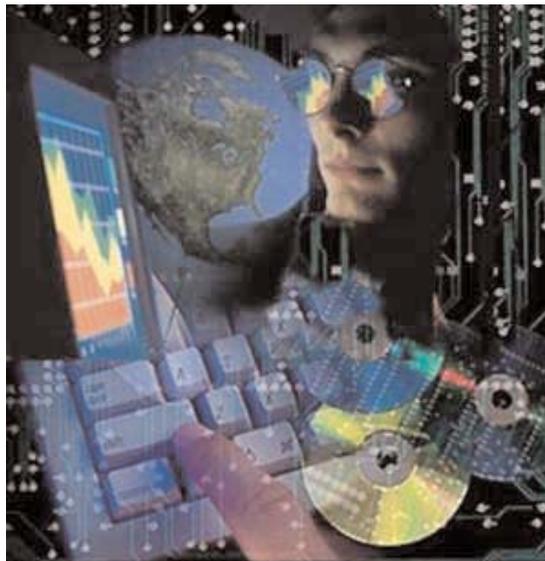
*"El usuario contacta a su voluntad con los distintos mensajes, empleando aquellos dispositivos, principalmente visuales, diseñados para tal efecto. Este acceso continuo a nuevos contenidos informativos es lo que entendemos por navegación".*¹¹⁵

El diseño de todo producto multimedia debe ofrecer una navegación fácil de entender conviene incluso que sea intuitiva. Tiene que evitarse que el visitante realice cualquier esfuerzo para acceder poco a poco a los distintos contenidos.

Cuando un receptor consulta a algún producto multimedia, su actitud, generalmente pasiva en otros sistemas de comunicación, se convierte en una tarea de interactividad, ya que éste va en busca de información, saltando de una página a otra siguiendo su interés dentro de la información que se le presenta y no necesariamente tiene que regresar a todas las que ya ha consultado.

*"El papel del usuario se amplía cuando, además de ser un activo receptor, se convierte en emisor. La conexión a la red Internet permite al usuario convertirse en productor de informaciones e intercambiarla con cualquier otro usuario."*¹¹⁶

En cada página el receptor puede interactuar con los mensajes a su disposición, así también activar secuencias de video, mensajes sonoros, desplegar gráficos, acceder a textos, copiar información al ordenador personal, etc. *"Esta capacidad de acceso libre a la información, la posibili-*



*dad de manipularla es lo que conocemos con el nombre de interactividad."*¹¹⁷

*"El principal desarrollo de esta área del diseño se encuentra en la relación que tienen la imagen y el tiempo, ya sea por medio de discursos constituidos por series de imágenes tanto por aquellos que utilizan las imágenes en movimiento. Parte importante se encuentra inmerso en el trabajo que hay en la integración de mensajes visuales y sonoros."*¹¹⁸

APLICACIONES

En el medio multimedia Uno de sus aspectos más fascinantes es el Internet; se tiene la posibilidad de escoger en un momento deseado aquello que más le interesa al usuario y acceder de forma directa, sin ser necesario seguir un proceso lineal dirigido, que obligue a entrar en contacto con temas que no sean de interés. La búsqueda es directa y los textos están organizados de forma separada y mantienen una serie de enlaces que permiten que el usuario circule libremente por todos ellos.

Contexto de la disciplina

A continuación presentamos las formas de diseño audiovisual y multimedias que infieren en diseño:

TIPOS	APLICACIONES
CINE	El diseño audiovisual nace con el cine utilizando una forma narrativa de expresión y es ahí donde encontró su principal vehículo de expansión. ¹¹⁹ El diseño audiovisual es la propia forma de expresión del cine.
PUBLICIDAD	La elaboración de un mensaje publicitario se inicia con la necesidad de un anunciante que quiere dar a conocer o promover un nuevo (o ya conocido) producto o servicio con el propósito de aumentar su aceptación social. Para hacer realidad esta difusión existe un proceso especializado que permite transmitir con éxito a la sociedad las intenciones del anunciante. ¹²⁰ Tal proceso debe llegar a dos conclusiones: Cuál de los valores del producto será el más rentable y cuál es la mejor forma de mostrárselos al consumidor.
TELEVISIÓN	Desempeña un papel importante en la elaboración de programas, es el medio idóneo para que todos ellos —los programas— puedan ser identificados como parte de un único canal. En la televisión se debe suponer para la audiencia algo más que un simple catálogo de efectos especiales e imágenes sorprendentes. ¹²¹ El público debe poder interpretar a través de ella cuál es la verdadera esencia del canal y sus características de contenidos.
CRÉDITOS CINE-MATOGRÁFICOS	Tiene la función de dar a conocer los equipos técnicos y artísticos que han realizado un producto y preparar al espectador para el disfrute de aquello que se empieza a ver. Su empleo arranca simultáneamente con el origen del cine. A diferencia de otras producciones la figura del diseñador de créditos puede llegar a tener cierto reconocimiento en parte por los mismos créditos en los que figura como su autor. ¹²² El uso más común en los créditos es la tipografía, pero en ocasiones el diseñador utiliza la animación para darles un sentido distinto.
VIDEO CLIPS	El video clip como una complicada sucesión de imágenes que acompaña a un texto y/o una música es una manifestación más de diseño audiovisual aparece con intensidad de dificultad de normalizar proceso creativos de un producto que por su propia naturaleza se resiste a un sistema de reglas. ¹²³
INTERNET PÁGINAS WEB	En éste se hace más evidente la evolución del diseño audiovisual, ya que su uso va más allá de la resolución de los problemas comunicativos, ya que pasa a ser parte de un lenguaje universal de la sociedad, puesto que este medio se envuelve en un ambiente mundial. Éste nos ofrece las diferentes opciones para cada tipo de usuario. A nivel mundial su uso se destaca por ser utilizado para los negocios por su importancia comercial y los beneficios que tiene. Lo más relevante es que es un medio que no solamente está al alcance de las grandes firmas comerciales, sino la posibilidad de introducir pequeñas empresas que no pueden acceder por los costos elevados a la radio y la televisión; luego entonces así dar conocer su productos y servicios a través de las páginas web. ¹²⁴ Pero no sólo en ese ámbito, sino que el usuario tiene la posibilidad del correo electrónico, para exploración de bancos de información (biblioteca, universidades, etc., infinidad de documentos, noticias y publicaciones, así como múltiples opciones de juego y ocio.

119 Antoni Colomer. *Ob. cit.* Pág. 42.

120 *Idem.* Pág. 73.

121 *Idem.* Pág. 80.

122 *Idem.* Pág. 103.

123 *Idem.* Págs. 117 y 118.

124 *Idem.* Pág.112.



Ahora se mencionan los elementos expresivos propios del audiovisual y multimedia, materia prima con que están contruidos estos discursos.

2.6 ESPACIO

DEFINICIÓN. ... "es ambiguo por definición.

Las pantallas son planas y tienen sólo dos dimensiones (2D), pero las imágenes las leemos en tres dimensiones (3D) al introducir nosotros mismos la lectura en profundidad. Vemos espacio donde físicamente no hay porque lo leemos a partir de nuestra propia experiencia (visual) no vital, o al menos lo intentamos y siempre que podemos nos creamos la ilusión de profundidad".¹²⁵

Esto quiere decir que vemos más acentuada la bidimensionalidad o la profundidad, pero no podemos hacer una lectura que sea completamente plana.



CARACTERÍSTICAS

- "Por cultura y por psicología tendemos a ver el espacio en profundidad, como si fuera una ventana abierta".¹²⁶
- La realidad se pierde en las relaciones espaciales, se vuelven ambiguas "se puede ver en profundidad pero no se puede construir un espacio contenedor que ubique las imágenes según nuestra costumbre de asignar distancias entre objetos"¹²⁷
- Es abstracto, y no se rige por leyes de la perspectiva.
- "Es flexible y no tiene ninguna realidad absoluta, es un espacio imaginario y mental".¹²⁸
- La lectura espacial es imprescindible, la realizamos aunque sea ambigua. "Cuando no podemos realizar una lectura tipográfica, no queda otra lectura que la intelectual, y creamos un espacio en nuestra mente que dota de sentido a lo que vemos".¹²⁹

TIPOS

El espacio se estructura para que puedan establecerse la comunicación.

"Una estructura es un esquema, un esqueleto mental que no sirve para entender la unidad del mensaje. La estructura es la parte más estática, el hilo conductor que predetermina la ubicación de las imágenes."¹³⁰

Es decir que ésta es el tiempo y el espacio planificados y organizados.

En esta estructura se deben establecer prioridades, unas cosas tomarán protagonismo y otras quedarán relegadas a un papel secundario; ya que de lo contrario entrarán en competencia y unas anularán a las otras.

Contexto de la disciplina

La estructura se divide de la siguiente forma:

ESTRUCTURA DE LA SUPERFICIE

El espacio natural son las pantallas, ya sea de cine, televisión u ordenador.

*"La pantalla es el soporte sobre el que, por medio de la luz, se crean y se emiten las imágenes, es el medio del cual se produce el acto comunicativo".*¹³¹

El rectángulo de las pantallas establecen sus propios ejes visuales (diagonales, horizontales, verticales y los de cada esquina).

Específicamente en los medios interactivos las proporciones en la pantalla son variables en su diseño, pues en ocasiones no ocupan toda la pantalla, luego entonces puede desaparecer el perfil rectangular que los otros tipos de superficie sí aplican, es decir el perfil rectangular que lo enmarcan.

LA ESTRUCTURA DE PROFUNDIDAD

Ésta posee una potencia visual y más matices que el espacio plano.

*"La tridimensionalidad realista es la más compleja, pero una vez leída (cuando todo ha encontrado su ubicación), no hay variaciones posibles".*¹³²

Ésta es la que posee un mayor atractivo visual por su ambigüedad, claro, si es asimilada por el espectador, ya que ofrece la posibilidad de la relectura, la favorece y no la agota tan rápido.

2.7 EL TIEMPO

DEFINICIÓN "Las relaciones espaciales de las formas se realizan en el tiempo y no tienen un carác-

ter estático sino que por definición son, en mayor o menor medida, variables."¹³³

CARACTERÍSTICAS

- Cada una de las formas posee un tiempo determinado de presencia en pantalla. Este acontecimiento temporal obliga a que para todas ellas haya un principio y un final, dentro de un flujo determinado por el ritmo de los acontecimientos, que debe tener un carácter global y coherente".¹³⁴



- "Deben existir momentos de excelencia, de culminación de procesos parciales, es decir aquellos en que la imagen tiene los instantes de mayor encuentro".¹³⁵
- Siempre aparece unida al diseño audiovisual porque es una forma de expresión dinámica, cinética; a través de la cual tiene desarrollo orientado a mantener nuestra atención y expresar un contenido.

¹³¹ Antoni Colomer. *Ob. cit.* Pág. 31.

¹³² *Idem.* Pág. 33.

¹³³ *Idem.* Pág. 33.

¹³⁴ *Idem.* Pág. 33.

¹³⁵ *Idem.* Pág. 33.



TIPOS

EL SONIDO

Éste acentúa la carga emotiva de comunicación, porque refuerza la expresión de la imagen, y le da un sentido tan importante que el espectador se siente dentro. *"El sonido influye en la creación de la sensación de espacio, porque los sonidos, o parte de ellos, se relacionan con ciertas imágenes que adquieren así un mayor protagonismo, descartando el resto, normalmente la figura, aunque también puede relacionarse con el fondo."*¹³⁶ Toda esta relación hace que se genere una atmósfera espacial visualmente.

*"El sonido está compuesto por la palabra, la música y los efectos sonoros. A estos se puede añadir el silencio."*¹³⁷

EL MOVIMIENTO

El movimiento como sucesión continua de imágenes, posee fotogramas que son cada una distintas al anterior y del posterior; éstos vistos en una sucesión constante desaparecen total o parcialmente en la sensación de salto entre una imagen y otra. Este fenómeno de persistencia de la visión provoca un efecto visual de las imágenes, debido a que el cerebro las retiene más tiempo en la retina. Este factor en la imagen que se transmite por medio de un ordenador, como es el caso de Internet, varían ya que una imagen en movimiento contiene una cantidad considerable de (texto) información para procesar y almacenar.

A diferencia de la imagen estática, la que ocupa el movimiento implica transformación, es decir aquella que no es estable sino que se modifica y ofrece cambios.

2.8 LA IMAGEN

DEFINICIÓN *"Es todo lo visible, la percepción por el sentido de la vista."*¹³⁸

*"La idea de imagen en el diseño está asociada al concepto gráfico, que es el resultado de una buena relación entre contenido y forma".*¹³⁹



*"La imagen por interacción de sus diversos componentes es aquella que puede construir un mensaje unívoco."*¹⁴⁰

Es aquella que su intención es garantizar un mensaje con la máxima eficacia. *"Esta eficacia de transmisión, esta transferencia sin pérdida de información, se asienta en una perfecta decodificación por parte del receptor. Y la garantía de la correcta decodificación supuesto el conocimiento del código utilizado, aparecerá expresada en rasgos tales como el nivel de redundancia, la información breve y progresiva."*¹⁴¹

Es la que maneja un lenguaje icónico, y que representa una realidad que supone una relación motivada por la analogía.

En este sentido la analogía indica que el signo icónico es aquella que posee algunas propiedades del objeto representado.

Contexto de la disciplina

Humberto Eco, "analiza las implicaciones de tal analogía concluyendo que los signos icónicos reproducen algunas condiciones seleccionadas que permiten reconstruir una estructura perceptiva que posea la misma significación denotada por el signo icónico bien una forma expresada por medio de códigos susceptibles de reconocimiento."¹⁴²

Entiéndase por signo: "Todo objeto material, o la propiedad de ese objeto, o un acontecimiento material, se convierte en un signo cuando en el proceso de la comunicación sirve, dentro de la estructura de un lenguaje adoptado por las personas que se comunican, al propósito de transmitir ciertos pensamientos concernientes a la realidad; esto es, concernientes al mundo exterior, o concernientes a experiencias internas (emocionales, estéticas, etc.) de cualquiera de los copartícipes del proceso de la comunicación."¹⁴³

En este sentido el árbol como signo "(planta perenne de tronco leñosos que ramifica a cierta altura del suelo, o bien el sentido del inglés tree, el italiano arbore, el francés arbre. etc) y que cobra un sentido comunicativo en cuanto un grupo acepta la relación signo significado"¹⁴⁴

La actualización de la relación signo-significado, el proceso por el cual un objeto (real o referido) una propiedad del mismo o un acontecimiento material transmite un significado a otra persona es lo que se conoce como semiosis; "ésta no es por tanto más que un acto de comunicación por medio de signos."¹⁴⁵

CARACTERÍSTICAS

- Comunica por sí misma por sus cualidades sensitivas.
- Su valor predominante es el formal.
- Para que tenga carácter gráfico ha de ser atractiva, interesante en sí misma.

- "Es necesario que el emisor receptor compartan valores culturales."¹⁴⁶
- En el sentido de la plástica "es aquella que busca que la forma adquiera capacidad emotiva por sí misma."¹⁴⁷

TIPOS

"El color, la luz y la forma van inseparablemente unidos a la imagen; no se pueden dar uno sin los otros. La forma se manifiesta a través del color y la luz, y ambos se manifiestan a través de ella."¹⁴⁸ El color y la luz son los medios a partir de los cuales se produce el fenómeno de la percepción visual.

FORMA

Ésta puede ser icónica o puede ser abstracta, es decir, adquiere sentido en un determinado contexto.

"Es un concepto asociado básicamente al diseño, porque éste puede trabajar con la forma pura que adquiere sentido gracias a la finalidad a la que sirve en un destino concreto".¹⁴⁹

Las formas básicas son tres: "círculo, cuadrado y triángulo equilátero, Cada una de éstas nace de una forma distinta, tiene unas medidas interiores propias",¹⁵⁰ de éstas se pueden obtener un dibujo, una letra, etc. que son formas gráficas, "son una representación gráfica de una voluntad comunicativa, una creación de la mente humana".¹⁵¹

Luz

Elemento estructurador del espacio que se acompaña de la sombra. Ambos crean un gran sentido de unidad y de coherencia (visual) espacial. La relación entre una y otra definen un espacio por medio del claro oscuro.

¹⁴² Rodríguez Diéguez. Ob. cit. Pág. 35.

¹⁴³ Idem. Pág. 28.

¹⁴⁴ Idem. Pág. 28.

¹⁴⁵ Idem. Pág. 28.

¹⁴⁶ Antoni Colomer. Ob. cit. Pág. 39.

¹⁴⁷ Idem. Pág. 39.

¹⁴⁸ Idem. Pág. 40.

¹⁴⁹ Bruno Munari. Ob. cit. Pág. 128.

¹⁵⁰ Antoni Colomer. Ob. cit. Pág. 43.

¹⁵¹ Idem. Pág. 43.

"La luz describe el espacio mediante diferentes signos, visuales, como la propia dirección de la luz o su inclinación respecto a los planos horizontal y vertical. La intensidad de la luz dependerá de su potencia y de su distancia respecto al objeto. El grado de la concentración o difusión de la misma determina una incidencia directa y un paso directo de luz y sombra".¹⁵²

EL COLOR/LUZ

El color, la luz y forma no se pueden separar de la imagen, ya que no es posible que se de uno sin los otros. "La forma se manifiesta a través del color y la luz y ambos se manifiestan a través de la forma".¹⁵³

Estos son los medios a partir de los cuales se produce el fenómeno de la percepción visual.

TIPOGRAFÍA

Su uso es muy común en el diseño audiovisual y multimedia, en esta área el diseño no se crean tipografías, debido a que no es un medio adecuado para hacerlo, pero es en cambio muy creador de relaciones tipográficas.

Su uso en general está relacionado de manera estrecha con el tratamiento del espacio, cuando es aplicado en el medio también se relaciona estrechamente con el tratamiento del tiempo.

"Hay que tener en cuenta que una letra es una forma compleja y que puede ser distorsionada y manipulada —y para eso está para usarla—, pero ello debe hacerse siempre con una finalidad concreta."¹⁵⁴

2.9 ANIMACIÓN

DEFINICIÓN. "Es cualquier objeto o forma que se le asigna movimiento y que permite ciertos juegos de ruptura de las realidades conocidas, como por

ejemplo que los animales imiten los movimientos de las personas y viceversa."¹⁵⁵



CARACTERÍSTICAS

- Exageración de los gestos para dar cierto énfasis (recurso importante para la creación de humor visual).
- Para mantenerla entre realidad y ficción deben mantenerse las siguientes circunstancias para que la hagan creíble:
La sincronización del movimiento de los labios y del sonido.
El control del tiempo, es tan importante como definir la forma del objeto o personaje que se va a animar.
- Las bases para controlar el tiempo en una animación son dos:

La creación de las formas para que se entienda la acción representada, esto quiere decir que crear las deformaciones necesarias para dar sensación de movimiento y "La creación del número de imágenes necesarias para dar velocidad adecuada al movimiento."¹⁵⁶

TIPOS

Se pueden clasificar en dos grupos, las que están hechas manualmente a partir de la manipulación de los más diversos tipos de materiales y las que se generan a partir del ordenador.

Las primeras son las que se basan en los dibujos a mano alzada o en relieves hechos a partir de la manipulación de materiales y las que animan de forma manual objetos físicos.

“La animación en relieve se realiza sobre superficie horizontal para hacer cada una de las capturas.”¹⁵⁷ La técnica más habitual es usando la plastilina

“En la animación manual de los objetos reales la capacidad de rectificación es muy limitada, los movimientos se han de hacer de una manera continuada y en orden natural”.¹⁵⁸

Las segundas son aquellas en las que se utiliza el lápiz electrónico como herramienta de dibujo, directamente sobre la pantalla. Tiene una gran utilidad al momento de aplicar los colores planos y uniformes. Este tipo de animación también ayuda a a incrustar movimientos que el paso a paso no permite, por ejemplo el vuelo de un balón, en cuya realización en vivo requeriría complejos efectos especiales.

En el siguiente capítulo se enuncia todo lo referente a Internet y qué relación tiene con las páginas y los *sitios web*; esto con el propósito de situar el área de diseño que compete a esta investigación.

¹⁵⁷ Antoni Colomer. *Ob. cit.* Pág. 49

¹⁵⁸ *Idem.* Pág. 50

Capítulo III

En el siguiente capítulo se describe el contexto en el que esta investigación se desarrolla: las páginas web, las cuales se desenvuelven en un ambiente llamado Internet, mismo que ocupa en la actualidad una parte importante como medio de comunicación. Así también, el diseño de *web sites* indica que la comunicación gráfica cuenta hoy día con poderosas tecnologías y permite al diseñador emprender nuevos caminos. En este capítulo se mencionarán las definiciones, características y tipos, en cuanto a este medio y las páginas web se refieren.

3.1 INTERNET

DEFINICIÓN

Conocido también como la *Red* es un sistema de transmisión mundial que conecta millones de computadoras, un conjunto integrado por las diferentes redes de cada país del mundo (más de cien países están unidos en los cambios de datos, noticias y opiniones. Es *una red, también llamada LAN (Local Area Network, red de área local), que conecta varios ordenadores mediante un cable. La unión de diversas redes repartidas por toda la tierra o sólo por diferentes ciudades,*

*se denomina Wan (Wide Area Network, red de área amplia)."*¹⁵⁹

CARACTERÍSTICAS

Una persona desde cualquier computadora que tenga los requerimientos necesarios para Internet, puede acceder a información de otra computadora y puede tener inclusive comunicación directa con otros usuarios que estén en otra parte del mundo.

Existen operadores con libertad de escoger los servicios que quieran ofrecer (proveedores de Internet) y los servicios locales que desean hacer disponibles a la comunidad de la *Red Global* (usuarios de este medio).



"On the Internet, nobody knows You're a dog"

A continuación se enuncian sus principales características, así como algunas condiciones para su uso:

REQUERIMIENTOS FÍSICOS PARA LA CONEXIÓN

Internet utiliza elementos indispensables para su función, en estos se encuentran inmersos la línea telefónica, el ordenador, módem; así como una computadora utiliza hardware y software, la Red se ayuda de elementos que nos permite su manejo.

EL ORDENADOR (COMPUTADORA)	Es un emisor-receptor de datos electrónicos compuestos básicamente de un procesador, memoria y dispositivos de entrada/salida (E/S). La característica principal de la computadora, respecto a otros mecanismos, como una calculadora no programable, es que con él se pueden realizar tareas muy diversas, cargando distintos programas en la memoria para que los ejecute el procesador. En el caso de la PC se requiere mínimo de 25 megas para cargar Internet Explorer con Windows 98, pero hay que tomar en cuenta que cada acceso a Internet crea <i>archivos temporales</i> los cuales necesitan un espacio de 5 a 10 megas más, esto significa que habría que limpiar el ordenador constantemente. También es importante considerar que mientras más escasa de elementos para un funcionamiento adecuado sea una computadora, mayor será la probabilidad de que la conexión a Internet sea más lenta. Por ello es recomendable adquirir el mejor equipo posible, ya que también permite la transferencia de música, videos y otros que por supuesto ocupan mucha memoria. ¹⁶⁰
MÓDEM	Este modulador/desmodulador es un dispositivo que se usa para transmitir información dirigida de una computadora a otra a través de líneas telefónicas regulares "Cuando se quiere enviar un archivo de una computadora a otra al otro lado de la ciudad, el módem toma sus bytes y los convierte (modula) en sonidos. Éstos se transmiten por líneas telefónicas y son recogidos por un módem en el otro extremo, el cual convierte de nuevo sonido en bytes (desmodula) y se lo pasa a la computadora receptora." ¹⁶¹ Este es el sistema por el cual se maneja un módem, pero existen diferentes tipos, éste varía por el tipo de <i>ancho de banda</i> que sea destinado a la o las computadoras. El más común es el que viene con una tablilla de extensión que se inserta en una ranura de extensión libre (interno), también existen externos llamados RS-232, éste puede ser conectado a un puerto que sea igualmente RS-232, el que casi todos los ordenadores personales tienen. ¹⁶²
SOFTWARE	Navegador o Browser . Es el programa que utilizamos para navegar en la World Wide Web. Los de uso común son Internet Explorer y Netscape "En sistemas de base de datos, la ojeada significa (piensa) ver datos. Muchos sistemas de base de datos apoyan un modo de hojeada especial, en el que usted puede hojear examinar estructuras de datos, campos y registros rápidamente. Por lo general, no se pueden modificar estos datos " ¹⁶³ Netscape . La fundación Netscape Communications fue fundada por James H. Clrrk y Marc Anderssen en 1994. este <i>browser</i> revolucionó el mercado de programa informático ya que se lanzó de manera gratuita convirtiéndose en el navegador popular de entonces. Esta estrategia es ahora usada por muchas empresas incluyendo a Microsoft, que también distribuye su navegador gratis. ¹⁶⁴ Internet Explorer . El <i>browser</i> de web de Microsoft, es un explorador que permite ver páginas web, éste es más utilizado que Netscape por ser un programa que incluye Windows. Ambos <i>browser</i> soportan a <i>Java</i> y <i>Java Script</i> , pueden leer el código HTML y XML ¹⁶⁵ , así también video, música, animación, etc.

web



¹⁶⁰ Lackerbauer Ingo. Ob. cit. Pág. 36.

¹⁶¹ Bishop Bill. *Marketing estratégico para la era digital*, 1a ed., México, Compañía Editorial Continental, 2000. Pág. 48.

¹⁶² Lackerbauer Ingo. Ob. cit. Pág. 37.

¹⁶³ Sánchez, Verónica. Ob. cit. Pág. 4.

¹⁶⁴ *Enciclopedia sobre la Web*, www.webopedia.com. Júpitermedia Corporation 2002.

¹⁶⁵ *Idem*. Pág. 5.

En la siguiente tabla se enlistan las características de maniobra con que opera la Red

PROTOCOLO TCP/IP	<p>La información que se envía por Internet está dividida en secciones llamadas paquetes (la información que se envía por la red). "De acuerdo con el protocolo de control de transmisión, estos paquetes se controlan en sobres y el protocolo Internet, etiqueta el sobre con la dirección de computadora de destino"¹⁶⁶. Así toda la información que es enviada por Internet debe seguir rigurosamente el Protocolo TCP/IP.</p> <p>Existen dos tipos de direcciones. Para que las computadoras puedan comunicarse entre sí; es indispensable identificar cada una en forma exclusiva, eso se logra bajo un número conocido llamado dirección IP numérica que se identifican porque tienen siempre cuatro partes separadas por un punto (121.154.6.44), el segundo tipo se le conoce como nombre de dominio, es de uso más común que la dirección IP numérico.</p> <p>Cuando un mensaje de correo electrónico es enviado por la red, las computadoras dirigen el tráfico de Internet (enruteadoras) estas computadoras saben en donde se encuentra ubicado el ordenador con un nombre de dominio específico, el mensaje se traslada desde una enruteadora hasta que llega a la computadora con el dominio o dirección correcta IP.¹⁶⁷</p>
FUNCIONAMIENTO	<p>Internet funciona por un conjunto de redes locales que están conectadas entre sí a través de una computadora especial para cada red (gateway), estas interconexiones entre gateways se efectúan a través de diversas vías de comunicación con las líneas telefónicas, fibras ópticas o enlaces por radio." ... la información sale de una red de origen a través de la puerta. De allí es encaminada de puerta en puerta hasta que llega a la red local que contiene la máquina de destino"¹⁶⁸, esto sirve para que la información se transfiera de una computadora a otra, no importando a que parte del mundo sea y para que las computadoras conectadas a la Red sepan exactamente en donde encontrar la información que le ha sido solicitada, sin error a confusión entre las miles de peticiones que están ocurriendo en ese mismo momento.¹⁶⁹ Internet tiene una estructura descentralizada, cada quien puede ser amo y señor, podríamos pensar que una estructura así es algo caótica, pues no hay nadie que de las órdenes ni nadie capacitado para promulgar leyes. Internet no se constituye por el compromiso de una empresa en específico, sino sobre miles de proveedores de información que tienen los mismos derechos y deberes en Internet.¹⁷⁰</p>
SERVICIOS	<p>Internet como sistema de redes que permite intercambiar información entre computadoras, ha creado numerosos servicios que funcionan bajo su sistema:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Correo electrónico para enviar y recibir mensajes. • El FTP, mediante el cual podemos transferir archivos desde o hacia computadoras distintas. • Telnet, con el que podemos trabajar directamente con equipos localizados en cualquier parte del mundo. • Chats, pláticas con otras personas desde cualquier parte del globo terráqueo. • Y literalmente millones de páginas o sitios web.¹⁷¹
RED	<p>Una red es una serie de puntos o nodos interconectados por algún medio físico de comunicación. Las redes pueden conectarse con otras redes y a su vez contener sub-redes. Las redes se pueden clasificar también en términos de la separación física entre nodos, como redes de área local (LAN, local área network), redes de área metropolitana (MAN, metropolitan area network) y redes desde área amplia (WAN, wide área network), las redes también pueden ser clasificadas por el tipo de transmisión de datos que se emplea, por ejemplo la red TCP/IP (Transport Control Protocol/Internet Protocol) se conduce por la red de área local LAN que conectada a varias computadoras individuales entre sí forman una red de tipo LAN.¹⁷²</p>
PROVEEDORES	<p>Actualmente una de las herramientas que es cada vez más utilizada para poder obtener información, estar en contacto con clientes, proveedores, compañeros de trabajos, amistades es Internet.¹⁷³</p> <p>Estar en línea ha dejado de ser complicado, sólo se necesita saber para que tipo de actividad se requiere y el tiempo de servicio que se necesita, incluso existen compañías que manejan la posibilidad de adquirir el servicio por un año o dos de forma gratuita al adquirir una computadora en pagos.¹⁷⁴</p>

166 Microsoft Encarta, Biblioteca de consulta, *Cómo funciona Internet*, 2002.

167 *Idem*.

168 Bishop Bill. *Ob. cit.* Pág. 50.

169 Ciria Mercé José Ricardo, 2000, *Internet., ¿cómo ves*, 24 de noviembre, circulación mensual, Año 2, No. 24, Revista de divulgación de la ciencia de la Universidad Nacional Autónoma de México., México D.F., Pág. 10.

170 Bishop Bill. *Ob. cit.* Pág. 50.

171 Lackerbauer Ingo. *Ob. cit.* Pág. 27.

172 *Enciclopedia sobre la Web*, *Ob. cit.* Pág. 5.

173 Bishop Bill. *Ibidem*. Pág. 54.

174 www.prodigy.com.mx. *La Mejor conexión. Prodigy*. Marzo 2005.

A continuación se mencionan algunos antecedentes.

HISTORIA

La red internet se origina a finales de la década de los 60'. El Departamento de Defensa de los Estados Unidos quería construir una red de comunicación que fuera invulnerable a un ataque nuclear, pues en el año de 1957, (lo que antes era la Unión soviética envió al espacio el primer satélite, llamado *Sputnik*. Esa superioridad tecnológica despertó en los norteamericanos inquietud: ¡el enemigo de la guerra fría se había adelantado en la carretera espacial!).¹⁷⁵

La idea era tener un medio para enviar información digital a las computadoras de todo el mundo. En el año de 1997 se desarrolló el protocolo de Internet (IP) por el informático Vincent Cerf, para la Agencia de Investigación (ARPA, siglas en inglés). Posteriormente, el Ingeniero Robert Khan dirigió como parte de un proyecto para utilizar a distancia las instalaciones informáticas de otros centros académicos, la red llamada ARPANET que conectaba redes de ordenadores de varias universidades, laboratorios de investigación, departamentos gubernamentales y grandes corporaciones.¹⁷⁶

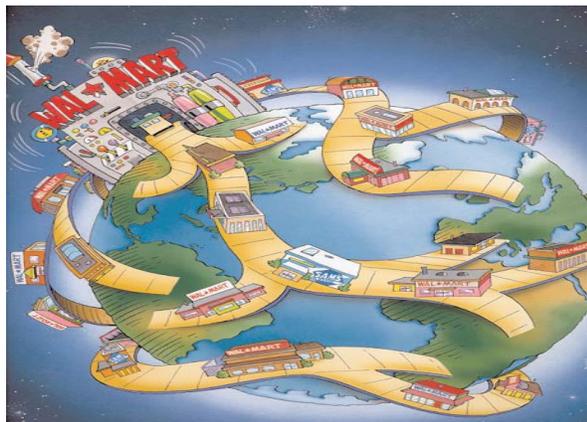
Hacia 1960 algunos negocios pequeños e individuos comenzaron a conectarse al sistema que para entonces se conocía como Internet. No fue hasta la invención de la World Wide Web que este medio de comunicación se convierte en una palabra de uso común.¹⁷⁷

LA REVOLUCIÓN INTERNET

Desde los años noventa la revolución digital se ha centrado en la *Red*, con aproximadamente 972,828,001 de usuarios actuales¹⁷⁸, y así se está convirtiendo en algo que ningún empresario, político o cualquier persona que busque la actualización de los medios podría pasar por alto, esta

primera década del siglo XXI trae cambios de largo alcance y enormes transformaciones en la economía, política, la educación, el entretenimiento y la sociedad.¹⁷⁹ La revolución que está creando este medio de comunicación humana está superando sin duda todas las revoluciones anteriores, la imprenta, el teléfono la televisión y el ordenador, por su impacto en nuestra vida económica social. *"La red se está convirtiendo en la base de creación de riqueza en las economías de todo el mundo: Al igual que los tendidos de energía eléctrica, las carreteras, los puentes y otros servicios construían la infraestructura de nuestras viejas economías basadas en la industria y en la explotación de los recursos, la red se está convirtiendo en la infraestructura de una nueva economía del conocimiento."*¹⁸⁰

*"La digitalización y difusión de información y conocimientos, centradas en la red, tienen implicaciones de largo alcance."*¹⁸¹ Hace tiempo Wall Mart adoptó las redes a su sistema y tuvo tanto éxito que actualmente es la cadena de tiendas de autoservicio más grande del mundo, a diferencia de Sears quien se quedó atrás que Wall Mart en el sentido comercial, aunque actualmente ya cuenta con su sistema de redes el hecho de no haberse incorporado al mismo tiempo que Wall Mart a la red la ha atrasado.¹⁸²



web



¹⁷⁵ Lackerbauer Ingo. Ob. cit. Pág. 13.

¹⁷⁶ Idem. Pág. 15.

¹⁷⁷ Bishop Bill. Ob. cit. Pág. 50.

¹⁷⁸ www.exitoexportador.com/stats.htm. Estadísticas mundiales de Internet y Población, Miniwatts International, Inc. febrero 2005

¹⁷⁹ Cebrían Juan Luis. Ob. cit. Pág.17.

¹⁸⁰ Idem Pág.17.

¹⁸¹ Idem Pág.21.

¹⁸² Idem Pág.21.

Y no sólo en el ámbito empresarial se han modificado las cosas, la educación por ejemplo se ha abierto a una nueva infraestructura del aprendizaje; que ofrece: desde enciclopedias, programas de información interactivos, grupos académicos de debate, acceso a las bibliotecas del mundo y; últimamente se están incorporando también a este sistema todas las universidades públicas y privadas con lo que hoy se conoce como educación en línea.¹⁸³

En los servicios de salud existen proyectos en marcha en muchos países que avalan una sanidad mejor y más barata, así también aprovechan más su tiempo y disponen de la experiencia de cualquier individuo en un área geográfica diferente, en Canadá por ejemplo los médicos del Instituto de Cardiología de Montreal tienen la posibilidad de compartir electrocardiogramas y ultrasonidos a través de Internet.¹⁸⁴

Es así como Internet nos ofrece una gran cantidad de posibilidades en cualquier actividad humana, por ello, los Diseñadores Gráficos, no debemos descartar las opciones que esta nueva forma de Economía ofrece a puertas abiertas para proliferar en nuestra profesión, aquel profesionalista que no esté dispuesto a evolucionar con esta nueva forma de trabajo, podría quedarse rezagado.

Aunque no se puede todavía asegurar con certeza como afectará en un futuro la Red la forma en que la sociedad seguirá modificando sus negocios, trabajos, aprendizaje y forma de vida; son inevitables, por ello es necesario estar actualizado en torno a ella. *"Las diferencias entre los distintos estamentos sociales se verán agigantadas por esta nueva frontera existente entre los ciudadanos enchufados y los desenchufados"*.¹⁸⁵ Entonces habría que ponerse a pensar ¿de qué lado estamos?

EN MÉXICO

El uso de Internet tiene un crecimiento constante, pero todavía se tienen problemas para elegir al proveedor porque el ancho de banda (velocidad de transmisión) es aun angosto; tanto el servicio más sencillo Dial up como los demás tienen sus costos muy elevados por la renta mensual. México es uno de los países que rentan más caro estos servicios.¹⁸⁶

Cada proveedor ofrece una gran variedad de servicios con valores agregados que los diferencian de sus competidores, por ejemplo curso de introducción, computadoras en pagos, activación de servicios vía telefónica, cuentas de correo electrónico de mucha capacidad, soporte técnico y otras características que cada proveedor trata de mantener para conservar a sus clientes, así el usuario elige sus servicios basándose en la rapidez, seguridad, tiempo de acceso, capacidad y desde luego en la forma de pago y costos.¹⁸⁷

La primera Institución en tener acceso a Internet en nuestro país fue el Tecnológico de Monterrey, que hasta hoy es proveedor de la UNAM y de Avantel. La primera en ofrecer el ser-



183 Cebrían Juan Luis. Ob. cit. Pág.25.

184 Idem. Pág.26.

185 Idem. Pág.98.

186 Cota Luis. Publicaciones electrónicas. Casa del Libro Universitario, Feria Internacional del libro de Palacio de Minería. 2002.

187 www.prodigy.com.mx. Ob. cit.

vicio de Internet en nuestro país y en Latinoamérica fue La Universidad Nacional Autónoma de México, a través de la dirección General de Servicios de Cómputo Académico, gracias a la experiencia de la UNAM, fue posible el surgimiento de los nuevos proveedores de este servicio que existen hoy en día.¹⁸⁸

Las empresas líderes actualmente en Servicios de Internet son: Avantel, Telmex (Prodigy), UNAM, AOL, Axtel y Cablevisión.

Pero si lo que se busca es tener la seguridad de que jamás falle el servicio (sobre todo en el ámbito empresarial), es mejor contratar con un proveedor de los Estados Unidos, si es que se cuenta con los recursos.¹⁸⁹



TIPOS DE CONEXIONES

En seguida se enlistan los tipos de conexiones que Internet posee, estos nos proporcionan la forma en que pueden estar conectados los equipos de los usuarios.

NOMBRE	¿EN QUÉ CONSISTE?
DIAL UP	Es la más sencilla, usualmente se utiliza en los hogares u oficinas que no requieren de transferencia de datos, audio o video de capacidades enormes. Existe la conexión de acceso ilimitado (24 horas al día), y las limitadas (de horario específico). ¹⁹⁰
LAN DIAL	Servicio que funciona de manera efectiva en aquellas empresas que necesitan conectar sus computadoras (desde 2 hasta 10) a Internet por medio de una red de área local (LAN), es el tipo de conexión que la mayoría de los ciber cafés utilizan, porque su costo disminuye, pues sólo requiere conectar sus computadoras en red y un ruteador "los ruteadores registran las direcciones destino de los paquetes que pasan por ellas y deciden por cual camino enviarlos" ¹⁹¹ ; si el número de las computadoras que se quieren conectar rebasa la cantidad limite permitida, entonces la empresa o ciber se verá obligado a contratar un servicio dedicado.
ENLACE DEDICADO	Conexión a Internet que al igual que la Lan Dial necesita un ruteador y sus computadoras conectadas en red, pero ésta será del tipo WAN (red de área amplia) y cable coaxial de fibra óptica RJ45. Este tipo de conexión es requerido por empresas muy grandes, por que disminuyen el nivel de costos pero no por eso deja de ser un servicio altamente caro. ¹⁹²

¹⁸⁸ Cota Luis, Ob. cit. Pág 23.

¹⁸⁹ Idem. Pág 23.

¹⁹⁰ Archivo de Netra, Grupo Teledinámica S.A. de C.V. Información de los servicios de Internet. 2000.

¹⁹¹ Ciria Mercé José Ricardo, Ob. cit. Pág. 55.

¹⁹² Idem. Pág. 55.

EL ANCHO DE BANDA

DEFINICIÓN. Es la amplitud de conexión digital con la que Internet permite a los usuarios navegar, "De acuerdo con CISCO SYSTEMS, este término se refiere a la técnica de transmisión de alta velocidad y alta capacidad, que permite la transferencia integrada y simultánea de diferentes tipos de señales, como voz datos o imágenes".¹⁹³

A Internet se le ha adjudicado el nombre de supercarretera de la información, pero este término no está mal aplicado, en realidad hasta la fecha es demasiado lenta, si nos referimos a una conexión común (Dial Up) no hay suficiente amplitud de banda, y si consideramos que un módem de 56 kbps (el más común en México), en realidad se conecta a 46 kbps, entonces no hay suficiente amplitud de banda.¹⁹⁴

Cuando en un futuro todo el mundo tenga una conexión de alta velocidad a Internet que entre directamente al aparato televisor será un uso tan natural como poner una película de video y hasta las personas que no se sentían capaces de sentarse frente a una computadora, serán capaces de navegar por Internet para comprar una pizza o boletos del cine.¹⁹⁵

CARACTERÍSTICAS¹⁹⁶

- El ancho de banda es aquella que te permite navegar en Internet a una velocidad rápida, que va desde 768Kbps hasta 2Mbps, al bajar datos de la Red.
- Su medio de acceso es por un cable coaxial y fibra óptica o por un cable de cobre (el de la línea telefónica).
- Su velocidad de transmisión depende del ancho de banda contratado y de la distancia entre el usuario y la central; así como

del número de personas que en ese momento estén conectadas

"Además de ofrecer la posibilidad de utilizar aplicaciones que con el enlace vía modem no se podrían explorar al máximo, como un video y audio en el tiempo real; entre otros servicios".¹⁹⁷

TIPOS

POR CABLE. Actualmente existe un cable conocido como coaxial, éste puede transportar muchos más bits por segundo que una línea telefónica pero un servicio de Enlace Dedicado está todavía muy lejos de ser adquirido en un hogar o micro negocio por ser un servicio muy caro.¹⁹⁸

Este tipo de transmisión por cable (coaxial) la hemos visto en la televisión de paga, que además de recibir y enviar audio y video también permite la recepción de datos, la velocidad que alcanza cuando se conecta a la red va desde 256 Kbps, 13 veces más rápido que la vía telefónica, desgraciadamente los precios para una conexión de este tipo son hasta de 500 mil pesos de renta mensuales. Para poderse conectar a Internet por cable, se requiere de un Módem de cable que se conecta directamente a la computadora puede ser a través de un puerto USB o por medio de una tarjeta de red, ambos casos no requieren la línea telefónica.¹⁹⁹



¹⁹³ Sánchez, Verónica. 2002, ¿Banda ancha en casa? ¡Sí!, Reforma, 30 de septiembre, circulación semanal, Interfase, D.F., México, Pág. 4.

¹⁹⁴ Bill Bishop. Ob. cit. Pág. 54.

¹⁹⁵ Idem. Pág. 54.

¹⁹⁶ Sánchez, Verónica. Ob. cit. Pág. 4.

¹⁹⁷ Idem. 2002, Pág. 4.

¹⁹⁸ Idem. Pág. 4.

¹⁹⁹ Idem. Pág. 4.

Los usuarios ideales para este tipo de conexión son aquellos que tienen un nivel de experiencia más alto al navegar y requieren de más aplicaciones.

La transmisión por este cable se llama HFS (Fibra Coaxial Híbrida); es la mezcla de cable coaxial y fibra óptica. Éste se conecta a la computadora con el módem de cable hacia un nodo que utiliza fibra óptica, "la fibra óptica en lugar de propagar ondas sonoras, transmite datos en la forma de pulsos de luz, con la gran ventaja de que las pulsaciones luminosas se transmiten sin interrupción de un extremo a otro del filamento, sin importar si hay curvas o esquinas".²⁰⁰

ADSL (INFINITUM /SPEDIMAX). La línea telefónica en una conexión a Internet se divide en tres partes: Transmisión de voz, envío de datos y recepción de datos, así funciona.²⁰¹

"Al ser una tecnología asimétrica ideal para la descarga de archivos pesados en Internet, provee un mayor ancho de banda para información descendente o downstream (de Internet hacia la computadora del cliente), y un menor ancho de banda para información ascendente o upstream (de la computadora del cliente hacia Internet)".²⁰² Los usuarios de este tipo de servicio son aquellos que requieren estar conectados a Internet continuamente o que tienen tasas de transferencia muy altas. Las velocidades que alcanza este servicio van desde 128 Kbps hasta 2 Mbps en recepción de información y el costo del servicio va desde 275 hasta 4 mil 500 pesos mensuales (costo que aún sigue siendo muy caro).²⁰³

Para este tipo de conexiones se requieren de un módem ADSL del que se conecta una línea hacia el aparato telefónico y otro hacia la computadora a través de un puerto USB o una tarje-

ta de red, así entonces es posible hacer llamadas telefónicas y estar conectados a la red.²⁰⁴

3.1.2 SERVICIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UN SITIO DE INTERNET

Para instalar una página web en Internet son necesarios los siguientes elementos:²⁰⁵



EL NOMBRE DE DOMINIO

Para todo programa o aplicación en Internet es necesario conocer el número IP de la computadora con la que se desea comunicarse, pero es imposible aprenderse un número como este: 132.248.32.2, sería difícil acceder a las miles de



web



²⁰⁰ de la Herrán, José. 2000. *La fibra óptica, maravilla de las comunicaciones.*, ¿cómo ves, 23 de octubre, circulación mensual, Año 2, No.23, Revista de divulgación de la ciencia de la Universidad Nacional Autónoma de México., México D.F. Pág 23

²⁰¹ de la Herrán José. *Ob. cit.* Pág 24

²⁰² Sánchez, Verónica. *Ob. cit.* 2002. Pág. 4.

²⁰³ Ciria Mercé José Ricardo. *Ob. cit.* Pág. 56.

²⁰⁴ *Idem.* Pág. 56.

²⁰⁵ *Idem.* Pág. 56.

Las Páginas Web como medio de comunicación por Internet

páginas que se alojan en la red, es más sencillo a recordar *www.larisadelahiena.com*. Nadie es capaz de memorizar tantos números IP con relación al número de páginas que visita, es más fácil retener nombres que números en serie; " existe un directorio de números IP que funciona automática y silenciosamente, el DNS o Sistema de Nombres de dominio (Domain Name Server)"²⁰⁶, este sistema relaciona nombres con números. Así, cuando se navega por Internet es muy sencillo consultar varias páginas en una misma ocasión.

El DNS se encuentra distribuido en miles de máquinas que prestan este servicio, éstas se encarga de buscar entre millones de números IP hasta encontrar el que corresponde al llamado del usuario, mismas que reciben miles de millones de consultas diariamente y su contenido cambia de manera constante, actualmente es la base de datos más consultada en todo el mundo; por ello requiere de mantenimiento y actualización constante.²⁰⁷

Las redes situadas fuera de Estados Unidos utilizan sufijos que indican el país, por ejemplo (.es) para España o (.ar) para Argentina (.mx) para México. Dentro de Estados Unidos, el sufijo anterior especifica el tipo de organización a que pertenece la red informática en cuestión, que por ejemplo, puede ser una institución educativa

(.edu), un centro militar (.mil), una oficina del Gobierno (.gob) o una organización sin ánimo de lucro (.org)²⁰⁸ entre otros.

El NIC México

En nuestro país el registro de nombre de dominio se hace ante el NIC (Network Information Center o Centro de Información de la Red) México, ubicada en la ciudad de Monterrey; existe en cada país un NIC local.²⁰⁹

El NIC México tiene a su cargo todo lo relacionado con nombres de dominio con apellido .mx. Cuando en una página se despliega el NIC, éste es responsable de lo que se ve en la pantalla. El NIC es el que informa a un proveedor si algún nombre de dominio esta ocupado o libre.

Al pensar que terminación de dominio queremos usar, es recomendable registrarlo con la terminación .mx, pues mientras más contenido mexicano exista en la red, mejor presencia tendremos dentro y fuera de las fronteras.²¹⁰

Los proveedores de servicios de registro cobran una renta por uno o dos años.²¹¹

Es independiente el nombre de dominio y terminación que se quiera elegir del proveedor de los servicios. Actualmente hay mas de 700 mil páginas mexicanas albergadas en la red pero la



206 de la Herrán José, Ob. cit. 2000. Pág.15.

207 Idem. Pág. 15.

208 Microsoft Encarta. Ob. cit.

209 Cota Luis. Ob. cit.

210 Idem.

211 Servicios de Internet www.compravirtula.com/servicios. Marco Montero, texto, documento Web, (2002)

mayoría están alojadas en el extranjero, por que ofrecen un mejor servicio que los proveedores mexicanos.²¹²

FORMAS DE OBTENER UN DOMINIO

Existen dos maneras de obtener un registro de dominio, el primero puede ser un Sitio Web corporativo, el segundo en el ordenador de un proveedor de servicios.²¹³

El Sitio Web corporativo dispondrá de directorios específicos para guardar los documentos *HTML*, e incluirá entre ellos los archivos que se desea alojar; el problema es que tus documentos no tendrán un acceso directo.

www.dominio.com.mx/subdominio (la ubicación del subdominio es el lugar en donde se alojarían los datos.)

Para llegar a la dirección de los datos que se pretende alojar, hay que colocar una diagonal y esto aunque no lo parezca retrasa el acceso a las páginas.²¹⁴

Es más recomendable publicarlas por medio de un proveedor de Internet, pues sólo se incluirán los propios archivos y en caso de suscitarse algún problema con el sitio es más fácil arreglarlo.

www.tudominio.com.mx²¹⁵



A banner for Bluehost web hosting. The top part is dark blue with the Bluehost logo and the text "Affordable, Reliable Web Hosting Solutions." Below that is a teal section with the text "Professional Web Hosting for \$6.95/month" and "Free Set-up • No Hidden Fees. Domain Included!". There is a photo of four people smiling. At the bottom right is a green button that says "Sign Up Now...". The bottom left corner has the text "HOSTING FEATURES".

EL WEB HOSTING

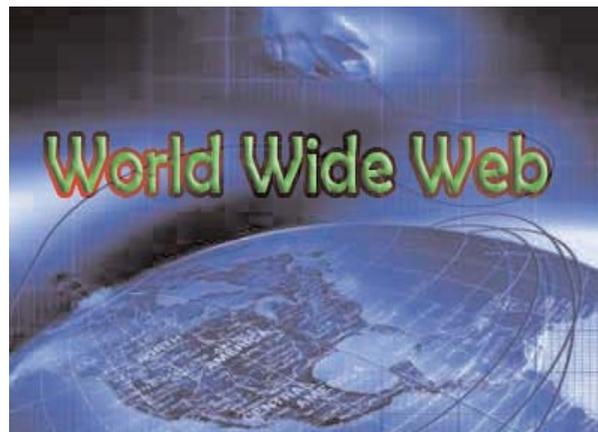
Un Proveedor de Recepción (HSP) es un servicio de aplicación dedicado al suministro de recepción.²¹⁶

Es el que nos permite alojar las páginas en la web por medio de espacio que se mide en megas o gigas.

Internet es un medio que no ha evolucionado solo; se ayuda de lo que hoy se conoce como la gran telaraña mundial, es decir la World Wide Web, para ellos a continuación se mencionan los aspectos más importantes de esta nueva forma de comunicación. Es decir las definiciones y características que posee la WWW, así como sus unidades fundamentales. Todo esto es necesario enunciarlo, pues es importante conocer los elementos que contiene este ambiente para poder contextualizar todo aquello que se requiere para diseñar un sitio de Internet.

3.1.3 LA WORLD WIDE WEB

DEFINICIÓN "Berners-Lee, la describió como una amplia "telaraña mundial" de asociaciones aleatorias entre piezas arbitrarias de información. El suizo desarrolló también una aplicación para construir



web



²¹² Cota Luis. Ob. cit.

²¹³ Idem.

²¹⁴ Idem.

²¹⁵ Idem.

²¹⁶ Enciclopedia sobre la Web. Ob. cit. Pág. 5.

Las Páginas Web como medio de comunicación por Internet

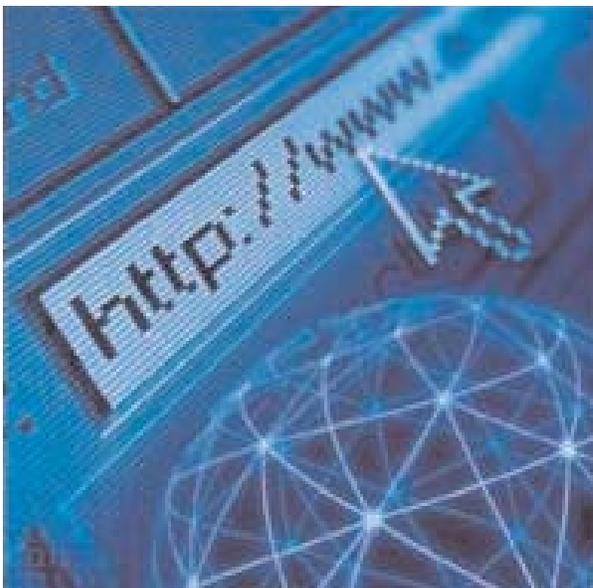
*estas asociaciones y navegar por ellas y lo bautizó como "enquire" dicha aplicación utilizaba enlaces de hipertexto entre información".*²¹⁷

La World Wide Web es "el colectivo formado por toda la información disponible en Internet que puede ser accedida o vista a través de un cliente Web."²¹⁸

CARACTERÍSTICAS

El ambiente Web ha basado su éxito en un diseño muy acertado de todos sus componentes, que, a partir de su relativa simplicidad, permite la construcción de sofisticados sistemas de información.

*"Está basado en un modelo cliente-servidor estricto, en el que los intercambios de información entre clientes y servidores se realizan a través de sencillas peticiones."*²¹⁹



A continuación presentamos los elementos que la World Wide Web posee para su funcionamiento:

<p>LOS SERVIDORES HTTP</p>	<p>Son el núcleo del sistema de distribución de información. En ellos reside la copia original de los documentos a distribuir, y los clientes tienen capacidad de recogerlos. Son capaces de manejar información multimedia. ."²²⁰</p>
<p>LA URL</p>	<p>Los clientes que acceden a un documento a través de su URL (Universal Resource Locator), que permite asignar una dirección a casi cualquier recurso disponible en Internet. Las URLs son muy similares al acceso a un documento en la estructura de directorios de un ordenador, salvo que contienen, además, la dirección Internet del ordenador que proporciona el documento.²²¹</p>
<p>LOS CLIENTES</p>	<p>Los clientes Web se encargan de recoger la información de los servidores, y mostrarla de la forma más conveniente. Se debe disponer de un cliente para cada entorno de trabajo. Sin embargo, como se expondrá más adelante las capacidades de los clientes Web van mucho más allá.²²²</p>

²¹⁷ Glenwright Jerry. *Ob. cit.* Pág. 12.

²¹⁸ Romero, Luis F. http://microsoft.com/windows/ie_intl/es/features.msp. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cantabria. 1999

²¹⁹ Romero Luis F. *Ob. cit.*

²²⁰ Romero Luis F. *Ibidem.*

²²¹ Romero Luis F. *Ibidem.*

²²² Romero Luis F. *Ibidem.*



Estas son características de uso para la World Wide Web: ²²³

Es muy fácil de utilizar, cualquier persona entiende su funcionamiento rápidamente.
Todo lo que se puede saber sobre la Web está en la propia Web. Esta es una frase que resume la filosofía de desarrollo del proyecto WWW. A través de un cliente Web se puede acceder a ayudas sobre su manejo, aprender más sobre ella, conocer cómo desarrollar nuevas páginas.
Por su flexibilidad, puede dar soporte a multitud de servicios diferentes, por lo que resulta interesante para empresas, centros de enseñanza, etc. A través de la Web se puede acceder a servicios comerciales y publicitarios, cursos y guías, bases de datos y otros.
Es muy fácil publicar nueva información, así como incorporar información en formato electrónico de la que se disponía previamente, para hacerla accesible a todo el mundo.
Está en continua evolución, y cada día sus capacidades de acceso y representación de información se vuelven más sofisticadas.
También sirve como soporte para las denominadas "Intranets", que son versiones reducidas de Internet para empresas, grupos de trabajo, etc., que utilizan la tecnología de publicación de la Web, para intercambiar información entre grupos de trabajo.

LA HISTORIA DE LA WORLD WIDE WEB

Nació en 1989 en Suiza, con el objetivo de mejorar el intercambio de documentos dentro de Internet convirtiéndose en el centro comercial más grande del mundo. ²²⁴

Ha sido la principal causa del espectacular crecimiento que Internet ha tenido en los últimos años, tanto en el número de usuarios como en el volumen de información disponible.

Tim Berners-Lee un programador y coordinador del CERN (Conseil European Pour la Recherche Nucleaire, laboratorio Europeo de Física de Partículas), tuvo la idea de enlazar la numerosas y diversas piezas de información dispersa en Internet, de tal manera que se pudieran referenciar de forma cruzada.

En un principio la red Internet era utilizada por los usuarios exclusivamente para intercambio de ficheros de texto, se comunicaban a través de correo electrónico o consultaban los primitivos tableros de anuncios llamados grupos de noticias. En aquellos años (como se ha mencionado ya) Internet era de uso exclusivo por el sector militar y académico. ²²⁵

A pesar de la idea de Tim, poco se reconoció su potencial y estuvo parada por más de una década hasta que en el año de 1992, Marc Andreessen, estudiante de postgrado en la Universidad Illinois en Urbana –Camping, se encontró con la excelente idea de Berners de la WWW y se maravilló, inmediatamente, entonces Andreessen reconoció cuál era el punto débil de la idea: la ausencia de un browser, también conocido como navegador, entonces se propuso a diseñar uno y resultó una interfaz– "point and clic, (apunta y haz clic)" que nombró como Mosaic fox X, este fue el primer navegador con una interfaz gráfica, hoy todavía puede descargarse de forma gratuita, (con una actualización adecuada por supuesto). ²²⁶

Andreessen configuró su navegador en una interfaz gráfica de usuario, para que fuera utilizado en los sistemas operativos de PC y Apple Macintosh, y lo puso en circulación de forma gratuita en la red, en un año Mosaic ya era utilizado por más de un millón de usuarios. ²²⁷

Así es como Internet ha evolucionado y las páginas sencillas se convirtieron en sitios sofisticados donde ahora se puede consultar toda clase de información.

web



²²³ Romero, Luis F. *Ob. cit.*

²²⁴ Microsoft Encarta. *Ob. cit.*

²²⁵ Glenwright Jerry. *www.layout .Cómo diseñar y componer sitios web.* 1ra. ed. Barcelona. Editorial Gustavo Gili S.A. de C.V. Pág.14.

²²⁶ *Idem.* Pág. 14.

²²⁷ *Idem.* Pág. 14.

Las Páginas Web como medio de comunicación por Internet

Dentro de la World Wide Web existen ininidad de Sitios sobre temas diversos, a partir de estos es que la WWW se mantiene en movimiento constante pues los usuarios que la visitan son más cada día y siempre están en busca de información vigente; a continuación se presenta la definición y características.

3.1.4 SITIO WEB²²⁸

DEFINICIÓN Es un conjunto de páginas Web referentes a un tema en particular.

Incluye una página inicial de bienvenida, generalmente denominada home page, con un nombre de dominio y dirección en Internet específicos.

Empleados por las instituciones públicas y privadas, organizaciones e individuos para comunicarse con el mundo entero. En el caso particular de las empresas, este mensaje tiene que ver con la oferta de sus bienes y servicios a través de Internet, y en general para eficientar sus funciones de mercadotecnia.²²⁹



CARACTERÍSTICAS

Un Sitio Web no necesariamente debe localizarse en el sistema de cómputo de un negocio. Los documentos que lo integran, pueden ubicarse en un

equipo en otra localidad, inclusive en otro país. El único requisito es que el ordenador en el que residan los documentos esté conectado a la Red mundial de Internet. Este equipo de cómputo o Servidor Web, como se le denomina técnicamente, puede contener más de un sitio Web (se pueden albergar hasta 300 dominios en un servidor) y atender concurrentemente a los visitantes de cada uno de los diferentes sitios.²³⁰

Al igual que los edificios, oficinas y casas, los Sitios Web requieren de una dirección particular para que los usuarios puedan acceder a la información contenida en ellos. Estas direcciones, o URL (por sus siglas en inglés Uniform Resource Locator), aparecen cotidianamente en todos los medios de comunicación como son prensa escrita, radio, televisión, revistas, publicaciones técnicas y en el propio Internet a través de los motores de búsqueda (por su denominación en inglés search engines). Los nombres de estos sitios Web obedecen a un sistema mundial de nomenclatura y están regidos por el ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers).²³¹

Así también, se requiere de que estén escritos en un lenguaje HTML, XML, SWF, entre otros y que contengan un Hostinn asignado para su hospedaje y que cualquier persona los pueda ver en la Red.

TIPOS

Existen Sitios de diferentes temas: de negocios, servicio, comercio electrónico en línea, imagen corporativa, entretenimiento, sitios informativos, entre otros. Estos documentos pueden ser utilizados por los gobiernos, instituciones educativas, instituciones públicas o privadas, empresas o cualquier otro tipo de asociación de manera personal.

²²⁸ Enciclopedia sobre la Web. Ob. cit.

²²⁹ Idem. Pág. 5.

²³⁰ Idem. Pág. 5.

²³¹ Idem. Pág. 5.



De entre ellos destacan los de productos comerciales, publicaciones electrónicas, ropa, comida, automotriz, compras por Internet, bienes raíces, arte, bancarios, pornografía, cine, telefonía, noticias, buscadores, viajes, animales, infantiles, entre muchas otras,²³² sin embargo en esta investigación sólo hará referencia a los Sitios dedicados a revistas, por ser ese el tema central de esta tesis.



Con la llegada de Internet las revistas han podido ampliar su campo de competición, actualmente existen tanto revistas que se editan en papel, como alguna que son exclusivamente online, ambas han lanzado su versión en este novedoso formato.²³³

Existen revistas que se publican en papel y que han elegido utilizar Internet para diferentes fines, algunas de ellas han lanzado lo que se denomina como "sitios web de suscriptores" con poco contenido y con el único objetivo de asegurar la suscripción para la edición en papel. Otros editores aprovechan este nuevo medio y ofrecen el contenido de las revistas, enriqueciendo así su experiencia en este nuevo soporte.²³⁴ Y también existe la posibilidad de aquellos que sólo dejan ver una parte de sus contenidos a fin de causar curiosidad por la publicación y sus contenidos, esto con el propósito de que se adquiera el *magazine* impreso.

Actualmente las revistas concursan en igualdad ya que éstas se presentan en una amplia diversidad de diseños, contenidos y tecnologías en formato Web, desde aquellas que ya cuentan con un prestigio, hasta fanzines que han evolucionado con su sitio web.²³⁵

Así entonces se ha abierto una gama de posibilidades y se descubren al mundo; artistas digitales, diseñadores, programadores y editores Internet; demostrándose con esto que "el arte del diseño como comunicación no ha sido engullido completamente por el entusiasmo de una nueva tecnología."²³⁶

Los comunicadores gráficos están ahora forjando una historia nueva en la edición de publicaciones y se enfrentan a los retos que la tecnología les ofrece como el estar actualizándose rápidamente, ya que este medio avanza con velocidad.²³⁷

"Los diseñadores están aprendiendo a pensar de forma diferente, a diseñar para un público en el tiempo real que selecciona lo que ve, tiene una paciencia limitada y recursos distintos, y reacciona a cambios en diseño y programación con una respuesta instantánea (feedback)". La puerta cerrada del diseñador de publicaciones tradicionales de repente se abre y le permite explorar nuevas formas de comunicación.²³⁸



A continuación se presenta la clasificación de las revistas digitales, así como su descripción:

web



82

²³² Glenwright Jerry. Ob. cit. Pág. 81.

²³³ Gill Matha. e-zines. *Diseño de revistas digitales*. Barcelona. Ediciones G. Gili, S.A. 2000. Pág. 6.

²³⁴ *Idem*. Pág. 6.

²³⁵ *Idem*. Pág. 6.

²³⁶ *Idem*. Pág. 7.

²³⁷ *Idem*. Pág. 7.

²³⁸ *Idem*. Pág. 7.

TIPO	DESCRIPCIÓN
NEGOCIOS	Ésta es una de las categorías que crece más rápidamente, comprende el área de información financiera y empresarial <i>"Las publicaciones digitales destinadas a empresas deben proporcionar la inspiración y las herramientas indispensables para el ejecutivo moderno. El amplio acceso a la Red y un conocimiento operativo de cuanto ocurre son primordiales para el éxito en los competitivos mercados de hoy en día."</i> ²³⁹ Algunos ejemplos son www.fastcompany.com , www.time.com y www.fortune.com
INFORMÁTICA Y DISEÑO	La información de la informática se da gratuitamente en la Red, pero la relacionada con diseño, mantiene sus sitios muy limitados, es decir que sólo se tiene acceso a ellos con suscripción. <i>"Con el tiempo, quizás revistas como Graphics y Communication Arts se den cuenta del gran potencial de tener una base de leales y de la oportunidad de atraer nuevos lectores a Internet y de desarrollar sus sitios web más allá"</i> . ²⁴⁰ Estos son algunos ejemplos: www.lunareclipse.com , www.fontsite.com , www.tricom.no.sabre y www.cybermanga.com
CONTRACULTURA	La cultura se ocupa desde lo alternativo, hasta lo último en programación los objetivos primordiales de la contracultura son: Compartir la información. Los efectos a largo alcance en grupos como <i>The Smoking Gun</i> o entrevistas de <i>La Spirale</i> con realizadores cinematográficos underground; esto hace evidente el gran número de activistas y contestatarios que pueden encontrarse, conectarse y organizarse en un innumerable multitud de sitios. ²⁴¹ Ejemplos: www.laspirale.org , www.urban75.com , www.thesmokinggun.com , y www.suck.com
CULTURA POPULAR	Los sitios dedicados a las culturas populares son de los más buscados y difundidos en Internet <i>"Estas revistas digitales proporcionan un examen concienzudo de la cultura popular y cibercultura en el momento en que entramos ya en la Era Interactiva."</i> ²⁴² Los ejemplos son: www.salon.com , www.feedmag.com y www.theonion.com
Ocio	El ocio es una de tantas actividades en la Red que comprende desde revista digitales que contiene vínculos a juegos, hasta listas completas de lo que se puede hacer en ciudades de todo el mundo. <i>"El activo medio de la Red permite a los internautas buscar reseñas de películas e información sobre ocio relacionadas con sus intereses específicos y encontrar una comunidad a su alrededor."</i> ²⁴³ Ejemplos: www.eonmagazine.com , www.timeout.com y www.pathfinder.com/ew
ESTILO DE VIDA	En estos sitios concurren revistas para preparar una boda, aprender un estilo de vida, encontrar un compañero, <i>"La mayoría de estos sitios anima la discusión en pequeños grupos, el intercambio de ideas y desarrollo de comunidades virtuales basados en preocupaciones comunes"</i> . ²⁴⁴ Algunos ejemplos son: www.oceandrive.com , www.wedingbells.com y www.swoon.com
AUTOEDICIÓN	Internet es considerado como una gran oportunidad para el acceso de cualquier persona que quiera exhibir alguna inquietud o información, es así que existen grupos pequeños. <i>"Las bajas barreras para acceder a la Red y el bajo costo de la edición online permiten que individuos y pequeños grupos generen imágenes y exhiban contenido accesible a millones de personas"</i> . ²⁴⁵ Ejemplos: www.etext.org/Zines/Millennium , www.intertext.com y www.10things.com

239 Gill Matha. Ob. cit. Pág. 9.
 240 Idem. Pág. 33.
 241 Idem. Pág. 67.
 242 Idem. Pág. 91.
 243 Idem. Pág. 122.
 244 Idem. Pág. 148.
 245 Idem. Pág. 166.

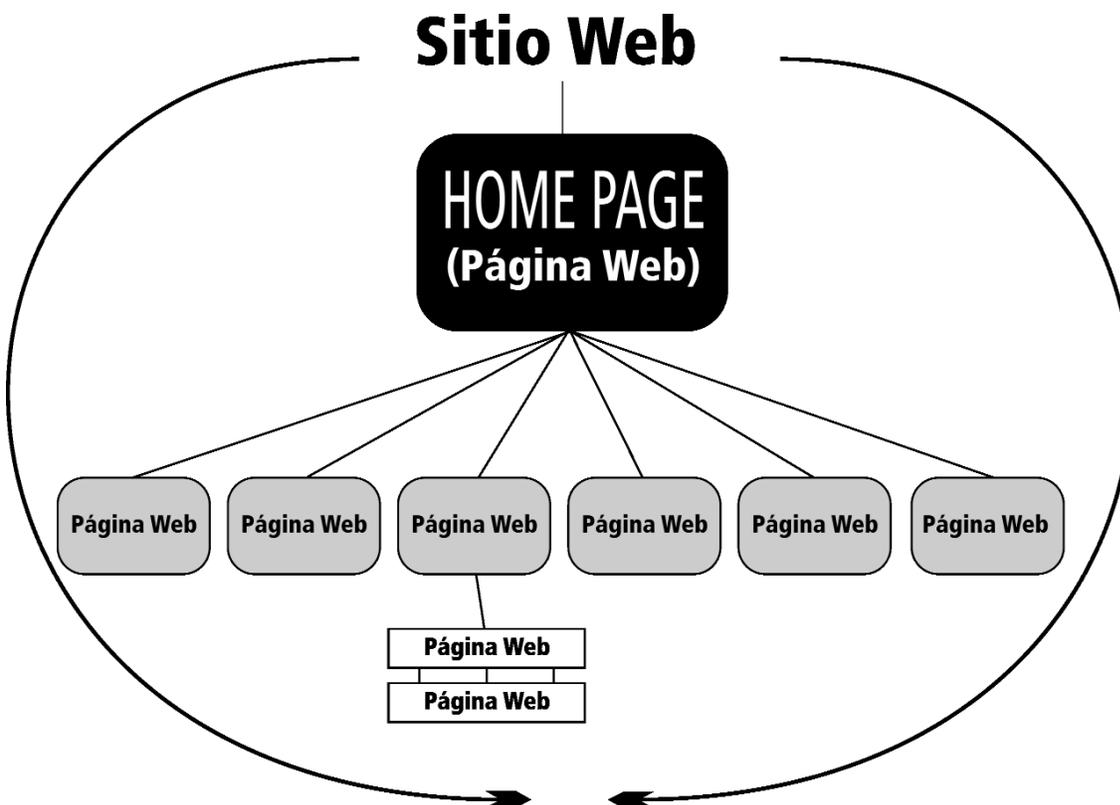
Ahora se enuncia la unidad de un sitio web, sus definiciones, características y tipos. Es así importante mencionar que un Sitio Web es el que contiene a las páginas web.

3.1.5 LA PÁGINA WEB

DEFINICIÓN Es la unidad básica del World Wide Web. Una página de Internet o página Web es un documento electrónico que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo, de tal forma que este documento pueda ser consultado por cualquier persona que se conecte a esta *Red* mundial de comunicaciones y que cuente con los permisos apropiados para hacerlo.²⁴⁶

CARACTERÍSTICAS

Una página Web tiene la característica peculiar de que el texto se combina con imágenes para hacer que el documento sea dinámico y permita que se puedan ejecutar diferentes acciones, una tras otra, a través de la selección de texto remarcado o de las imágenes, acción que nos puede conducir a otra sección dentro del documento, abrir otra página Web, iniciar un mensaje de correo electrónico o transportarnos a otro Sitio Web totalmente distinto a través de sus hipervínculos.²⁴⁷



web

²⁴⁶ Enciclopedia sobre la Web, Ob. cit. Pág. 5
²⁴⁷ Idem. Pág. 5.



ELEMENTOS CARACTERÍSTICOS DE LA PÁGINA WEB

A continuación se mencionan los elementos que conforma una página web:

LA CARPETA	Antes de comenzar a crear un sitio web es sumamente importante la asignación de una carpeta nueva y exclusiva para los archivos y elementos del sitio, y a su vez crear carpetas para cada página que se diseñe, a fin de encontrar más rápido los elementos que se inserten. ²⁴⁸
EL TEXTO	Es uno de los elementos más importantes para hacer una página, podríamos prescindir posiblemente de imágenes y animaciones pero jamás de texto, las páginas Web son necesariamente informativas, contiene un tema y éste se presenta en parámetros determinados por los objetivos. Una página que utiliza únicamente texto se puede visualizar de forma rápida. ²⁴⁹ Es importante definir un título distinto para cada página, con el fin de que el usuario identifique el tema de la página que está visualizando. Esto ayudará también al usuario en el momento de guardar varios documentos del sitio y así poder identificarlos. Como cualquier diseño de edición se puede hacer uso de texto plano, párrafos, cabeceras, negritas, cursivas, subrayados, alineación, diferentes tamaños de texto, diferentes fuentes tipográficas; pero limitados, aplicación de color en texto y, diversas herramientas que nos ofrecen los editores de páginas web. ²⁵⁰ Cuando se insertan los textos, es indispensable hacer uso de las tablas que contiene el programa (software). Una tabla se maneja por celdas y columnas éstas ayudan a tener un control al momento de incluir todos los elementos de la página (texto, imágenes, etc.), las tablas también ayudan a la hora de publicar las páginas en la <i>Red</i> , pues esto evita que los elementos sufran un desacomodo por no tener un sustento. ²⁵¹
LINK DE TEXTO	Es un enlace o nexo de unión clickeable, que aparece resaltado (generalmente en color azul) en un documento HTML, éste nos une con otros elementos, bien sean otros documentos, imágenes o archivos dentro o fuera del mismo site. ²⁵²
TABLAS	Las tablas son las estructuras más comúnmente utilizadas en las páginas web, son posiblemente la manera más clara de ordenar el texto, las imágenes y cualquier otro elemento dentro de la página. En una página web se pueden utilizar de muchas maneras, por ejemplo. ²⁵³ •Para incluir texto. •Para incluir imágenes •Para crear áreas de navegación. Una tabla está compuesta por celdas ordenadas en columnas. Las celdas forman columnas, la altura de cada celda se puede dividir si es necesario. ²⁵⁴ Las tablas tienen alrededor un borde que se puede dejar visible si se quiere o no, mismo que se puede variar en el grosor que se define mediante un valor numérico. Los elementos insertados en una tabla se pueden ajustar según sea necesario, existen una serie de etiquetas para ello, pero no se conocen lo suficiente como para modificarlas mediante el código HTML, se pueden cambiar los parámetros desde los editores de páginas web. ²⁵⁵
FONDOS	Existe la posibilidad dentro de una página web, insertar una imagen de fondo (background), si se requiere, pero hay que tener cuidado en el procedimiento, ya que como se ha dicho una imagen demasiado grande puede traer problemas al desplegarse la página, por ello es recomendable que una imagen pequeña se repita por toda la página, pero si lo que se requiere es incluir una imagen que no sea posible repetir, entonces se recurre al uso de programas para edición de imágenes como Photoshop; cuando se está creando un fondo es muy importante seleccionar colores e imágenes adecuadas para el fondo, a fin de que se aprecie tanto el fondo como los elementos que se encuentran arriba. ²⁵⁶

248 Hobbs Lilian. *Diseñar su propia Página Web*, 2ed., España, Macombo S.A. ,1999, Pág 183.

249 *Idem*. Pág. 18.

250 *Idem*. Pág. 37.

251 Cota Luis. *Ob. cit.*

252 *Ibidem*.

253 Hobbs Lilian. *Ob. cit.* Pág. 78.

254 *Idem*. Pág. 80.

255 *Idem*. Págs. 81 y 82.

256 *Idem*. Pág. 110.

IMÁGENES	<p>Las páginas Web que se han elaborado únicamente con texto, podrán desplegarse muy rápido, pero no resultan muy atractivas visualmente, por ello se sugiere agregar imágenes y gráficos, pero hay que tener mucho cuidado en su tamaño y en la cantidad de ellas, ya que incluir muchos elementos podría retardar el tiempo de visualización de toda la página.²⁵⁷ Es recomendable que las imágenes y los gráficos tengan una resolución de 72dpi, ya que para visualizarlos en pantalla no se requiere mucha resolución.²⁵⁸ Éstos suelen usarse como punto de salto hacia otras páginas Web, entonces estas sustituyen los enlaces de hipertexto, pero es mejor utilizar ambas, ya que algunos usuarios prefieren desconectar la carga de imágenes.²⁵⁹ Elegir entre una página principal atractiva por su diseño gráfico, pero descarga lenta o una lista de enlaces en formato de texto pero descarga ágil, tiene que ajustarse a un público diverso y de diferentes expectativas.²⁶⁰</p> <p>Las imágenes tienen muchas funciones dentro de una página Web: Para mostrar alguna escena o para dar información, como fondo, para gráficos, para un logotipo, como banner, como línea, como mapa de navegación o como formatos de los archivos.²⁶¹ Las extensiones que requieren los archivos de las imágenes son: .jpeg y .gif, refiriéndose exclusivamente a los editores con código <i>HTML</i>.²⁶² <i>GIF</i>. Los archivos .gif aunque están limitados a 256 colores, muestran en pantalla imágenes de buena calidad, no es muy aconsejable comprimirlos; son ideales para aquellas que no requieren mucha resolución.²⁶³ <i>JPEG</i>. El formato .jpeg utiliza millones de colores y se puede comprimir, por lo tanto sus imágenes ocupan un mínimo de espacio, tardan menos que los .gif en transferirse pero más en mostrarse en pantalla porque utilizan algoritmos de compresión más compleja. El formato .jpeg es ideal para imágenes en color de alta calidad.²⁶⁴</p>
LINK DE LA IMAGEN	<p>Éste también funciona como enlace o nexo de unión clickeable, pero ésta no aparece resaltada (cuando una imagen funciona como vínculo, el icono de una manita aparecerá sobre ella, esto también sucede con el texto de vínculo) en el documento <i>HTML</i>, ésta de igual forma nos une con otros elementos.²⁶⁵</p>
IMÁGENES TRANSPARENTES	<p>Los archivos transparentes de formato .gif, permiten realizar algunos efectos en las páginas Web, cuando la imagen se guarda como transparencia, con una herramienta de Adobe Photoshop, Corel, Photo-Paint, los colores seleccionados no se mostrarán en pantalla. Las imágenes transparentes son ideales para representar logotipos.²⁶⁶</p>
LAS IMÁGENES EN TABLAS	<p>Es recomendable como en el texto, insertar las imágenes dentro de una tabla, porque ésta proporciona los medios para colocar gráficos en una sola línea con suficiente espacio alrededor.²⁶⁷</p>
VÍNCULOS O ENLACES	<p>Un enlace es una zona de texto o gráficos que, si son seleccionados nos trasladan a otro documento de hipertexto o a otra posición dentro del documento actual. Siendo <i>HTML</i> el lenguaje de Internet, la diferencia que posee con respecto a otros tipos de hipertexto es que ese otro documento puede estar físicamente en la otra punta del planeta. Son los enlaces lo que hacen de la telaraña mundial o World Wide Web lo que es.²⁶⁸ <i>HTML</i> proporciona un mecanismo de anclaje hacia otras páginas: el vínculo o hipervínculo con el que se puede saltar a un punto determinado de la página, a otra página del sitio o, a otro cualquiera. El sitio que contenga más de una página deberá incluir hipervínculos. Estos generalmente se colocan en los encabezados, en botones, en textos, en listas con viñeta o en mapas de imágenes. Es recomendable que un sitio se componga de varias páginas, cada una es un documento <i>HTML</i> independiente, eso quiere decir que mientras menor sea la información de cada documento, más rápido se desplegaran las páginas porque así ocupan menos espacio; por lo que su mantenimiento será más sencillo.²⁶⁹</p>



257 Hobbs Lilian. *Ob. cit.* Pág. 95.
258 Cota Luis. *Ob. cit.*
259 Hobbs Lilian. *Ob. cit.* Pág. 121.
260 *Idem.* Pág. 101.
261 *Idem.* Pág. 95.
262 *Idem.* Pág. 96.
263 *Idem.* Pág. 96.
264 *Idem.* Pág. 96.
265 *Idem.* Pág. 102.
266 *Idem.* Pág. 105.
267 Documento Web. <http://alebrije/cursos/html/enlaces.html>. *Ob. cit.*
268 Cota Luis. *Idem.*
269 Hobbs Lilian. *Idem.* Pág. 121.

<p>MAPAS</p>	<p>Cuando se encuentran íconos en tira, en tabla o integrados en una imagen de forma libre y si los íconos se cargan como imágenes individuales entonces la página está utilizando mapa de imágenes. Se ha visto que se pueden hacer enlaces de texto y de imagen, pero también existe la posibilidad de tener varios vínculos dentro de una misma imagen (rectángulos, círculos, etc.), siendo cada una de ellas un enlace distinto.²⁷⁰ Los mapas de imagen aportan al sitio una visión general de los contenidos, la manera en que estos se presentan puede ser desde un diagrama jerárquico, hasta posibles planos geográficos, pero tiene ciertas limitaciones: •La primera es que un mapa sensible pesa más que el texto por contener muchas imágenes en él. •La segunda es que muchos usuarios prefieren desconectar la carga de imágenes y visualizar únicamente el Hipertexto; por ello es mejor utilizar en caso de incluir mapas ambos. •En ocasiones se vuelven complejos para el usuario, para esto es recomendable hacerlos de forma sencilla. •Los resultados pocas veces rentabilizan el resultado y el dinero invertido en su desarrollo. •Son elementos gráficos, por lo tanto cuando se decida añadir algún componente o modificar su diseño, se tendrá que dedicar el mismo tiempo que la vez anterior. Aunque los mapas de imágenes son visualmente muy atractivos, si se puede prescindir de ellos es mejor; a menos que el sitio así lo requiera (por ejemplo un conjunto de mapas y planos) porque en este caso resultan más eficientes e informativos.²⁷¹</p>
<p>FRAMES</p>	<p>Los frames o marcos permiten dividir la pantalla en diferentes áreas y mostrar en cada una su propia información, es importante definir desde un principio si el sitio web a diseñar las requiere. Estos son los parámetros que admiten: •Asignar un nombre distinto a cada frame para después poder referirnos a él. •Indicar la dirección del documento <i>HTML</i> que ocupará el marco •La opción de incluir barras de desplazamiento, para poderse mover por su contenido •Si se especifica el usuario no podrá variar el tamaño del frame. •Se tiene la opción de igualar el borde de todos los marcos a cero. •Se pueden cambiar los márgenes horizontales y verticales. Los Frames también sirven para crear una plantilla, en la que siempre se visualizará el mismo menú del sitio o cualquier información que se quiera incorporar siempre (como los banners).²⁷²</p>
<p>FORMULARIOS</p>	<p>Los formularios son muy útiles, pues incluirlos en un sitio resulta de mucha ayuda, es la forma más directa de mantener contacto con los usuarios. Esta son algunas aplicaciones típicas: •Encuestas. •Tablas de precios. •Pedido de un producto. •Búsqueda de una página Web. •Recopilación de información. Es más efectivo para una empresa incluir un formulario, que pedir al usuario enviar un e-mail, pues no tienen que pensar mucho, sólo responder las preguntas y oprimir el botón de envío. No ocupan mucho espacio y son fáciles de armar en un editor de páginas.²⁷³</p>
<p>HOME PAGE</p>	<p>Es la página principal de un sitio de Internet y funciona como un índice, es lo primero que se ve al entrar a una dirección URL. Cualquier sitio se organiza a partir de una página de inicio o home, es la presentación de entrada a un sistema de páginas web, es importante que las demás páginas del sitio tengan una liga a ella.²⁷⁴ La dirección URL conduce a esta página, por ello es muy importante elegir bien los componentes que se inserten en ella, pues de estos depende captar la atención del usuario. El home page es la página más visitada de un sitio y sirve como índice a otros documentos almacenados en él.²⁷⁵</p> <p>Por su gran visibilidad es el sitio perfecto para colocar un menú de enlaces, existen las listas de enlaces en formato HTML y los mapas de imágenes; incluir ambos es lo ideal pues hará que el sitio sea más sofisticado aunque hay que tener mucho cuidado en el manejo de imágenes, pues elaborar el mapa a un tamaño grande puede provocar que la imágenes tarden mucho tiempo en desplegarse y esto provocaría el abandono inmediato de los usuarios.²⁷⁶</p>

270 Hobbs Lillian. *Ob. cit.* Pág. 123.

271 Lynch Patrick J. *Ob. cit.* Pág. 45.

272 Documento Web. <http://alebrije/cursos/html/enlaces.html>. *Ob. cit.* Pág. 1.

273 Hobbs Lillian. *Ob. cit.* Pág. 143.

274 *Enciclopedia sobre la Web. Ob. cit.* Pág. 1.

275 Lynch Patrick J. *Principios de diseño básicos para la creación de sitios web.* México. Ediciones G. Gili, SA de CV, 2000. Pág. 36.

276 Hobbs Lillian. *Ob. cit.* Pág. 175.



Las páginas web están estructuradas bajo formas de programación, que en el siguiente apartado se muestra la forma en que interactúan con las Páginas Web.

TIPOS (El HTML)

DEFINICIÓN Las páginas Web están escritas en el código *HTML* (Hiper Text Markup Language), aunque en 1997 se estableció la versión más reciente, este lenguaje trata de mantenerse en desarrollo constante a fin de cubrir las demandas que Internet reclama, Java y Java Script, son lenguajes que también han alcanzado a ocupar una parte importante en la Web, estos códigos pueden incluirse en este tipo de documentos.²⁷⁷

HTML, no es un programa, es un sistema de escritura que se maneja a partir de etiquetas. Este lenguaje se basa en la sintaxis *SGML*, esto quiere decir que cualquier cosa que se escriba en el código *HTML* tendrá que cerrarse siempre entre dos etiquetas de la siguiente manera:²⁷⁸

`<ETIQUETA parámetros>...</ETIQUETA>`

CARACTERÍSTICAS

Una etiqueta es una instrucción contenida entre dos corchetes angulares `<HTML>` la inmensa mayoría de éstas contienen una etiqueta de cierre `</HTML>`, aunque hay ocasiones en que no es necesario cerrarla. Para indicar que el texto que estamos componiendo es un documento HTML lo indicamos así:²⁷⁹

`<HTML>...</HTML>`

Son tres las etiquetas que definen la estructura de esta forma de documento. La de tipo `<HTML>` es obligatoria y define el inicio y final de un documento,

en cambio `<HEAD>` y `<BODY>` son opcionales, pero es recomendable usarlas siempre, pues ayudan a definir una mejor estructura.²⁸⁰

Un documento como éste se puede crear con la ayuda de un editor de texto como el Block de notas o Word Pad, al guardar el documento se utiliza la extensión `.htm` o `.html`²⁸¹

*"Cuando se creó el código HTML se pensó que fuera portable al 100%, es decir, que pudiera ser llevado o visualizado independientemente del sistema operativo que gobernara el ordenador"*²⁸², esto se refiere a que una página creada en *HTML* desde una PC con Sistemas operativos distintos como *WINDOWS*, *UNIX* o *LINUX* puede ser leída en una *MAC* o a la inversa, creada desde una *MAC* y leída en *WINDOWS*, *UNIX* o *LINUX*.

Aunque este código sea en la actualidad la forma efectiva de crear una página web, el hecho de que no haya sido elaborado para ser atractivo lo hace tener sus limitantes, por ejemplo; no se pueden incluir sangrías tan fácilmente por que de intentar hacerlo el documento se desajusta, tiene un número muy limitado de fuentes tipográficas, quizá desde el ordenador se puede elegir una fuente que corresponda al diseño de la página, pero algún usuario que no tenga cargada la misma fuente lo verá de manera distinta, no existen muchas opciones del tamaño de la fuente, y tampoco es permitido separar el texto en guiones; es por eso que se han buscado otras opciones que faciliten este tipo de problemas. El código *XML* (Extender Markup Language) es más flexible que el código *HTML*, el problema con este nuevo código, es que si no se tiene una versión actualizada de Navegador (desde Explorer 5 y Netscape 7) es prácticamente imposible visualizar el sitio.²⁸³

web



²⁷⁷ Soria Ramón. *HTML 4*, 2da. ed. España, Alfaomega Grupo Editor S.A. de C.V., 2002. Pág. 15.

²⁷⁸ Carlos Chávez. *Curso de HTML*, Universidad Autónoma Metropolitana. Educación Continua. Enlaces, Base de datos, texto, documento Web, <http://alebrije/cursos/html/enlaces.html> (2002).

²⁷⁹ *Idem.*

²⁸⁰ *Idem.*

²⁸¹ *Idem.*

²⁸² Soria Ramón. *Ob. cit.* Pág.1.

²⁸³ Cota Luis. *Ob. cit.*

Actualmente existen programas para editar páginas sin necesidad de saber el código HTML, aunque no está de más aprenderse,²⁸⁴ Como es el caso de Flash de Macromedia

Por último enunciaremos los aspectos que la Multimedia nos ofrece, mismos que enriquecen un documento web.

3.1.6 MULTIMEDIA

En el capítulo 2 se mencionan, la definición, características y aplicaciones multimedia, a continuación se abordan los elementos que la componen:

Este apartado sobre multimedia también es un elemento de las páginas web, pero se le considera aquí un espacio especial por se éste una aspecto que comprende un número importante de factores a considerar.

Quizá el aspecto más fascinante de la tecnología informática es el hecho de poder combinar texto e imágenes, o sonido e imágenes en movimiento de diversas formas. El poder incluir animación y sonido a la red ha sido un proceso lento por el limitado ancho de banda que tiene, pero se ha ido solucionado poco a poco. Aunque se recomienda el uso de tecnología afianzada que funcione en la mayoría de los ordenadores de los posibles



usuarios, ya que una tecnología demasiado avanzada, pedirá adaptadores (plug-ins) y muchas veces el usuario prefiere abandonar el sitio para evitarse el proceso de irse a otra página para la instalación de dichos adaptadores o si se le pide a los usuarios potenciales que vayan a buscar en otro sitio la tecnología que se requiere para visualizar la página, se corre el riesgo de que ya no regresen; por ello es importante que si se requiere un plug-ing, se les de la facilidad desde el site de instalar directamente este adaptador.²⁸⁵

A continuación se enuncian las principales aplicaciones multimedia:



²⁸⁴ Hobbs Lilian. Ob. cit. Pág. 31.
²⁸⁵ Lynch Patrick J.. Ob. cit. Pág. 137.

SONIDO	Algunas palabras de bienvenida o música apropiada siempre hacen atractivas a un sitio de Internet, actualmente algunos sitios comerciales se están dando cuenta del enorme potencial de la comunicación mediante el sonido; por ejemplo para una entrevista, es más seguro que el usuario la escuche a que, si se incluye como texto la termine de leer. ²⁸⁶ Lo que se necesita para escuchar un archivo de sonido es una tarjeta de sonido, bocinas y un navegador configurado para reproducirlo, el formato más popular de sonido es .WAV y MP3 se puede guardar en el ordenador como cualquier otro archivo. ²⁸⁷
VIDEO	El video quizá sea la forma más desafiante y más atractiva de presentar contenidos multimedia en la red; las compañías de Televisión y las Cinematográficas se han dado cuenta de la importancia de emitir por Internet secuencias de promoción sobre sus series y/o de las últimas películas; incluso existen aficionados que semana a semana visitan estos sitios para ver, y si se puede descargar lo nuevo. Sin embargo sólo se incluyen secuencias de video cortas por las limitaciones del ancho de banda, un video contienen muchos datos y por lo tanto, ocupa mucho espacio. ²⁸⁸ La tecnología que se utiliza actualmente se llama <i>streaming</i> video esta soluciona el problema de dos formas: por un lado lleva a cabo una considerable compresión de los datos de vídeo, de manera que ocupen menos espacio y sean enviados con mayor rapidez, y por otro, los videos pueden ser reproducidos durante la transmisión del programa. ²⁸⁹ Esto quiere decir que se puede visualizar un programa de noticias (por ejemplo) al mismo tiempo que ocurre, sin necesidad de descargar al disco duro del usuario, existen softwers como Real Player o Quick Time que se pueden bajar gratuitamente de la red para ver los videos.
FORMATO MP3	El formato wav es quizá el más popular, pero no el más indicado para un sitio de Internet por el tamaño que ocupa. Actualmente se utiliza el formato MP3 <i>"Se trata de un proceso de compresión especial que elimina las frecuencias no audibles y permite una considerable reducción de los archivos de sonido y la consiguiente mejora de su transmisión en Internet."</i> ²⁹⁰ Una canción en este formato ocupa de 5 a 7 Mega bytes, mismo que en formato WAV ocupa aproximadamente unos 30 Mega bytes. Existen programas para editar los sonidos como <i>Soun Forge</i> , este programa tiene múltiples opciones para guardar los archivos en calidad alta, media o baja, lo más recomendable es guardarlo a un nivel medio para que el sonido tenga una calidad eficaz que no pese mucho. Para poder reproducir loas archivos en MP3 es necesario un reproductor especial que se pude adquirir de forma gratuita en Internet, como el WINAMP. ²⁹¹
JAVA	La introducción del lenguaje Java, se pude calificar como el mayor adelanto dentro de la web, desarrollado por el sistema Sun Microsystems, Java hizo que las páginas web, se convirtieran en documentos altamente interactivos. ²⁹² Java es un lenguaje que pude ejecutarse en cualquier navegador, siempre y cuando soporte este lenguaje. Existen tres elementos que se pueden crear al utilizar Java: Beans, aplicaciones y applets; pero sólo nos referiremos al último por ser el más utilizado. ²⁹³
LOS LENGUAJES SCRIPT	Un lenguaje script es un pequeño lenguaje de programación que se pude insertar dentro de un documento HTML. Este código se ejecuta en el navegador cuando se carga la página, o cuando se cambia a otra por medio de un link. Este tipo de lenguajes permiten modificar el contenido del comportamiento normal del navegador, pero solamente en el navegador de usuario no en la máquina donde se encuentra alojado el documento, por lo que el visitante no podrá modificar su base de datos. El primer lenguaje de script, fue Java Script versión de Netscape 2.0 <i>"El máximo rival de Netscape, el Internet Explorer de Microsoft comenzó a soportar este lenguaje en su versión 3.0, fue también entonces cuando introdujo el único rival serio que el Java Script ha tenido en el mercado en lenguajes de Script. El VBScript, basado en lenguajes BASIC, no ha tenido suficiente difusión en Internet, debido a la previa implantación del Java Script"</i> . ²⁹⁴ JAVA SRIPT. Es un lenguaje de programación que se puede insertar dentro de un documento HTML que no necesita ninguna licencia para ser usado, las versiones recientes de Netscape y Explorer soportan este lenguaje. <i>"se puede incluir directamente en HTML usando la etiqueta <SCRIPT>Al procesarse el código HTML se procesan e interpretan simultáneamente los comandos de Java Script"</i> ²⁹⁵ Java Script no es tan potente como Java, pero también se utiliza mucho en las páginas web. Es muy útil cuando una página web tiene muchos archivos, porque es muy fácil que algunos se pierdan o se olvide cargarlos con la página. <i>"Con Java Script las instrucciones están incluidas en el documento HTML, lo que permite manejarlas fácilmente y es casi imposible que se pierdan."</i> ²⁹⁶
APPLETS	Un applet creado en Java es un programa posible de integrar en un documento HTML, Sirven para dar animación a una o varias imagágenes. Generalmente son programas cortos que se pueden cargar de forma sencilla. Existen softwere gratuitos en la red para crear un applet común, pero si se busca algo más exclusivo, entonces se tendrá que pagar al proveedor de estos. ²⁹⁷ Los programas Java no requieren ningún procedimiento especial para su instalación y es fácil cargar la última versión. Estos son algunos sitios de Internet donde se pueden conseguir applets de Javas: ²⁹⁸ <ul style="list-style-type: none"> •http://java.sun.com/applets/index.html •http://www.developer.com/directores/pages/dir.java.html •http:// www.jars.com ó http:// javaboutique.internet.com.

web



²⁸⁶ Hobbs Lilian. *Ob. cit.* Pág.157.

²⁸⁷ *Idem.* Pág.159.

²⁸⁸ *Idem.* Pág. 163.

²⁸⁹ de la Herrán José, *Ob. cit.* 2002,p.163.

²⁹⁰ Hobbs Lilian. *Ob. cit.* Pág. 163.

²⁹¹ *Idem.* Pág. 163.

²⁹² St. Pierre, Armand. *Java y la world wide web. Guía práctica programación.* México, Editorial Trillas S.A. de C.V. 2000 Pág. 12.

²⁹³ Hobbs Lilian. *Ibidem.* Pág.168.

²⁹⁴ *Curso de HTML, Lenguajes de Script*, texto, documento Web,<http://alebrije/cursos/html/enlaces.html> (2002).

²⁹⁵ Hobbs Lilian. *Ob. cit.* Pág.175.

²⁹⁶ *Idem.* Pág.175.

²⁹⁷ *Idem.* Pág.169.

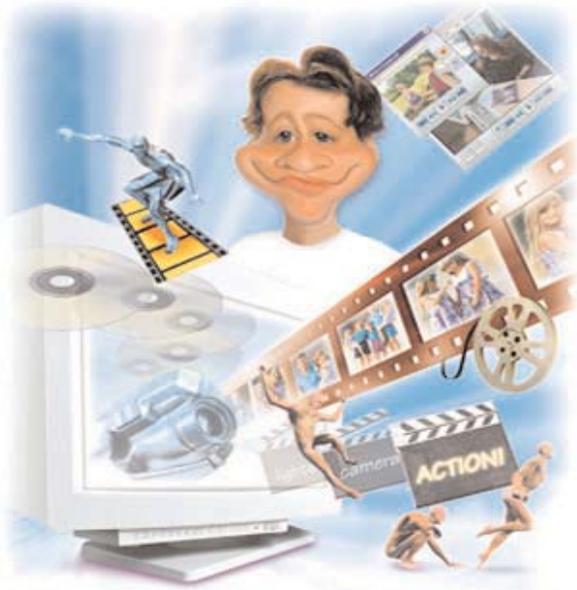
²⁹⁸ *Idem.* Pág.171.

Las Páginas Web como medio de comunicación por Internet

Se recomienda no exceder el uso de las aplicaciones anteriores, ya que vale más un diseño funcional, a uno que presente vistosos elementos multimedia y que nos desvíe de los propósitos que el Sitio tiene.

Por otra parte si se decide usar algún adaptador, es recomendable que se anexe algún *link* (en el home de nuestro Site) que nos conduzca a la página de donde podemos extraer la instalación para que se despliegue sin problema alguno. Esto con el fin de que los usuarios obtengan de forma rápida los requerimientos que le estamos pidiendo tenga para visualizar el Sitio de Internet.

El siguiente capítulo explica los principios de diseño básicos para la construcción de un *sitio web*, así como la forma en que se deben recopilar textos, imágenes, sonido y video.



En este sentido cuando una site está hecho en formato swf (en *Flash*, programa de Macromedia), es ahora más común que los espectadores del ciberespacio utilicen este adaptador, pues hoy día es muy recurrente que los elaboradores de páginas web utilicen este recurso para diseñar .

Capítulo IV

El siguiente capítulo se divide en dos partes, la primera incluye los componentes que son importantes reflexionar para la realización de un Sitio de Internet como son: equipo de trabajo, objetivos de construcción, tipo de visitante, tecnología, contenidos, costos, especificaciones de diseño, marketing, mantenimiento, rastreo y organización de la información. La segunda parte está compuesta por las consideraciones generales de diseño que se requieren para desarrollar el Sitio, luego entonces, se presentan los siguientes: diseño de la página, tipografía, estilo editorial, gráficos para web, color y multimedia.

4.1 REQUISITOS PREVIOS

Antes de comenzar la construcción de un Site se sugiere establecer cuáles personas integrarán el equipo de trabajo. No es recomendable que solamente un diseñador se haga cargo de todo el trabajo en la construcción de una interfaz, pues hay aspectos de programación, contenido y tecnología que desconoce y es más eficaz que estén a cargo de estas personas que conocen bien dichas áreas que son importantes al momento de construir un Web Site.



EL EQUIPO DE TRABAJO

Es necesario definir un equipo de trabajo para establecer cuáles son los elementos que se quieren integrar.

Generalmente en el desarrollo de un Sitio web participan diversas personas como escritores, diseñadores gráficos, programadores y un comité responsable, todos ellos llevan el proyecto en el desarrollo y conclusión. Cada uno desempeña una tarea específica en la construcción, algunos se encargan de la escritura o corrección de textos, sondeo acerca de los posibles visitantes, monitoreo a los hipervínculos o elementos de programación y formularios; sin duda todos aquellos que participan son de gran utilidad en la construcción, pero el papel del diseñador es fun-

damental en la creación y desarrollo, pues se encarga de incluir todos aquellos elementos que se recopilaron antes de comenzar el proceso, es decir que es quien le dará la forma visual al sitio de Internet.²⁹⁹

A continuación se enuncian las funciones de cada uno:

ESCRITOR. Es aquel que elabora los contenidos del *Site*, su labor específica es delimitar la información; es decir que está comprometido a escribir la información que solamente sea necesaria para comunicar lo que el usuario de diseño desea transmitir al espectador-visitante; también se encarga de la corrección de estilo.

DISEÑADOR GRÁFICO. Son aquellos que tienen la función de cuidar los contenidos editoriales en cuanto al diseño, esto incluye intervenir en cómo se debe organizar la información, mantener los momentos interactivos en estructura lógica, y establecer los elementos que visualmente sean funcionales, creativos y comunicativos, que se utilicen en el Site; así como establecer: las tipografías, los colores, tamaños de imagen, animaciones que ayudarán a la propuesta para que el sitio web sea exitoso.

PROGRAMADOR (WEBMASTER). Es el encargado de aplicar los lenguajes de programación que necesita el sitio, para darle un sentido lógico a la estructura; también es aquel que verifica el funcionamiento ordenado y es el encargado de establecer las ligas entre las páginas. Éste debe tener conocimientos del lenguaje de programación como: Sistema operativo (UNIX), de lenguaje HTML y CGY (Computer Graphic Interface) así como desarrollar el funcionamiento de formularios de texto entre otros aspectos.

COMITÉ RESPONSABLE. Éste generalmente está compuesto por gente que integra la organización para quien se va a crear el Web Site. Es importante que participen porque son los conocedores especialistas en la información como usuarios de diseño. Su función es enriquecer el trabajo de los demás para no equivocarse los caminos al momento de cada proceso en la creación del mismo.

- Es importante en el desarrollo que todo el equipo de trabajo identifique otros sitios que abordan los mismos temas, a fin de obtener observaciones que ayuden al momento de asentar los objetivos del Sitio a desarrollar.

- Posteriormente cada integrante del equipo dará sus puntos de vista a partir de lo que se ha indagado.
- Finalmente el equipo de trabajo definirá los elementos que identificarán al Sitio.³⁰⁰

A continuación se presentan, según Lynch Patrick y Sarah Horton, especialista en el tema, los principios básicos (estos sólo se aplican en el diseño web) que un diseño de Sitios de Internet debe seguir para su construcción, si cada uno de ellos se lleva a cabo con cuidado y medida es muy posible que se tenga un producto de éxito y que los objetivos planteados se realicen.

4.2 DEFINICIÓN Y PLANEACIÓN

El proceso de construcción es importante, pues en base a él; a seguir cada paso, se puede obtener un Sitio que cubra las demandas del Usuario de Diseño. *"Pensar antes de actuar y asegurar que se tiene el respaldo de la organización, el presupuesto y los recursos humanos necesarios para convertir el proyecto en un triunfo".*³⁰¹

Plantear. Para qué tipo de producto es el Site y cuáles son los propósitos y metas a alcanzar.

Objetivos. Se deben plantear los objetivos antes de decidir el contenido del Sitio, pues sin ellos posiblemente se comenzará a equivocarse en lo que se quiere conseguir cuando el producto comunicativo esté terminado recordando qué es lo que se va a difundir y los logros y fines que se desean alcanzar.

"El primer paso en la construcción de un Sitio web es definir los objetivos. Sin una mención clara de los propósitos y objetivos, el proyecto

Elementos para el desarrollo y construcción de la Interfaz

empezará a divagar, a atrancarse, o puede incluso provocar un rendimiento decreciente, alejándose de las intenciones iniciales".³⁰²

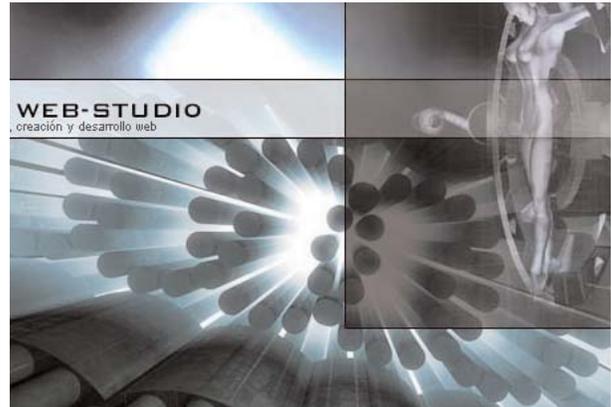
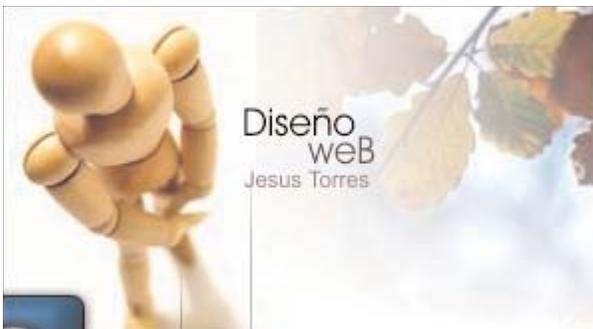
Se tomarán en cuenta los siguientes puntos:

- Cuál es el propósito de la organización
- De qué modo el sitio web apoyará este propósito
- Objetivos a mediano y largo plazo
- Tiempo dedicado al diseño
- Tiempo dedicado a la construcción y evaluación
- Mantenimiento del sitio

"Construir sitios web no es un proyecto puntual donde se colocan contenidos estáticos, sino un proceso que continúa en el tiempo".³⁰³

Establecer. *"una cuidadosa planificación y un claro juicio de las finalidades son las claves del éxito en la construcción de una web, especialmente si se va a ser integrante del equipo".³⁰⁴*

Por ello no se debe escatimar el tiempo necesario que tomará definir estos aspectos, generalmente se ansía en comenzar a trabajar en la elaboración, para ver rápidos resultados, pero se debe tomar el tiempo necesario para establecer bien los objetivos a fin de quedar satisfechos con el trabajo final.



La identificación clara de los objetivos será la base de la construcción del Sitio web.³⁰⁵

"Una declaración con las estratégicas específicas acerca de cómo se va a edificar, cuál será el tiempo dedicado al diseño, a la construcción y a la evaluación; y con las medidas cuantitativas y cualitativas específicas para la posterior evaluación de su puesta en marcha".³⁰⁶

Costos

Estos son los aspectos de costos a considerar para un Site:³⁰⁷

- Información que se incluirá (sus características, funciones)
- Tipo de público
- Encodificación y organización
- Contratación de registro de dominio y web hosting
- Desarrollo y diseño del Sitio web
- Apoyo y consulta técnica
- Desarrollo de base de datos
- Estudios de mercado para la web
- Personal de apoyo a largo y mediano plazo (editor, web mater)
- Mantenimiento
- Derechos de autor

302 Lynch, Patrick J. Ob. cit. Pág. 1.
 303 Idem. Pág. 1.
 304 Idem. Pág. 1.
 305 Idem. Pág. 1.
 306 Idem. Pág. 1.
 307 Idem. Pág. 6.

4.3 REQUERIMIENTOS DE TECNOLOGÍA

Se deben plantear de inicio los *requerimientos de tecnología* para visualizar el web site. Esta definición estará en función del visitante, pues se pueden hacer manejos impresionantes de tecnología pero quizá el usuario meta no lo podrá

visualizar en las páginas. Por otra parte únicamente se recomienda usar el tipo de tecnología de la cual se tiene conocimiento previo, analizar en este sentido qué es lo mejor según la experiencia del programador y diseñador.³⁰⁸

SISTEMAS OPERATIVOS Y NAVEGADORES	Sistemas operativos: Windows, MAC OSX, UNIX. Navegadores: Netscape Navigator, Internet Explorer, Mozilla y Safari.
ANCHO DE BANDA	El ancho de banda que un usuario podrá utilizar: Conexiones estándar Dial up Lian dial Enlace dedicado Módem estándar 56Kbp
CONTACTO	Cómo contactará el usuario a la organización que es propietaria de el sitio: Por formulario de llenado, por correo electrónico y a qué mail.
CONTENIDOS AUDIOVISUALES	Producciones de audio y video.
SERVIDOR WEB	Con qué proveedor de servicios de Internet (ISP Internet Service Provider) se contratará Nombres disponibles para el dominio. suempresa.com ó suempresa.com.mx.
ADQUISICIÓN DE WEB HOSTING	Qué ancho de banda.
UTILIZACIÓN DE HARDWARE Y SOFTWARE	Qué tipo de máquinas se utilizarán para la construcción del sitio, plataforma y programas.
ESTADÍSTICAS DE VISITANTES	El site deberá poseer un contador para registrar el número de visitantes que accesan a él.
COMPONENTES DE PROGRAMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Scrips de Java (applets) • Tablas y programación de base de datos o motores de búsqueda diseñados y funcionales, formularios, etc.

4.4 CONOCER AL VISITANTE

Es necesario tener *identificados a los que serán los visitantes potenciales del Sitio web, para poder estructurar el diseño en función de sus expectativas y necesidades.*³⁰⁹

El interés y las necesidades del usuario varían dependiendo si es un usuario ocasional o un experto.

INTERNAUTAS	Es aquel que se desliza por la <i>Red</i> de manera cotidiana. En este caso la página principal deberá ser como una portada de revista; tentadora con una mezcla de gráficos e información acerca del contenido de la web. ³¹⁰
USUARIOS OCASIONALES	Este tipo de usuario requiere un acceso fácil, una entrada cuidadosa y estructurada. <i>"los usuarios ocasionales prefieren páginas que aporten una visión general de conjunto, mapas jerárquicos y elementos gráficos o iconos que puedan retener con facilidad"</i> . ³¹¹
USUARIOS EXPERTOS	Este tipo de usuarios desean obtener información segura y de manera rápida. El usuario que es experto resulta impaciente frente a menús que ofrecen pocas opciones. Son aquellos que tienen en mente objetivos específicos cuando consultan la web, les gustan los menús de texto detallados y formularios de búsqueda ágiles y bien diseñados que permitan una consulta rápida. El diseñador debe tener en cuenta cada uno de los diferentes usuarios que existen, pero cabe señalar que a medida en que Internet se ha convertido en una herramienta de negocios, el número de navegantes ocasionales es menor, pues es sorprendente la gran familiaridad que ya se tiene con este medio. ³¹²
USUARIOS INTERNACIONALES	Es importante recordar que se está diseñando para la telaraña más grande del mundo la <i>www</i> (World Wide Web) y que no hay que descartar tener usuarios de alguna otra parte del mundo, por eso es importante que una vez que se concluya la mayor parte del desarrollo del sitio se piense en poner por lo menos en otro idioma, hay que evitar utilizar abreviaturas de fechas y no olvidar poner en algún lugar la procedencia de la página. ³¹³

309 Lynch, Patrick J. *Ob. cit.* Pág. 2.

310 *Idem.* Pág. 2.

311 *Idem.* Pág. 2.

312 *Idem.* Pág. 3.

313 *Idem.* Pág. 3.

4.5 ORGANIZAR LA INFORMACIÓN

El escritor y el Comité responsable tendrán que definir la organización de los contenidos y determinar el número de páginas que tendrá el Site a fin de cumplir los objetivos.³¹⁴

Se realizarán pruebas de navegación para verificar que la organización de los contenidos sean adecuadas y coherentes para la navegación de los usuarios.³¹⁵



4.6 MANTENIMIENTO

Es importante que una vez que se ha construido el sitio, no se abandone. Los aspectos funcionales y estéticos de la web requieren atención y mantenimiento de forma continua, con más razón si existe un equipo responsable de actualizar y revisar los contenidos, *"Alguien debe responsabilizarse de coordinar e investigar las nuevas aportaciones de contenido, del mantenimiento de los estándares gráficos y editoriales y de asegurarse de que los enlaces y la programación de todas las páginas sigan funcionando"*.³¹⁶

En este caso los responsables de esta tarea serán el diseñador y el programador, por su conocimiento previo de la reestructuración y manipulación de los aspectos visuales y de programación, respectivamente.

En ocasiones los enlaces (links) son perecederos lo cual nos obliga a revisarlos periódicamente.

Al momento de captar un público cautivo, no se debe perder, si se deja el Sitio en el olvido, se defraudará seguramente al visitante y será muy difícil volver a recuperarlo.³¹⁷



4.7 MARKETING

En una empresa o corporación es necesario que existan campañas y programas de comunicación que apoyen la difusión de su producto, como: despleables, artículos promocionales, CD rom, etc. La dirección URL también deberá formar parte de la difusión, la correspondencia y los elementos de marketing generados colateralmente.³¹⁸

Si el Sitio web es para un público no solamente local, además de dar de alta el Site en los principales buscadores, se tendrá que publicar en lugares de negocios y residentes locales donde se pueda localizar con facilidad.³¹⁹

También existe la opción de negociar con otros sitios promoción cruzada, es decir un convenio en el que cada Site anuncie la dirección URL de la otra empresa o corporación.

A continuación se enlistan los lugares posibles en donde puede aparecer la dirección URL de la página principal o home de un web Site.³²⁰

Elementos para el desarrollo y construcción de la Interfaz

- Anuncios en papel
- Anuncios en radio y televisión
- Puntos y zonas muy concurridas que tengan que ver con la organización, o en bibliotecas locales, escuelas o lugares de encuentro apropiados
- Campañas de correo
- Tarjetas
- Papelería
- Catálogos y envoltorios
- Correspondencia y pedidos
- Publicaciones y materiales de promoción
- Lanzamientos en prensa
- Carteles y vallas publicitarias



- A cuántas páginas acceden
- Cuáles son las páginas más visitadas
- Las versiones de navegadores más utilizadas
- Información acerca de la zona geográfica desde la que accesan los usuarios

La utilidad de estos datos dependerá del servidor y de las personas encargadas del mantenimiento. Si se lleva a cabo, éste puede ayudar en gran medida a una evaluación de un Sitio web. Un registro será más útil si se archiva la información de un período determinado para hacer un análisis a largo plazo.³²²



4.8 RASTREO

Resulta muy útil que cuando se diseñe el Sitio, se considere colocar algunos tipos de registro sobre los visitantes, esto nos permitirá por ejemplo saber la cantidad de ellos que accesa al Site. El análisis de estos datos pueden resultar muy interesantes sobre la popularidad que hasta ese momento se ha tenido. Estos son algunos datos que podemos obtener en el rastreo.³²¹

- La cantidad de visitantes que acceden en un tiempo determinado

A continuación se presentan los aspectos necesarios para el diseño gráfico de la Interfaz; es decir, qué se abordará, cómo el diseño se debe centrar en el usuario, cómo organizar la información, cuál es la estructura del sitio, así como la jerarquía visual, las consistencia en el estilo, las dimensiones del formato (página), diagramación, composición, tipografía, gráficos y multimedia; todo ellos en su aplicación a la *Web*.

³²¹ Lynch, Patrick J. *Ob. cit.* Pág. 9.
³²² *Idem.* Pág. 9.



Una vez establecidos los aspectos anteriores, se puede centrar en los elementos que se requieren para el diseño gráfico de un Web Site. El diseño de una interfaz es un reto para el diseñador; ya que es un medio que no permanece a lo estático, por lo cual habrá que considerar minuciosamente el uso de cada una de las partes que enriquece este tipo de producto gráfico, pues a diferencia de otras formas de diseño las aplicaciones para monitor y navegador no son estáticas y manejan un lenguaje propio, por ello se invita a seguir paso a paso las siguientes recomendaciones.

4.9 DISEÑO DE LA INTERFAZ

DEFINICIÓN. El usuario de un documento web, no solamente busca información, sino que espera tener interactividad novedosa y atractiva con un Site. *"la Interfaz Gráfica de Usuario (Gui: Graphic Uses Interface) en un sistema informático que incorpora: ágiles metáforas para la interacción del ordenador, características visuales detalladas de cada uno de los elementos de la interfaz gráfica y las secuencia funcional de interacciones en el tiempo que proporciona singularidad y apariencia especiales de los sitios web con sus relaciones de enlaces en hipertexto".*³²³ Los gráficos son un aspecto fundamental en la experiencia que tiene un usuario con un Sitio. En cualquier documento interactivo es imposible que se separe el diseño gráfico de la definición y construcción de cualquier interfaz.³²⁴

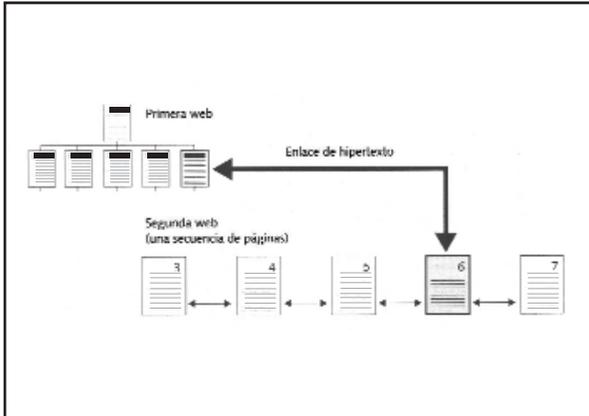
CARACTERÍSTICAS. Es importante destacar que los documentos web no se han creado de la nada, existen a partir de fundamentos estrictos que se relacionan con las reglas que el diseño editorial posee, de hecho es precisamente su precedente. *"A pesar de que la red de documentos hipermedia interactivos plantea nuevos retos a los di-*

*señadores, la mayoría de los requerimientos que se necesitan para diseñar, montar, editar y organizar múltiples elementos en distintos formatos no son radicalmente distintos de los que utilizamos en la práctica actual del medio impreso."*³²⁵

Es recurrente que la mayoría de los documentos para Internet se adapten a las convenciones de estilo editorial, es por ello necesario al realizar un diseño de interfaz, no perderse demasiado en lo novedoso de las páginas web, pues de ser así se corre el riesgo de apartar al usuario del mensaje y los objetivos que se desean transmitir.³²⁶

Fundamentalmente en lo que se diferencian las páginas web de los libros y algún otro documento editorial es que en la web se recurren permanentemente a los enlaces de hipertexto. *"Así una página web deberá tener mucho más autonomía que las páginas de un libro convencional. Esto significa que, generalmente, sus encabezamientos y pies de página deberán ser más informativos y elaborados que en las páginas impresas".*³²⁷ De preferencia habrá que repetir algunos datos importantes en cada enlace pues podría ser que únicamente el usuario visite una sola página.³²⁸

Elementos para el desarrollo y construcción de la Interfaz



La mejor manera para la creación de un sitio web es aplicar los principios básicos de diseño para cada una de las páginas que se generen.

"Los elementos básicos de un documento no son complicados y no tienen nada que ver con la tecnología de Internet".³²⁹

Para la construcción de un Sitio es necesario que se consideren los siguientes aspectos.

• **IDENTIFICACIÓN DEL EMISOR**

¿Quién está hablando? Es necesario facilitar al visitante el nombre de quién ha creado la página, se trate de un autor individual o de alguna organización.³³⁰

• **INFORMACIÓN JERARQUIZADA POR IMPORTANCIA**

Cualquier documento para web requiere de titulares, este elemento es crucial pues es lo primero que los navegadores despliegan al bajar un documento web, cuando existen páginas con muchos elementos gráficos, el título de la página puede ser lo único que el usuario vea durante algunos segundos, mientras las imágenes se descargan. El título debe ser de referencia inmediata, a lo que se está presentando al visitante.³³¹

• **CADUCIDAD**

Fijar el tiempo en un documento, cualquiera que éste sea, es muy importante, y un documento web no es la excepción, es necesario publicarlo con fecha de aparición y modificarla cada vez que se actualice.³³²

• **ORÍGEN Y PROCEDIMIENTO**

La web es un lugar inmenso que registra una cantidad enorme de Sitios, en un momento se puede estar visitando alguna página de Estados Illinois- Unidos, y en otro una de Sydney- Australia y sin embargo no identificar el lugar de procedencia, por ello es importante informar al visitante, el país y estado de origen, pues esto permitirá al visitante contextualizar la información que en ese momento está consultando.³³³

Aunque en la actualidad la mayoría de los navegadores tiene la opción de registrar automáticamente la dirección electrónica que se está consultando al momento de imprimir, muchos visitantes no tienen activa esta opción, por ello es importante no olvidar incluir ésta en las páginas, pues en caso de ser impreso el documento, el visitante podrá guardar la procedencia del documento, y sabrá donde consultarlo en alguna otra ocasión.³³⁴

Es entonces que todo documento web requiere de:³³⁵

- Título informativo
- La identidad del creador (autor o institución)
- La fecha de actualización
- Un enlace en cada página a la principal
- La dirección URL en páginas más importantes del Site

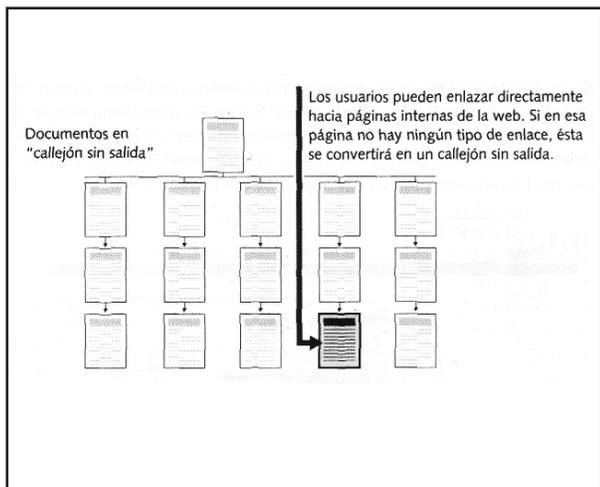
329 Lynch, Patrick J. Ob. cit. Pág. 12.
 330 Idem. Pág. 12.
 331 Idem. Pág. 12.
 332 Idem. Pág. 13.
 333 Idem. Pág. 13.
 334 Idem. Pág. 13.
 335 Idem. Pág. 13.



4.10 EL DISEÑO SE CENTRA EN EL USUARIO

La interfaz debe proporcionar al usuario todas las facilidades para poder controlar sin ningún impedimento los vínculos de un Sitio, hoy en día el visitante espera un nivel alto en el diseño. " *El objetivo es satisfacer las necesidades de todo usuario potencial, adaptando la tecnología web a sus expectativas, sin imponer nunca al usuario una interfaz que obstaculice sus intenciones.* " ³³⁶

La página de inicio es la que agiliza o entorpece la búsqueda de cualquier usuario, cuando se utiliza un menú con un exceso de texto se corre el riesgo de que el visitante abandone la búsqueda y por consiguiente el Sitio.



Los siguientes aspectos también son importantes considerarlos al momento de diseñar la interfaz: ³³⁷

<p>AYUDAS CLARAS DE NAVEGACIÓN</p>	<p>El uso de Internet se desarrolla a partir de la interacción del usuario con los enlaces de hipertexto, el problema es que en ocasiones la pérdida de sentido de orientación sobre la información de la organización en el Sitio se hace confusa, por ello se deben incluir iconos consistentes que sean claros, gráficos de identidad en cada página o índices que proporcionen al usuario la confianza de encontrar, sin perder mucho tiempo, lo que buscan. "El usuario siempre debe poder retornar a la página de inicio y a otras que sean igualmente importantes, por ello es esencial colocar botones en todas las páginas que se enlacen con ellas". ³³⁸ Los botones ayudan a facilitar la búsqueda, cada botón irá marcado con un texto que ayude al usuario a identificar fácilmente a donde se enlazará si lo selecciona, además los botones también ayudan a crear la imagen gráfica del Sitio.</p>
<p>PÁGINA EN CALLEJÓN SIN SALIDA</p>	<p>Todas las páginas web deberán contener por lo menos un botón de enlace, las páginas sin salida, es decir sin ningún enlace, pueden causar frustración a los visitantes y esto ocasionará que el Sitio sea abandonado y la pérdida de oportunidad de atraer al internauta hacia otras páginas. ³³⁹</p>

<p>EL ANCHO DE BANDA</p>	<p>Es importante recordar que el usuario no está dispuesto a esperarnos por mucho tiempo, esto quiere decir que no podemos obligarlo a que aguarde a que se despliegue en su pantalla impactantes animaciones o mapas de sensibilidad grandes que requieran de una larga espera. Al momento de planear el diseño de la interfaz es importante considerar que <i>"se han realizado investigaciones que demuestran que el acceso de frustración está alrededor de los 10 segundos y que un usuario promedio tiene un equipo estándar que utiliza una conexión vía telefónica que navega a una velocidad de 28.8 de Kbps"</i>.³⁴⁰</p>
<p>SIMPLICIDAD Y CONSISTENCIA</p>	<p>La interfaz debe tener un carácter sencillo, familiar y lógico, hay que recordar que no se trata de colocar toda la información que encontremos, sino todo lo contrario hay que simplificar los contenidos que sean siempre interesantes y útiles para el visitante. <i>"Para una máxima funcionalidad y legibilidad, el diseño del Sitio web y cada una de las páginas debería estar construido basándose en un sólido patrón de unidades modulares que compartirán una misma retícula base y los mismos temas gráficos, convenciones editoriales y jerarquías de organización."</i>³⁴¹ Si se ubica al usuario en un contexto de diseño, mismo que encontrará en las siguientes páginas, le resultará mas sencillo navegar por el Sitio.</p>
<p>UN DISEÑO DE INTERFAZ ÍNTEGRO Y ESTABLE</p>	<p><i>"Para convencer al usuario de que lo que se le ofrece es fiable y adecuado, es preciso cuidar el diseño de la web igual que lo haría en cualquier otro tipo de soporte; utilizar los mismos niveles de calidad en el diseño y los contenidos editoriales."</i>³⁴² La estabilidad de un Sitio se refiere a mantener desde un inicio el cuidado de cada aspecto que conformará el Sitio, es decir desde que se inicia el diseño y su proceso así como un buen funcionamiento a través del tiempo.</p>
<p>DIÁLOGO CON EL USUARIO Y RETROALIMENTACIÓN</p>	<p>Es necesario contemplar dentro del Sitio un espacio que permita al usuario cualquier demanda o comentario respecto al contenido o diseño del Sitio y no olvidar que cualquiera de éstos tendrá que ser contestado de inmediato por la persona que esté a cargo del monitoreo.³⁴³</p>
<p>CONSIDERACIONES EN LA VISUALIZACIÓN</p>	<p>Todo creador de un Sitio de Internet quisiera que sus páginas se cargaran en la última versión de los buscadores, pero la realidad es que no todos los visitantes tiene un equipo que soporte las actualizaciones de los softweres existentes para Internet.</p> <p>La mayoría de los realizadores web cuentan con un equipo superior al de el usuario promedio, por ello es importante no diseñar para la máquina en que se está trabajando, sino para alguna otra que ofrezca menores condiciones. <i>"Los diseños web deberán se verificados en pantallas pequeñas de 640X480 pixeles y en pantallas con paletas de 256 colores. Es importante considerar que también existen usuarios que prefieren descargar los gráficos para que las páginas se desplieguen más rápido, es por esto que también se debe verificar como se verá la página desactivando las imágenes."</i>³⁴⁴</p>

340 Lynch,Patrick J. Ob. cit. Pág. 19.

341 Idem. Pág. 16.

342 Idem. Pág. 16.

343 Idem. Pág. 17.

344 Idem. Pág. 18.

LOS CONTENIDOS

Aunque la *Red* se destaca por su capacidad de mostrar productos multimedia, que nos presenta un sin número de ejemplos magníficos en su utilización de color, imágenes, animaciones, videos sonido, entre otros; no debemos perder de vista que lo más importante es el texto, componente que sirve *"para proporcionar la información deseada al usuario, la mayoría de los gestores web, se esfuerzan por presentarla adecuadamente"*.³⁴⁵

En la Web existen toda clase de textos, desde historias personales, novelas, tesis universitarias y de doctorados, publicidad de productos; eso de que *una imagen dice más que mil palabras* en la WWW no se aplica, porque una imagen detallada tardaría mucho tiempo en desplegarse en pantalla.

"Las imágenes son una fuente inagotable de recursos para todo diseñador web, pero de momento, y en un futuro inmediato, las palabras seguirán prevaleciendo a las imágenes".³⁴⁶



Todo Sitio de Internet deberá poseer fundamentos sólidos y lógicos de la organización con contenidos básicos, precisos, atractivos y bien escritos. La información se debe presentar en párrafos cortos, pues esta comprobado que el lector aprecia siempre los pedazos de información que pueden ser localizados y visualizados de forma rápida. *"El paso más importante de la planificación de un Sitio web es organizar la información. Pensar cuidadosamente acerca de qué es lo que se quiere decir y cómo se quiere decir significa la inmersión en el conocimiento del tipo de contenidos con los que se trabaja."*³⁴⁷

En la red es importante organizar la información de manera jerárquica, la mayoría de los Sitos comienzan con un plano general de la organización que usualmente se presenta en el home o página de inicio, hasta colocar la información complementaria en páginas de submenús y contenidos. *"Los fragmentos deberán clasificarse según su importancia y estar organizados mediante las relaciones que se establecen entre unidades, Una vez determinado un conjunto lógico de prioridades, se puede edificar la jerarquía desde los conceptos más importantes o generales hasta los temas más específicos o detallados."*³⁴⁸

Una vez que se ha determinado como se distribuirá la información dentro de las páginas, se deben hacer pruebas para comprobar la relación que hay con el menú y entre una u otra página. *"El fin está en conseguir una gradación de menús y páginas que un usuario medio perciba como natural, y que no confunda o interfiera con el uso que haga del Sitio"*.³⁴⁹



Elementos para el desarrollo y construcción de la Interfaz

Estos son los factores a considerar al momento de organizar los contenidos.

Existen pocos usuarios que permanecen mucho tiempo leyendo largos párrafos, si se encuentran con esto es probable que lo guarden en el disco duro o que lo impriman.³⁵⁰

Párrafos moderados de información permiten utilizar de forma más inmediata los enlaces y dar mayor actividad al uso de sitio. *"El usuario de un enlace web espera encontrar al otro lado una unidad específica y relevante de información, no un volumen parecido a un libro entero. Pero que no caiga tampoco en la extrema subdivisión de los contenidos, o emergerá la frustración por parte del usuario."* Se considera que la dimensión máxima para una correcta partición de la información no deberá exceder a una o dos páginas impresas en papel.³⁵¹

Utilizar la información en fragmentos puede ayudar a organizarla y exponerla de manera uniforme.³⁵²

El texto fragmentado encaja mejor en la pantalla pues hay que recordar que ésta no abarca espacios grandes para visualizar documentos amplios. *"El concepto de trocear la información debe ser flexible y consistente, con sentido común con una organización lógica y conveniente. Deja que la naturaleza de los contenidos sea la que sugiera cómo deben subdividirse y estructurarse."*³⁵³

También hay que considerar que a veces tiene sentido proporcionar la información como documentos largos, pues a pesar de que es preferible que los textos sean cortos en ocasiones un documento es imposible de dividir por su contenido, especialmente si se tiene previsto que el usuario muy probablemente lo necesite en una sola partida para imprimirlo con facilidad.³⁵⁴

4.11 ESTRUCTURA DEL SITIO

Una vez que se ha definido cuál será la información y el orden, se debe determinar la estructura del Sitio, como ya se mencionó todo Sitio de Internet requiere del uso de hipertexto y también de una arquitectura fundamental que nos permitirá conducir la interfaz de navegación.³⁵⁵

Patrick J. Lynch enlista cuatro maneras fundamentales de estructurar un Sitio web:

POR SECUENCIAS. Se considera como la forma más sencilla de organizar una información. Se colocan en orden secuencial muy parecido a una cronología, con una serie lógica en sus temas desde lo más general hasta lo más específico. La estructura en secuencia se considera muy adecuada para sitios de formación, educativos o para aquellos en donde el usuario debe atravesar contenidos específicos para no perder la secuencia lógica con que ha sido organizada la información.³⁵⁶

POR RETÍCULAS. Es una manera aconsejable para organizar manuales de procedimientos, listados sobre algún curso o descripciones médicas. En esta estructura se manejan unidades individuales es decir que la retícula deberá compartir una serie de temas y subtemas muy uniformes, haciendo que la estructura sea comprensible para el público. Los temas en este tipo de estructura, no presentan ningún tipo de jerarquía de importancia especial, por ejemplo en un sitio de tipo médico puede hacer referencia a diferentes tipos de padecimientos como es el caso de la tuberculosis y la hepatitis y ambas tendrán una importancia significativa y compartir una estructura igual de subtemas, La desventaja en este tipo de retícula es que puede ser complicada en su interpretación, por ello sólo es considerable utilizarlas si el tipo de usuario es experimentado con respecto del tema que se trata y a la RED.³⁵⁷

POR JERARQUÍAS. Es la mejor forma para organizar los sitios con contenido complejo. Éste encaja de manera oportuna en la construcción de cualquier sitio web pues está organizado a partir de un página de inicio, este tipo de estructuras son muy comunes en compañías e instituciones. El diseñador tendrá que considerar un sitio con esta característica que sólo funcionará si el material de contenido está bien organizado.³⁵⁸

POR TELARAÑAS. Las estructuras que se organizan en forma de telaraña tienen pocas restricciones para el usuario en el manejo de la información. Este tipo de estructura presenta al usuario un flujo libre de las ideas y permite seguir sus propios intereses. Este modelo se produce a partir de un número grande de enlaces y utiliza al máximo su poder de vinculación. Así mismo pueden ser los menos apropiados para un sitio web pues presentan en ocasiones confusión en lo que se quiere mostrar al usuario.³⁵⁹

350 Lynch, Patrick J. Ob. cit. Pág. 24.

351 Idem. Pág. 24.

352 Idem. Pág. 25.

353 Idem. Pág. 25.

354 Idem. Pág. 25.

355 Idem. Pág. 27.

356 Idem. Pág. 28.

357 Idem. Pág. 28.

358 Idem. Pág. 29.

359 Idem. Pág. 29.



El siguiente apartado trata sobre la composición de las Páginas Web. Determina que distribución se utilizará en todo el Sitio, esto ayudará en gran medida a que el internauta no tenga que ajustar su visión en cada página, sino muy al contrario, si se establece una retícula para todas las páginas, el visitante se ambientará con el formato que se le ofrece.

4.12 DISEÑO DE LA PÁGINA

DEFINICIÓN. El diseño web debería ser como en cualquier otra área ya que las directrices de lo que podemos definir como un buen diseño se aplica de la misma manera al ciberespacio. Es así que el diseño de páginas web es *"un inmenso catálogo virtual de artilugios para animaciones, sonidos, imágenes, textos y colores"*³⁶⁰ Es *"La organización espacial de texto y gráficos en una Web; gracias a su impacto visual puede implicar al usuario, puede dirigir su atención, priorizar la información a la que se enfrenta y hacer que la interacción con la Web sea mucho más amena y eficaz"*³⁶¹ *"el diseño gráfico genera una lógica visual y persigue un óptimo balance entre estímulo visual y formación gráfica. Sin el impacto visual de las formas, el color y el contraste, las páginas pueden convertirse en aburridas y no motivar al usuario"*³⁶² Es importante enfatizar que el excesivo uso del texto, sin un contraste y descansos visuales será difícil de leer sobre todo en aquellas pantallas que tienen una baja resolución en monitores.



Es por ello que se recomienda buscar el justo equilibrio entre todos los componentes a fin de mantener al usuario no solamente en una visita sino para que en ocasiones posteriores regrese.

En este sentido el equilibrio que se busca es propio de las restricciones que el *HTML* tiene y las condiciones que están contempladas tendrán los equipos de los visitantes del Sitio a diseñar.³⁶³

Al momento de establecer las condiciones de diseño hay que tener en cuenta que en los Sitios de Internet se debe poseer una continuidad visual, esto quiere decir que al momento de entrar de una página a otra, es necesario mantener una misma línea en el diseño del Site.



CARACTERÍSTICAS

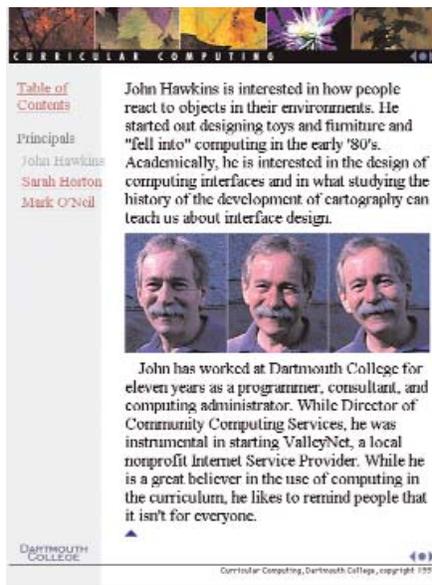
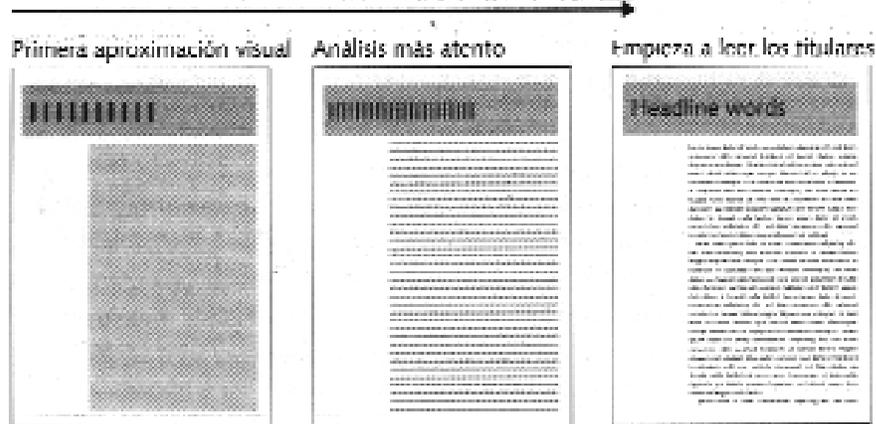
Al momento de diseñar una interfaz se deben incluir los siguientes aspectos.³⁶⁴

- **JERARQUÍA VISUAL**

Esto se refiere a organizar los contenidos de manera lógica y previsible *"El diseño gráfico es básicamente la gestión visual de la información utilizando herramientas como la composición tipográfica y la ilustración, para guiar el ojo del*

lector a través de la página"³⁶⁵ En un orden jerárquico el lector al visualizar una página primero observa una mancha en donde están inmersos colores y formas, posteriormente comienza a escoger entre el texto, las imágenes y al último comienza a analizar la información que se le presenta³⁶⁶ "A la hora de establecer el diseño de página para una web, es importante tener en cuenta las intenciones generales de la web como globalidad, naturaleza de los contenidos y, lo más importante, expectativas de los usuarios"³⁶⁷

Visualización en el tiempo de la estructura de una página



• **CONSISTENCIA**

Como en cualquier otro diseño, se debe establecer una retícula base y un estilo para los textos y elementos gráficos, estos parámetros se mantendrán a lo largo de todas las páginas a fin de mantener un ritmo en el Site. "La repetición no es aburrida, sino que aporta a la web una fuerte identidad gráfica que genera y refuerza la sensación de estar en un lugar memorable y diferenciado"³⁶⁸ Esta consistencia permitirá al visitante familiarizarse de manera rápida con la forma en que está organizado el Site y le proporcionará una confianza al momento de localizar la información y control en la navegación.

Un aspecto que ayuda a establecer consistencia en un Sitio es el uso de una cabecera que aparezca desde la página principal y continúe a lo largo de todo el site.³⁶⁹

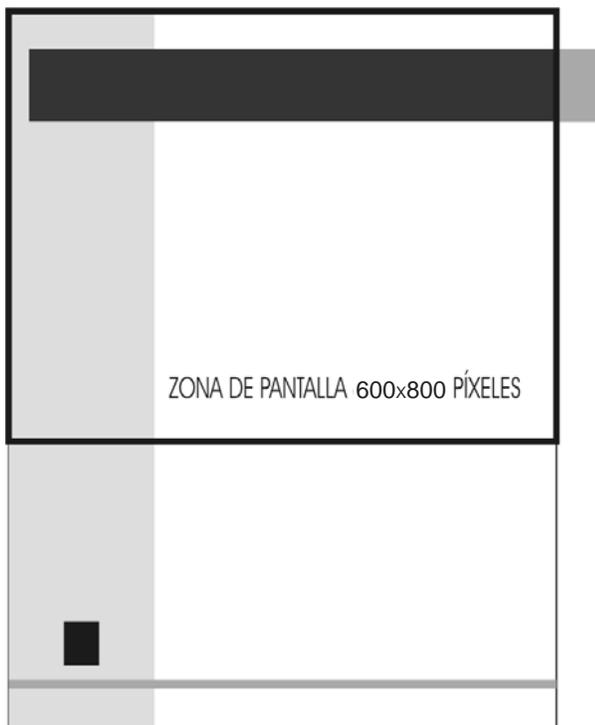
365 Lynch, Patrick J. Ob. cit. Pág. 53.
 366 Idem. Pág. 53.
 367 Idem. Pág. 55.
 368 Idem. Pág. 56.
 369 Idem. Pág. 56.

• FORMATO

Como hemos mencionado el formato audiovisual es muy peculiar, ya que se debe en su totalidad a las pantalla, aspecto que en todo momento al diseñar se debe tener en cuenta para no equivocar los espacios visibles en el monitor.

4.13 DIMENSIONES DE LA PÁGINA

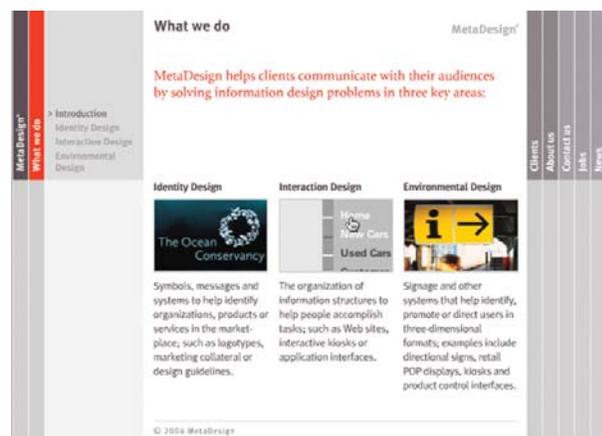
DEFINICIÓN. La forma particular de una página de Internet es que a diferencia de los impresos tradicionales ésta cambia en su presentación, es decir que el formato es la pantalla del monitor y no un papel.³⁷⁰ *"Uno de los errores más frecuentes en el diseño web es prolongar el ancho de los elementos gráficos más allá de la zona visible a través de un monitor de catorce o quince pulgadas, que es el que poseen la mayor parte de los usuarios"*³⁷¹



CARACTERÍSTICAS

Los elementos gráficos de una página web se establecen a partir de:

- El tamaño de pantalla que se usa frecuentemente es el de 600x800 píxeles (y del ancho del tamaño en papel que se usa a la hora de imprimir una página web).³⁷² La medida estándar del uso de monitor es de 35 a 36 centímetros. Si un Sitio rebasa estos parámetros se causará una molestia al usuario, ya que en sí es incómodo utilizar la barra de desplazamiento en dirección vertical; desplazarse en forma horizontal lo es aún más.³⁷³
- También es importante considerar en las dimensiones de la página; que la formación siempre debe ser a favor de poder imprimir en tamaño carta, ya que algunos usuarios prefieren el impreso para tener una lectura más cómoda; y si la composición es demasiado ancha seguramente se perderán algunas palabras de cada una de las líneas de texto en el margen derecho.³⁷⁴

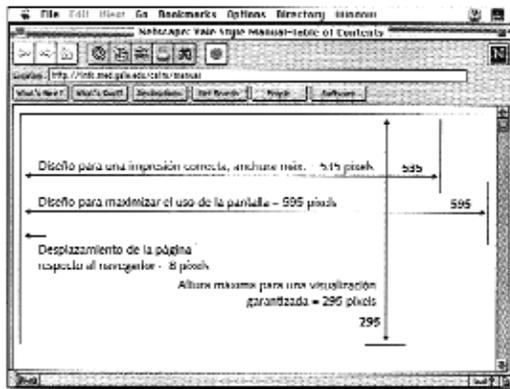


APLICACIONES

A continuación se presentan las dimensiones de zonas seguras para la impresión y visualización de las páginas.³⁷⁵

Dimensiones de la zona segura para diseños que faciliten la impresión en papel y que maximicen el uso del espacio en pantalla:

Ancho = 535 píxeles
 Altura = 295 píxeles



Es importante recordar que al momento de imprimir una página, siempre se perderán 2 cm del margen derecho de la página.³⁷⁶

En caso de que una página requiera de una longitud mas larga se debe procurar que los botones de menú no queden fuera de la vista del usuario.³⁷⁷ Algunas veces el hecho de que una página sea más larga también puede traer beneficios, pues en ocasiones la información que se publica es demasiada porque así se requiere y distribuir dicha información en otras páginas causará al lector interrupción en su lectura.³⁷⁸

4.14 RETÍCULAS

DEFINICIÓN. "Es la consistencia y previsibilidad de todo sistema de información bien diseñado"³⁷⁹.

Estructura base para elaborar cualquier objeto de diseño.³⁸⁰

CARACTERÍSTICAS

El objetivo primario de ésta es crear el orden del caos. La retícula ayuda al consumidor a encontrar el material en el lugar esperado siempre, por ejemplo, cuando se explora rápidamente un diario y se localiza la información relevante. Este objetivo es para que los proyectos que tienen descomposición por naturaleza, obtengan un orden. Estos factores forzan al diseñador a pensar constructivamente, en una manera estructurada.

No se debería considerar la retícula como una camisa de fuerza sino como una ayuda a la legibilidad, reconocimiento y entendimiento. Si el texto o el arte rechazan encajar en la retícula, entonces ésta no cumplen con su trabajo. No se debe obligar a una retícula encajar en algo ya diseñado, sino se diseña la retícula y el material se justifica a partir de ella.

La diagramación debe ser hecha para satisfacer las necesidades del cliente, es decir que una proporción significativa del trabajo de diseño es hecho a partir de las retículas, ya que requiere de una labor experta y exige toda la habilidad de atención y conocimiento. Diseñadores experimentados por lo tanto gastan y pasan una cantidad significativa de tiempo ajustando sus retículas, porque ellos saben que el esfuerzo será más que reembolsado y el tiempo ahorrado será mayor al momento de terminar un proyecto.

Además esta herramienta es indispensable para la legibilidad de un trabajo terminado. De todos los instrumentos disponibles para la comunicación gráfi-

375 Lynch, Patrick J. Ob. cit. Pág. 58.
 376 Idem. Pág. 58.
 377 Idem. Pág. 60.
 378 Idem. Pág. 60.
 379 Idem. Pág. 62.
 380 Jute, André. *Retícula: la estructura del diseño gráfico*. Editorial Rotovisión. Switzerland. 1996. Pág. 15



ca, ninguno es más poderoso que la retícula pues ésta ayuda a presentar un concepto de manera profesional.

APLICACIÓN

El diseñador nunca trabaja en un vacío. La retícula es un instrumento profesional de objetividad en la estética aplicada, y sus objetivos prácticos se dividen en tres clases.

- posibilidad de repetición
- composición
- comunicación

COMPOSICIÓN

El diseñador gráfico está capacitado para apreciar preceptos compositivos, cada día aplica principios y reglas, que puede modificar por su experiencia adquirida, pero sin el cuidado de una retícula las formas dispuestas para cada diseño no tendrían sentido.

La diagramación incorpora la sabiduría compositiva a un formato. No se debe pensar que ésta nos limita en aspectos rígidos sino al contrario, hace que la flexibilidad sea justificable y que varíen con precisión la iniciativa y el gusto. Arreglar el tamaño, forma y equilibrio de elementos, proporciona el énfasis correcto al objeto.

COMUNICACIÓN

Como hemos dicho el objetivo del diseño gráfico es comunicar un mensaje que sea intencionado por quien escribió el texto, o el usuario de diseño. Es decir que la personalidad del diseñador nunca debería ser visible.

La retícula es una pantalla entre el lector y el diseñador que ayuda a evitar los pequeños factores de distracción que puedan afectar al consumidor a recibir el mensaje. La retícula elimina la pizca de variaciones ociosas que podrían simplemente interponerse entre el lector y el mensaje.

Los aspectos positivos comunicativos de la retícula son que los lectores pueden:

- Confiar en el diseñador para dirigirlos a elementos importantes como el compositivo, la variación de tipografía y la disposición sobre el espacio.
- La retícula no es simplemente un dispositivo que se use en un determinado lugar, ni está atada a una lengua específica. Como esto pertenece a la estructura misma de comunicación, su uso universal.

Posibilidad de repetición

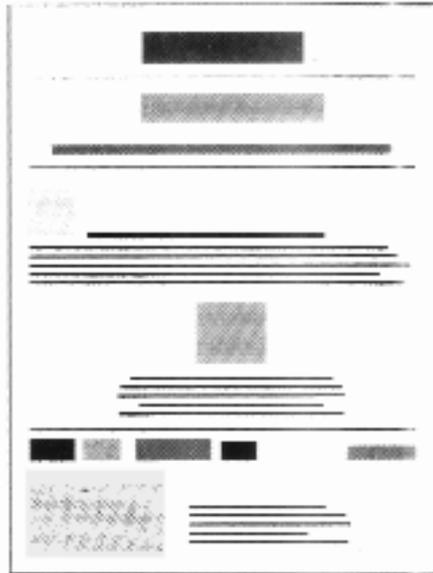
Si cada vez que se hace una nueva página (en el caso de diseño editorial) se tuviera siempre que sacar los márgenes, columnas y líneas de fondo para colocar el texto y la imágenes, el trabajo se haría muy extenso y pesado.

La posibilidad de repetición nos ayuda a hacer páginas similares en diseños de multipágina, es decir que se respeta la misma estructura para todo el objeto de diseño, y así mantener unidad en el mismo.

RETÍCULAS DE DISEÑO PARA PÁGINAS WEB

Así como en las publicaciones impresas en papel requieren de una retícula de diseño, los documentos web no son la excepción, ya que éstas contribuyen a que las páginas esten ordenadas,

para que los elementos insertos en las páginas web no generen un revoltijo visual confuso.



Una composición de página débil, sin jerarquía visual



Una composición más equilibrada

Aunque no existe una retícula estándar para la web, si es posible establecer aquella que se adecue al de tipo Site que se quiere obtener, esto dependerá de los elementos a integrar en el mismo.³⁸¹ En primer lugar la retícula deberá estructurarse en forma jerárquica a fin de mantener una distribución que permita al usuario encontrar cada elemento de manera fácil y rápida, "Sin una fuerte retícula de composición subyacente, la composición de las páginas de tu proyecto fluctuará según las dediciones del momento, y el diseño web como globalidad, parecerá confuso e incompleto".³⁸²

La creación de la retícula se hará a partir del uso de tablas, proporcionadas por el programa y todas las medidas serán en píxeles.³⁸³

A continuación se presentan en orden jerárquico los elementos a considerar en la retícula para un *Web Site*:

- Espacio superior para encabezamiento, nombre de la web
- Título de la página
- Enlace de la página principal
- Columna lateral izquierda: este espacio incluirá enlaces.
- Margen
- Una columna principal derecha para incluir el contenido y gráficos

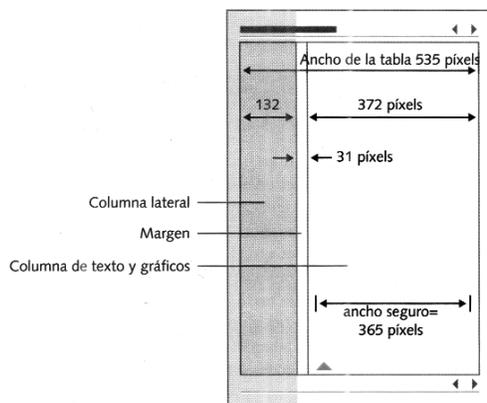
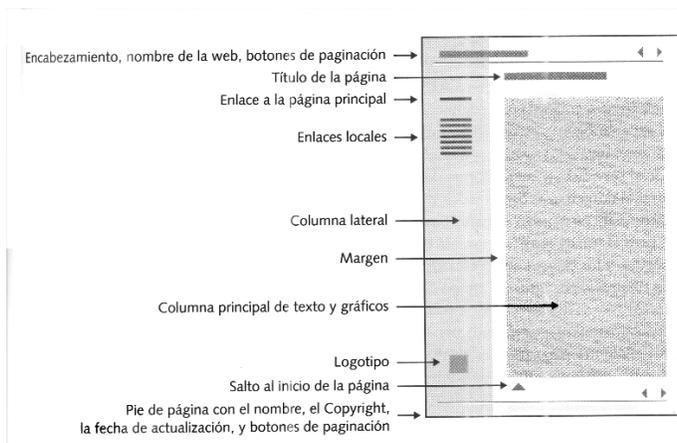
381 Lynch, Patrick J. Ob. cit. Pág. 62.

382 Idem. Pág. 63.

383 Idem. Pág. 65.

- Logotipo
- Pie de página con Copyright, la fecha de actualización

Estos son los esquemas para el orden de los elementos:

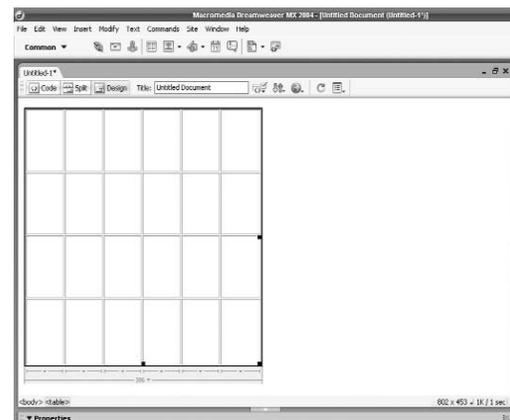


4.15 COMPOSICIÓN DE LA PÁGINA

Se ha hablado acerca de establecer una retícula que se respete en todas las páginas de un sitio, pero a diferencia de una publicación tradicional, las posibilidades que ofrece la Web para mantener los formatos que se designaron es muy distinto, ya que la posibilidades que nos ofrece el *HTML* es limitado, por ello se hace necesario tomar aquellas herramientas que nos ofrece este lenguaje.

Estos son los elementos que se utilizan como herramientas de composición:

TABLAS. "la única herramienta de composición que funciona hasta ahora en todos los navegadores son las tablas"³⁸⁴ La función de las tablas (invisibles) es facilitar un mejor



control en los elementos de la página; así mismo es importante incluir el atributo:*

"BORDER=0" en la etiqueta TABLE

LONGITUD. La longitud de líneas de texto no deberá exceder de 10 a 12 palabras por línea, ya que "con longitudes de línea moderadas incrementa significativamente la capacidad de lectura de texto"³⁸⁵.

³⁸⁴ Lynch,Patrick J. Ob. cit. Pág. 68.

* Recordemos que las tablas son las estructuras mas comúnmente utilizadas en las páginas web, son posiblemente la manera más clara de ordenar el texto, las imágenes y cualquier otro elemento dentro de la página.

³⁸⁵ Lynch,Patrick J. Ob. cit. Pág. 68.

Elementos para el desarrollo y construcción de la Interfaz

Utilizar las tablas es la mejor opción para controlar las líneas de texto.

DIAGRAMACIÓN. El uso de márgenes es importante considerarlos, ya que ayudan a definir la zona de lectura de la página, así como el interés visual por parte del usuario. En este caso " *también se utilizan las celdas de las tablas para establecer los márgenes y utilizarlos de forma consciente a lo largo y ancho de la web para potenciar su singularidad*" .³⁸⁶

Las tablas también permiten al diseñador insertar la imágenes con mayor flexibilidad y permiten la construcción de páginas complejas de texto, imágenes y materiales multimedia.³⁸⁷

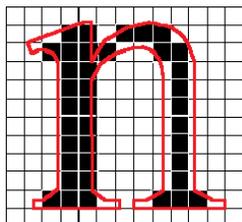
El uso de tipografía en un Site es un elemento crucial, pues es en base a éste que la mayoría de los internautas acceden a la *Red*, en busca de información veraz y oportuna.

4.16 TIPOGRAFÍA

DEFINICIÓN. "Es un conjunto de signos que consiguen que el lenguaje sea visible".³⁸⁸ Es gran fuente de conocimiento y comprensión cultural³⁸⁹

CARACTERÍSTICAS

Está sometida a una finalidad precisa: comunicar información por medio de la letra impresa.³⁹⁰ Es física, ha evolucionado a partir de la escritura manual. Tiene una comunicación efectiva, directa y útil.



Tipos. Existen diferentes clasificaciones tipográficas, mencionaremos sólo las más fundamentales y las que han sido importantes a través de la historia.³⁹¹

Gótica. El primero de los tipos de impresión, sus formas estaban basadas en los estilos de copiado caligráficos que se utilizaban en 1450 para libros del norte de Europa.

De estilo antiguo. Utilizadas por los eruditos italianos en 1475, que se hallaron en las inscripciones de las ruinas romanas.



Cursiva. Su origen está en la escritura caligráfica italiana, 1500, las primeras eran estrechas.

De transición. Es también de estilo antiguo, 1750, se consiguió gracias a los avances en la fundición de tipos y la impresión.

Moderna. Este estilo presenta nuevas formas a las de letras estilo antiguo y que se ubica en 1775. Sus patines son rectos.

Palo seco. como su nombre lo indica , estas tipografías carecen de remates (patines) y se ubica en el año de 1900.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 S&1234567890,“ ”;:!?)

**abcdefghijklmnop
 opqrstuvwxyzA
 BCDEFGHIJKL
 MNOPQRSTU
 VWXYZ\$&123456
 7890(,“ ”;:!?)**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
 VWXYZS&1234567890(,“ ”;:!?)

³⁸⁶ Lynch,Patrick J. *Ob. cit.* Pág. 68.
³⁸⁷ *Idem.* Pág. 68.
³⁸⁸ Kane, John. *Manual de Tipografía.* Editorial Gustavo Gili S.A. Barcelona. 2005. Pág.Xi.
³⁸⁹ Aicher, Olt. *Tipografía.* Editorial Campgráfic Editors Sl. 2004. Pág. 71.
³⁹⁰ de Buen Uma. *Ibidem* Pág 9.
³⁹¹ Kane John. *Ob. cit.* Pág. 47.

CARACTERÍSTICAS TIPOGRÁFICAS EN LA RED

DEFINICIÓN. La tipografía "Es el buen equilibrio e interacción entre los distintos caracteres de una página, una ecuación verbal y visual que ayuda a lector a entender la forma que adoptan los contenidos de la página y le invita a recoger frutos".³⁹²

CARACTERÍSTICAS. La tipografía es un factor determinante en la web, pues la mayoría de los usuarios de Internet buscan información, y un porcentaje menor busca imagen, por ello una buena tipografía "establece una jerarquía visual como énfasis gráficos, que ayudan al lector a entender la relación ente el texto y la imagen, entre los titulares y bloques de textos subordinados".³⁹³

Las reglas tipográficas para la Red son las mismas que se utilizan convencionalmente, pero tiene características sustancialmente distintas, ya sea para mostrarlas en pantalla o imprimir la página en papel.

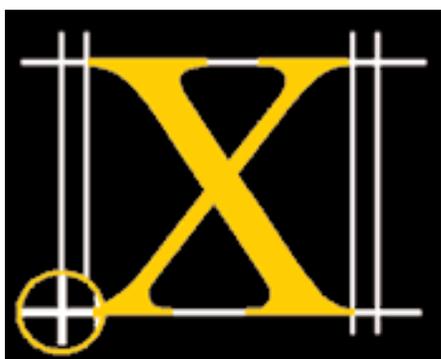
La tipografía para web se debe utilizar en un puntaje menor que en un impreso a una resolución aproximada de 85 dpi, además la



zona de una pantalla típica (14 o 15 pulgadas) es menor a la de un libro o una revista, considerando que si se quiere que la información de la página de Internet se visualice sin que se tenga que utilizar las barras de desplazamiento.³⁹⁴ Entonces será importante recordar:

- Que cada línea de texto, titular, estilo y tipo de fuente se reconstruye sobre la base de una interacción compleja entre el navegador, el servidor y el sistema operativo del ordenador del usuario.
- Que alguna fuente no esté disponible en el ordenador del usuario y se modifiquen los espacios y distribución con que fue diseñado el texto. "En este caso se podría utilizar la opción de cargar la fuente junto con el Sitio".³⁹⁵ Una opción segura, pero potencialmente obtusa, ya que, entonces se puede enfrentar a un nuevo tema, el *copyright*, a no ser que se utilicen fuentes libres de derechos de autor (*Freefonts*).

Luego entonces habrá que considerar las siguientes características al momento de incluir el texto en el diseño de páginas Web:



APLICACIONES

Estas son las aplicaciones que se pueden utilizar en Web con respecto a la tipografía ³⁹⁶

LEGIBILIDAD	Un buen uso de tipografía se puede lograr con un contraste visual entre los distintos tipos de letras, bloques de texto, titulares y espacios en blanco. Se puede atraer al usuario con un diseño cuidado que destaque un estudiado contraste y una diferencia notable en el tratamientos de cada uno de los elementos tipográficos. Si se llena una página de texto se creará una mancha de gris que puede ocasionar el abandono o rechazo por parte del usuario. <i>"los esquemas compositivos entre el texto y la imagen que se establecen en una sucesión de páginas, pueden ayudar a una mejor organización de la información y a incrementar la legibilidad"</i> .
ALINEACIONES	Los márgenes ayudan a establecer la zona de lectura para separar el cuerpo de texto del formato. En el diseño de Web es importante el cuidado de los márgenes, pero también el uso de los espacios en blanco. Éste se utiliza para que el usuario pueda diferenciar el grueso de texto de los demás elementos de la página. Si los espacios en blanco se usan en forma consistente <i>"pueden aportar unidad al Sitio —a su largo y ancho— una estructura y apariencia fuertes"</i>
TEXTO JUSTIFICADO	El <i>HTML</i> permite justificar los bloques de texto hacia a la derecha, centrado, a la izquierda, etc. Lo más recomendable es alinearlos hacia la izquierda y las cabezas en alineación a la izquierda, esto con el fin de crear rectángulos de texto sólido y una apariencia en el documento simétrica y más formal. También por que la lectura que tenemos que es de izquierda a derecha.
LONGITUD DE LÍNEA	Ésta no deberá exceder de 10 a 12 palabras por línea, para evitar forzar la vista del usuario y evitar que pierda la línea siguiente. El uso de <i>Times New Roman</i> a 12 puntos genera un total de cincuenta caracteres por línea, entonces así se creará un uso del espacio eficaz.
USO DE MAYÚSCULAS O MINÚSCULAS	Evitar el uso de encabezamiento con mayúsculas, pues puede que no se visualice alguna parte de la palabra y además crea rectángulos monótonos. Utilizar en los encabezamientos las mayúsculas para el inicio de la oración y nombres propios únicamente, ya que es mucho más cómodo para leer.
INTERLINEADO	El lenguaje <i>HTML</i> no permite el control del interlineado, por ello si se decide utilizar éste, es aconsejable usar una letra de 12 puntos con un interlineado de 14 a 16 puntos.
SANGRÍAS	En web es permitido sangrar los párrafos o separarlos por una línea en blanco como espacio de separación. Cualquiera de las dos opciones es válida siempre y cuando se aplique la misma en todo el sitio web.
CONSISTENCIA DE USO TIPOGRÁFICO	Un sitio Web necesariamente debe tener este aspecto, es decir que se utilizará un mismo tipo de fuente, ya que esto aportará pulcritud en el diseño y alentará a los visitantes a permanecer en el sitio.

³⁹⁶ Lynch, Patrick J. *Ob. cit.* Págs. 79, 82, 85, 86 y 92.

4.17 TEXTO PARA LAS DISTINTAS

PLATAFORMAS

La Red es visitada por personas que tienen distintos tipos de ordenadores, aspecto que el diseñador no puede en absoluto prever, suena lógico pensar que la mayoría de ellos utilizan PC, con sistema operativo Windows en cualquier versión, pero hay que considerar que no es así, ya que existen también otros ordenadores como por ejemplo la Mac de Apple. A continuación nos referiremos únicamente a éstos por ser los más comunes.

"Para un diseñador web esto significa dedicar un mayor esfuerzo para construir un sitio web lo más genérico posible"³⁹⁷

No existen muchas posibilidades de que una tipografía Mac funcionará correctamente en una PC (a menos que la tipografía sea compatible para ambas).

Los sistemas operativos de Windows y Macintosh, visualizan de manera distinta las fuentes, aún utilizando los mismos tipos. En general en los navegadores que utiliza Windows, el tamaño de las fuentes aparece de 2 a 3 puntos mas grande que en la otra plataforma; así entonces:

"una línea en Times de 12 puntos en un Macintosh, equivale a una Times New Roman de 14 puntos en un ordenador Windows"³⁹⁸

A continuación de presentan algunas tipos de fuentes para comparar cómo se verían en ambas plataformas:

WINDOWS	MACINTOSH
Arial	Arial
Georgia	Georgia
Courier	Courier
Times New Roman	Times New Roman
Trebuchet	Trebuchet
Verdana	Verdana

Si no se tiene la posibilidad de acceder a una máquina que tenga el otro sistema operativo y se utiliza El Netscape Navigator, se pueden configurar las preferencias de las fuentes de navegador y cambiarlas como: el tamaño de 12 a 14 puntos (para usuario de Mac) o de 12 a 10 (para usuarios de Windows) y si se utiliza Internet Explorer se puede cambiar el tamaño de fuente con los botones de la barra de navegación que controla el texto de tamaño mayor y menor.³⁹⁹

TIPOS DE LETRA ADECUADAS

PARA LA WEB

Enseguida se muestra una lista de las fuentes que viene en ambos sistemas operativos, y que se pueden utilizar a fin de no formar con una

WINDOWS	MACINTOSH
Arial	Charcoal
Courier New	Courier
MS Sans SerifTimes	Chicago
Times New Roman	Geneva
Verdana	Monaco
	New York
	Palatino



Elementos para el desarrollo y construcción de la Interfaz

fuente que quizá no tenga ninguna de las dos plataformas.⁴⁰⁰

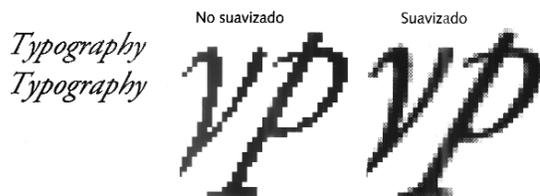
TIPOGRAFÍA COMO IMAGEN

En algunas ocasiones es difícil separar la imagen de las fuentes, pues ambas están integradas, de manera que es imposible mostrarlo en formato HTML.⁴⁰¹

Cuando sea necesario presentar el texto en imagen, se tendrá que convertir en formato GIF (Graphic Interchange Format: Formato Intercambiable de Gráficos) o bien en JPEG (Joint Photographic Experts Group: Unión de Grupo de Expertos Gráficos).⁴⁰²

En este caso es importante utilizar un sistema de suavizado para optimizar la visualización del texto en imagen.

"El suavizado difumina la aspereza de las formas de estos elementos incrustando píxeles de colores intermedios entre los perímetros de dos colores distintos. En el caso de la tipografía, el suavizado reduce los bordes dentados de las letras de gran tamaño".⁴⁰³



Finalmente es importante considerar insertar sólo en caso necesario algún texto como imagen, pues en primera si se recurre a esto, las tipografías como imagen se harán muy lentas en la descarga y en segunda la tipografía como imagen es muy difícil de cambiar y actualizar que como un texto en HTML.⁴⁰⁴

Al igual que en cualquier producto de diseño, las imágenes son un factor muy importante, pero la diferencia para estas páginas web su uso es distinto en su aplicación.

4.18 GRÁFICOS WEB

DEFINICIÓN

La imagen por definición es aquella que se refiere específicamente a la forma que es reconocible por su parecido con lo que representa y con las cualidades icónicas que tiene.⁴⁰⁵

Ésta en el diseño Web, es sumamente compleja, debido a los tratamientos de formato que se requieren, ya que se necesita optimizar para que se vea de igual manera en los distintos navegadores y a una velocidad de acceso a Internet variables.⁴⁰⁶

Las imágenes para Internet utilizan técnicas específicas para optimizar la apariencia y eficacia en su uso, así, los elementos gráficos que contiene una página web deben poseer las siguientes características:

CARACTERÍSTICAS

PARA EL USO DE MONITOR

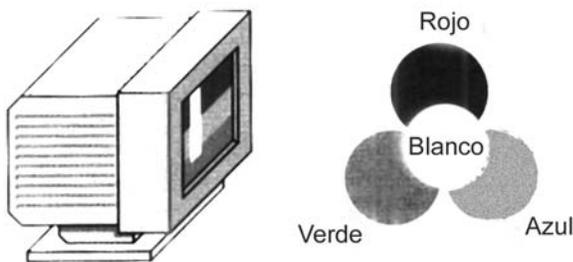
El monitor es un parámetro que afecta las imágenes al momento de mostrarlas, esto debido a que los usuarios tienen distintos tipos de monitores, aunque la mayoría ocupa uno que sólo muestra 256 colores.

Los monitores a color se basan a partir de "tubos de rayos catódicos CRTS. Debido a que CRTS transmiten luz: RVA O RGB: red-green-blue). Al modelo RGB se le demoniza aditivo, debido a que la combinación de los tres colores rojo, verde y azul, en su estado puro producen luz blanca".⁴⁰⁷

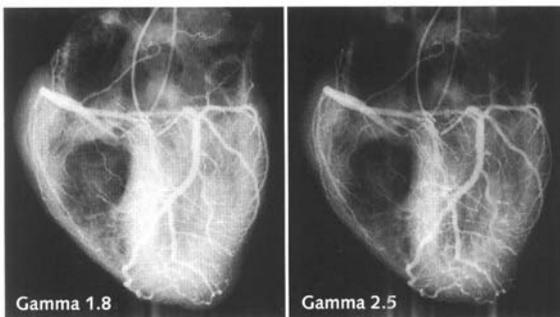
400 Lynch,Patrick J. Ob. cit. Pág. 93.
 401 Idem. Pág. 96.
 402 Idem. Pág. 96.
 403 Idem. Pág. 96.
 404 Idem. Pág. 97.
 405 Antoni Colomer Ob. cit. Pág. 39.
 406 Idem. Pág. 105.
 407 Lynch,Patrick J. Ob. cit. Pág. 105.



Este tipo de combinación es determinante e influye al momento de tratamiento de una imagen; pues como primera instancia todas las imágenes que se utilicen para web deberán tener esta propiedad, es decir que toda página web prescindirá del modo CMYK/ color y Grayscale; ya que siempre en sitios web todos los gráficos deberán ser utilizados en modo RGB.⁴⁰⁸



Las imágenes destinadas al medio impreso pueden crearse en distintas resoluciones, pero las que se destinan a una página web estarán siempre limitadas por la resolución de la pantalla del ordenador. "La resolución en pantalla indica el número de píxeles que una pantalla puede mostrar dentro de un área determinada".⁴⁰⁹



Generalmente se expresa en píxeles por pulgada lineal de pantalla que varía entre los 72 y los 96 píxeles por pulgada (ppi). La resolución del monitor depende de como se haya configurado la tarjeta de video, pero podríamos asegurar que la mayoría de los usuarios la tienen configurada entre 72 y 80 dpi".⁴¹⁰

Así entonces un gráfico para web se ocupará de 72 X 72 píxeles invadiendo una zona aproximada de "una pulgada al cuadrado en un monitor con una resolución de 72 dpi".⁴¹¹ Esto quiere decir que cuando se generen gráficos para la Red se deberá utilizar la proporción de un píxel de imagen por un píxel de pantalla (1:1) ya que de esta forma se mostrará en la página web, y si el gráfico es muy grande, se deberá reducir a un tamaño adecuado para resolución de 72 dpi.⁴¹²

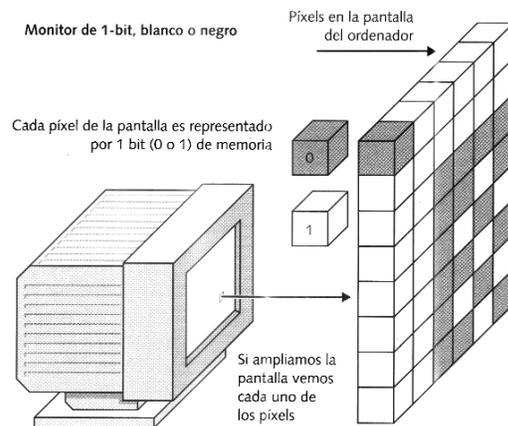
El color en monitor se mide a partir de píxeles, mismos que se manejan de la siguiente manera.⁴¹³

TIPOS

Tipo de monitor

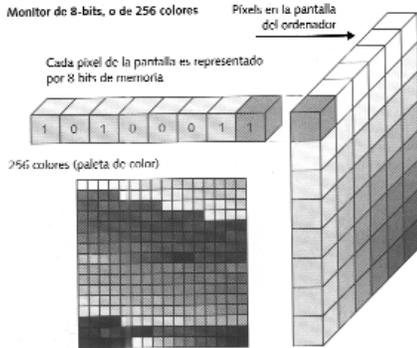
Contenido

Monitor de 1-Bit blanco o negro = Sólo dos colores

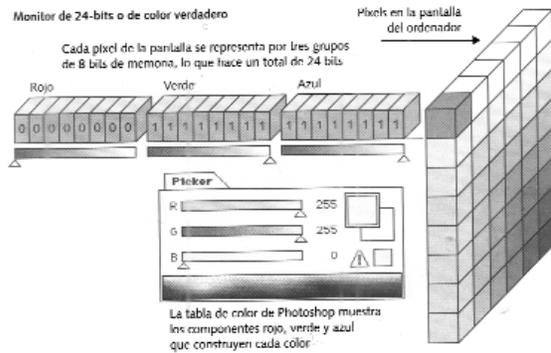


Elementos para el desarrollo y construcción de la Interfaz

Monitor de 8 -Bits a color= de 0 a 256 colores



Monitor de 24 -Bits a color= Color casi fotográfico



4.19 FORMATOS DE ARCHIVOS GRÁFICOS

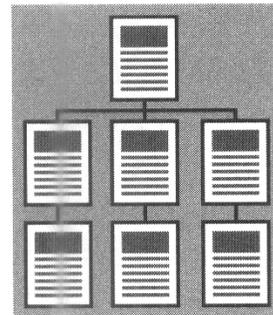
En el capítulo tres de esta investigación se mencionan los diferentes formatos que se usan para un Sitio de Internet en este caso sólo se hará referencia a ellos para no dejar fuera un elemento tan importante al momento de considerar una imagen o gráfico.

Estos formatos facilitan el uso para inserción en la Red, cada uno de ellos se hace necesario utilizarlo porque su capacidad es menor a la de un formato TIF u otro que quizá diera una mejor resolución pero esperarí demasiado y hay que

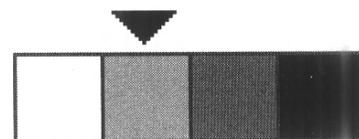
recordar que uno de los aspectos importantes al diseñar una Sitio de Internet es procurar que cada página tenga un despliegue rápido, ya que de no ser así se corre el riesgo de que la gran mayoría de los visitantes interesados, abandone el Sitio.

GIF El formato GIF (Graphic Interchange Format) es muy eficaz, de hecho la mayoría de las imágenes que existen en la red tiene este formato. Tiene un sistema de compresión para reducir tamaño al mínimo y su paleta de color se limita a 8-bits (256 colores) En la actualidad se puede adjudicar transparencias a un color. Es recomendable su uso para bolones que funcionen como (Link) elementos de navegación⁴¹⁴.

Gráfico GIF con color de fondo opaco

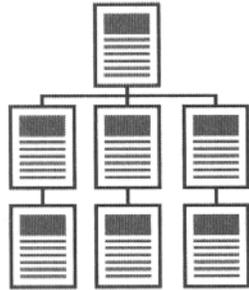


Selecciona el color que deseas transparente



414 Lynch,Patrick J. Ob. cit. Pág. 115.

GIF transparente tal como aparece en la pantalla



JPEG Los formatos JPEG (Joint Photographic Experts Group) se utilizan para minimizar el tamaño de imágenes utilizadas en la Red, a diferencia de los formatos GIF las imágenes en JPEG son aquellas que muestran colores de 24-bits o lo

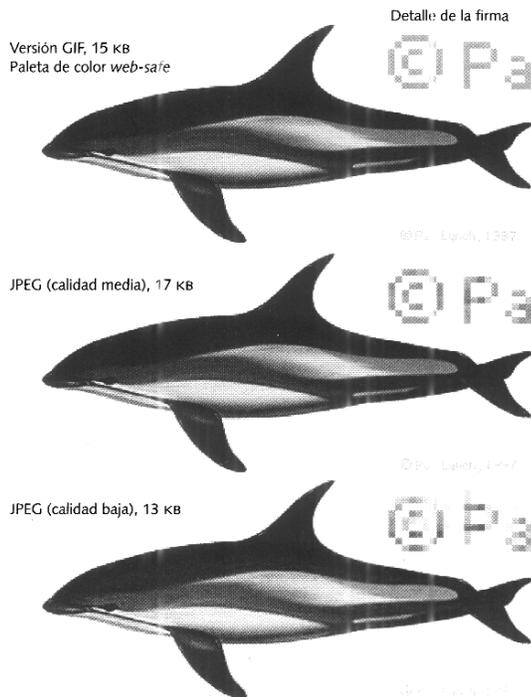
que se conoce como "color verdadero" Este tipo de formato ha generado gran interés por parte de los diseñadores, fotógrafos y especialistas para los cuales, la calidad de imagen es de suma importancia al momento de construir un Site y donde la fidelidad del color no se puede comprometer a un fusinado del color hasta conseguir 8-bits en donde se pierde muchos detalles de la imagen. ⁴¹⁵

Existe un formato nuevo que promete grandes aplicaciones para el futuro incluso por encima de las que ofrecen los anteriores. Se le conoce como Gráficos en formato PGN (Portable Network Graphic) los gráficos en PGN se desarrollaron para su uso en web y sus características son "gama completa de profundidad de color, apoyo a sofisticadas propiedades de transparencia". ⁴¹⁶ "En las imágenes PGN se pueden incluir también una pequeña descripción del contenido de la imagen, de esta forma puede beneficiarse de la tecnología actual de los motores de búsqueda en Internet". ⁴¹⁷ Desafortunadamente muchos navegadores aún no pueden visualizar este formato. Éste último no se abordará tan detalladamente debido a que el Sitio de este proyecto se realizará tomando los parámetros de formato GIF y JPEG.

Tanto el formato JPGE como el GIF son necesarios al para construir una interfaz y la mejor estrategia es utilizar los gráficos en formato GIF para los elementos de navegación y utilizar gráficos en formato JPEG para las imágenes a todo color. ⁴¹⁸

APLICACIONES

A continuación se enlistan algunas recomendaciones en el uso de imagen en web:



Elementos para el desarrollo y construcción de la Interfaz

- Para uso de fondos de imagen o texturas, verificar que éstos armonicen con el diseño y en caso de su uso insertarlos a un tamaño máximo de 100 X100 pixeles
- Verificar la compresión de las imágenes para que se despliegue de forma rápida cada dispositivo de página
- Procurar no saturar de elementos gráficos las páginas, ya que de incluir muchos componentes se tardará en desplegar la página
- Utilizar formatos JPEG para fotos e ilustraciones
- Utilizar formatos GIF para elementos de navegación
- En caso de utilizar mapas sensibles procurar que sean atractivos: Utilizarlos para en encabezamiento de página es muy recomendable

Los elementos multimedia son un aspecto a considerar en la construcción de la Web. A continuación se menciona su uso:

4.20 MULTIMEDIA

DEFINICIÓN. Es quizá el aspecto más importante que la tecnología nos ofrece; multimedia es la combinación de texto, imágenes, sonido e imágenes en movimiento de formas muy variadas e interesantes.

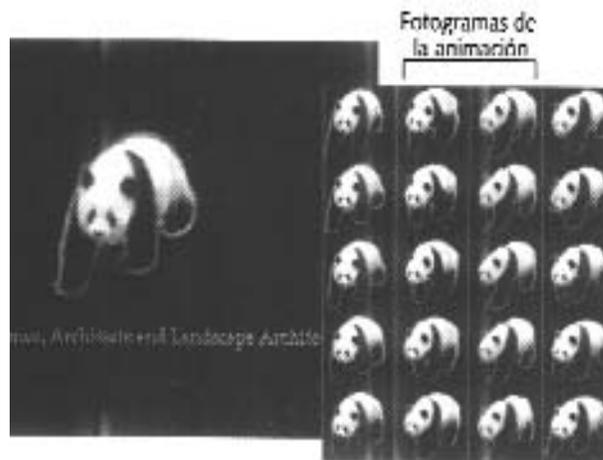
La Multimedia ha sido una opción muy esperada y limitada para la Red debido a que actualmente este tipo de componentes en movimiento son de alcance lento, debido a las limitaciones en el ancho de banda.⁴¹⁹

CARACTERÍSTICAS

Antes de insertar cualquier elemento multimedia, el diseñador debe tener en cuenta siempre

al usuario, puesto que un visitante satisfecho estará siempre dispuesto a volver, pero si se le hace esperar para mostrarle algo de total irrelevancia posiblemente en ese mismo momento abandone el *Sitio* y jamás regrese, por ello es más efectivo mostrar una buena estructura en el contenido y diseño que en querer exponer habilidades de programación que al final están de sobra.⁴²⁰ Si se decide incluir algún componente Multimedia sólo se recomienda hacer un uso mesurado de ello.

Las páginas de bienvenida o portadas web son los lugares más frecuentes en donde se encuentran este tipo de aplicaciones " *las animaciones y el sonido pueden incitar las curiosidad del lector, provocando que traspasen el umbral, pero no se recomienda su uso en el interior de la web. Todo elemento de la página que no sea importante para el contenido que se expone, supone una distracción, en especial si habla, parpadea o da vueltas*" .⁴²¹



En la actualidad existen limitaciones en el reparto de contenidos audiovisuales vía web, los videos de

419 Lynch,Patrick J. Ob. cit. Pág. 136.
 420 Idem. Pág. 137.
 421 Idem. Pág. 138.



una larga duración necesitan un ancho de banda muy grande, mismo que quizá muchos usuarios no tienen en sus equipos. "Cuando quieras introducir elementos multimedia en la web, asegúrate de que la tecnología encaja con las demandas del usuario potencial y de los propios contenidos. Lo último que deseas es que la gente pierda tiempo y energía intentando bajar archivos que, a causa de las limitaciones tecnológicas, no ilustran nada".⁴²²

Estas explicaciones pareciera que están a favor de ideas conservadoras, pero se hace énfasis en este punto porque es importante incluir únicamente aquello que sea necesario y que pueda servir de anclaje para atraer al usuario meta. Se pueden incluir todo este tipo de nuevos elementos que ofrecen al diseñador nuevas alternativas para desarrollar su trabajo y que posiblemente parezcan muy atractivas en su utilización al momento de estructurar un *Sitio* de Internet, pero hay que usarlos con inteligencia y medida, sabiendo siempre que el aplicarlos motivará al usuario en seguir navegando por el *Sitio* construido y que garantiza su probable regreso.⁴²³

APLICACIONES

Algunas recomendaciones en caso de usar elementos multimedia:⁴²⁴

- Si es necesario incluir elementos multimedia en el Sitio, entonces habrá que especificar al visitante, cuales son las páginas que requieren manejo de Plug-ins o algún software de navegador
- Pensar en que será mejor usar: Video o únicamente audio
- Se puede utilizar secuencia de imágenes fijas con audio, en vez de incluir una video

a fin que la página se despliegue con mayor rapidez

- De preferencia no utilizar multimedia en el interior del *Sitio* pues el uso excesivo de imágenes animadas puede causar distracción en el usuario y se puede alejarlo de los sentidos de la información
- Utilizar tecnología para formato de audio y video en Quick Time, ya que es una plataforma que comparten todos los sistemas operativos y que los navegadores actualmente incluyen
- Si se desea editar cualquier tipo de video o audio es recomendable acudir con un especialista en el medio o consultar algún manual que ayude a cubrir los aspectos para la creación multimedia específica para web

DAS KARUSSELL
Jardin du Lunenburg

Mit einem Dach und seinem Schatten dreht sich eine kleine Weile der Bestand von bunten Pferden, alle aus dem Land, das lange zögert, eh es untergeht. Zwar manche sind an Wegen angespannt, doch alle haben Mut in ihren Mienen, ein böser roter Löwe geht mit ihnen und dann und wenn ein weißer Elefant.

Sogar ein Hirsch ist da ganz wie im Wald, nur daß er einen Sattel trägt und drüber ein kleines blaues Mädchen aufgeschmält.

Und auf dem Löwen reitet weiß ein Junge und hält sich mit der kleinen heißen Hand, die weil der Löwe Zähne zeigt und Zunge.

Und dann und wenn ein weißer Elefant.

Texto, audio, recitado y presentación gráfica de un poema

Película que presenta el poema mediante imágenes, voz y efectos sonoros

En este capítulo cerraremos con la Metodología del diseño aspecto fundamental en la construcción de cualquier producto gráfico

Para poder producir un objeto, el diseñador requiere disponer de un método que le permita realizar su proyecto de una forma puntual, con la materia adecuada, las técnicas precisas y con la forma correspondiente a su función; para ello mencionaremos la forma en que la teórica Luz del Carmen Vilchis precisa la manera de aplicar un método para el diseño.

En primera instancia recordemos que existe un proceso de interacción entre el diseño, el diseñador y lo diseñado.

En este rol *"el diseñador articula y organiza los elementos del diseño para que el hombre lo comprenda, asimile y use, en este sentido es un especialista que debe establecer la relación entre la morfología del objeto y los fines de su destinatarios, quien no debe ser ajeno a los problemas operativos en juego: no es tecnólogo ni inventor pero las funciones que deben satisfacer su actividad exigen de él imaginación creativa y dominio de técnicas."*⁴²⁵

Existen diferentes formas de diseño como: el industrial, el gráfico, el urbano y el ambiental; y cada uno de ellos implica la construcción y transformación de los objetos con los cuales se relaciona el hombre y por ello ha surgido la necesidad de formular una tecnología del diseño.

A continuación enunciamos la definición, características y tipos de una metodología de diseño, así como sus constantes.

4.21 METODOLOGÍA DEL DISEÑO

Definición. La metodología del diseño es, como estudio, la estructura del proceso proyectual *"la expresión metodológica del diseño, como el diseño mismo, abarca un ámbito extenso, un conjunto de disciplinas en las que lo fundamental es la concepción y el desarrollo de proyectos que permitan prever cómo tendrán que ser las cosas e idear los instrumentos adecuados a los objetivos preestablecidos."*⁴²⁶

Es decir que a partir de utilizar los métodos establecidos para esta disciplina y la combinación de una mente creativa se pueden obtener resultados óptimos en el objeto (producto), no podemos diseñar sin un proceso en donde se manifieste una estructura que proyecte un estudio y ampliación adecuada de los recursos metodológicos que el diseño nos ofrece.

En consecuencia *"la metodología del diseño integra conjuntos de indicaciones y prescripciones para la solución de los problemas derivados del diseño, ella determina la secuencia más adecuada de acciones, su contenido y los procesos específicos."*⁴²⁷

Para ello enunciaremos a continuación cómo el método de diseño está basado en estructuras lógicas:

- No hay que pensar que las facultades creativas se anulan al utilizar el ejercicio metodológico-proyectual; sino al contrario una y otra se complementan
- La sistematización es útil en el campo del diseño y que ésta evita acciones que sean arbitrarias e incoherentes en recorridos intuitivos

425 Vilchis, Luz del Carmen. *Metodología para el diseño*. México. Pág. 39.

426 *Idem*. Pág. 41.

427 *Idem*. Pág. 41.

- El método del diseño responde a problemas determinados y a sus características específicas, por estos motivos no basta con conocer los métodos; sino que es necesario saber aplicarlos en las situaciones dadas

En seguida enunciamos las constantes metodológicas del diseño.

4.21.1 PROBLEMA

Acontinuación se menciona éste por ser uno de los aspectos fundamentales para el resultado óptimo en un producto de diseño.

DEFINICIÓN. " *Por problema se entiende cualquier dificultad que no se puede resolver automáticamente... con la sola acción de nuestros reflejos instintivos... o mediante el recuerdo de lo que hemos aprendido anteriormente*".⁴²⁸

En el caso del diseñador en torno a los problemas, consiste en darles una solución formal de carácter estético y funcional.

La actividad de un diseñador en este sentido no consiste únicamente en resolver problemas, sino también tiene la capacidad de descubrirlos, incluso crearlos, " *con frecuencia el diseñador localiza problemas allí donde nadie imagina su existencia*"⁴²⁹ esto es por la capacidad de creatividad que posee.

CARACTERÍSTICAS⁴³⁰

- Todo problema de diseño se inicia con un esfuerzo por lograr un ajuste entre la forma en cuestión y su contexto (la forma es la solución para el problema; el contexto define el problema)
- Los problemas de diseño se hacen presentes cuando los objetos que hay en el entorno, no ayudan al hombre a su desarrollo social; esto

puede ser en dos sentidos: cuando la cultura cambia y modifica el modo de hacer las cosas o cuando se genera una nueva actividad

Enseguida se presentan el conjunto de sectores en donde se localizan problemas únicamente de diseño gráfico por ser esta la disciplina que concierne a esta investigación:⁴³¹

Museografía: estructuras especiales, demostraciones técnicas, estructuras desmontables para exposiciones temporales, iluminación, ambientación, señalización, estudio de recorridos, presentación de modelos y reproducciones, etc.

Publicidad: Fija o móvil, interna o externa, de pequeño o gran formato, etc.

Instalaciones y gráficas en ferias y exposiciones: recintos feriales, letreros, señalización, símbolos, impresos, etc.

Compaginación: publicaciones, boletín, revista, periódico, semanario, etc.

Señalización: Pública, interior, vial, arquitectónica, etc.

Cine y T.V.: Títulos, efectos, textos, animación, montajes, etc.

Artes gráficas: Serigrafía, tipos de impresión, xerografía, batik, monotipio, etc.

Gráfica en arquitectura: rótulos de tiendas, grandes almacenes, carteles publicitarios luminosos, marcas de fábrica, símbolos, señales a distancia, etc.

Elementos para el desarrollo y construcción de la Interfaz

Empaque envase y embalaje: Etiquetación, contenedores, transporte, colocación, materiales, etc.

Actividad editorial: Formato, papel, color/tinta, color/papel, encuadernación, tipografía, ilustraciones, fotografías en boletines, periódicos, revistas, libros, etc.

Todo problema requiere solución:

- La solución de los problemas de diseño requieren de estudio e investigación
- Las soluciones a los problemas de diseño no son consecuencia inmediata de su definición, ésta solamente constituye una parte del proyecto y el proceso
- Para resolver el problema se puede comenzar por enunciarlo, identificar sus partes, reconocer los aspectos esenciales y la manera en que se relacionan
- Las condiciones de la resolución de problemas son:
 - El tiempo en que se resuelve
 - Que el planteamiento sea hecho correctamente
 - Que la solución buscada no resulte ser imposible
 - Y que se disponga de los instrumentos metodológicamente necesarios

No se trata de que encontremos todo un listado de soluciones para el problema de diseño, lo que

importa es determinar el tiempo de trabajo que el diseño exige en cada caso.

Para esto se puede recurrir en el proceso de solución a lo siguiente:

Análisis, comparación, contraste, definición, descripción, discusión, enumeración, valoración ejemplificación y demostración.

Definiendo el problema de diseño y su solución, el siguiente paso de la estructura metodológica es el proyecto de diseño.

4.21.2 PROYECTO

A continuación se presenta el proyecto como complemento básico del problema.

DEFINICIÓN. Es aquel que tiene como tarea "descubrir una trama o conjunto de relaciones fundamentales que corresponden a momentos definidos con base a una secuencia lógica".⁴³²

CARACTERÍSTICAS

- El análisis de los problemas es muy importante, pero sin un proceso de diseño resultaría totalmente incoherente, arbitrario y sin sentido, es decir que un problema aún basándose en métodos excelentes no llega a la forma definitiva del producto ya que se define y limita, pero no la resuelve gráficamente

*"El conocimiento de los problemas y el proceso de diseño no agota la metodología, por el contrario, marca sólo el principio y la necesidad incesante de métodos mejores"*⁴³³

⁴³² Vilchis, Luz del Carmen. Ob. cit. Pág. 49.
⁴³³ Idem. Pág. 49.



Por último es importante que el apoyo metodológico no presente procesos ambiguos o sin fundamento, ya que esto llevará al diseñador a hacer propuestas absurdas, sin beneficio alguno para la sociedad.

Ahora se menciona a la necesidad como aspecto que se relaciona directamente con el problema.

4.21.3 NECESIDAD

A continuación presentamos en qué consiste la necesidad y de qué forma se relaciona en este proceso.

DEFINICIÓN. "Es el término que designa aquello que es y no puede dejar de ser. El término necesario adquiere un significado valorativo por el cual designa lo que debe ser y extensivamente lo que se debe tener".⁴³⁴

Es el resultado de la conciencia de alguna diferencia que cuando es satisfecho produce sensaciones gratificantes: goce, placer, bienestar, relajamiento, etc.

"El diseño satisface necesidades que concreta por medio del uso de objetos y la configuración de significados".⁴³⁵

Ésta es el factor más importante en el sentido de motivación en la configuración del entorno del diseño.

En este sentido la necesidad como carencia o urgencia conciensada es justamente lo que implica al diseño ya que la demanda y exigencia de una satisfacción material o formal es lo que interesa a esta disciplina.

CARACTERÍSTICAS

- Las necesidades se determinan a partir de la cultura y civilización, su función varía según el contexto donde se den, por ejemplo los zapatos son necesidad primaria en las ciudades e inexistentes en algunas comunidades africanas
- Es indispensable para el diseño, tomar en cuenta las características contextuales que pueden afectar al momento de crear un objeto determinado

Éstas se clasifican por regiones⁴³⁶

- Biológicas vitales y de subsistencia (alimento, abrigo, etc.)
- Sociales mínimas
- Derivadas de la imagen de sí mismo concernientes al estatus social, autoaprecio, vanidad, etc.
- De lujo y gratitud que dan origen en gran parte a los sistemas publicitarios
- Derivadas de las ilusiones y las fantasías

Desde otro punto de vista las necesidades se pueden clasificar en función de su continuidad en:

Necesidades vitales	Necesidades fluctuantes	Necesidades derivadas	Deseos puros
permanentes	Premisas (sexualidad)	De deseos (erotismo)	(voluntad de poder)

Elementos para el desarrollo y construcción de la Interfaz

Y por último existe otra clasificación que incluye las necesidades en:

- Materiales
- Inmateriales
- Espirituales
- Emocionales-Curiosidad
- Epistemológicas
- Lo que ha llevado al hombre a inventar e innovar lo mismo en las artes que en la ciencia

*"Consecuentemente las dosificaciones que se pretenden formar sobre necesidades, deberán tomar en cuenta el grado de urgencia que representan en una cultura determinada, así se puede explicar cómo han nacido diferentes formas de diseño".*⁴³⁷

- De las necesidades de organizar el espacio de las comunidades humanas nace el urbanismo
- De necesidades de crear cobijo y protección nace la arquitectura urbana e industrial
- De las necesidades de organizar los espacios interiores nace el llamado diseño de interiores
- De las necesidades de producir los objetos y herramientas nace el diseño industrial
- De las necesidades de organizar los mensajes culturales que percibimos a través de la vista nace el diseño gráfico y la comunicación visual
- De las necesidades de cubrir y proteger el cuerpo humano nace el diseño de la indu-

mentaria en un sentido amplio y el diseño textil en un sentido más específico

Es a partir de lo anterior que debe tenerse presente que no todas las necesidades se satisfacen en función de los objetos, estas juegan un papel trascendente como satisfactores aumentado por los efectos de la tecnología que los hace accesibles a un mayor número de personas cada vez.

Luego entonces el diseñador está obligado a permanecer alerta contra la indiferencia y despersonalización que se han generado a partir de la industrialización en las que el usuario no cuenta.

*"Si se quiere elevar el diseño a los planos superiores de la cultura, el diseñador debe adquirir la conciencia crítica necesaria para captar los efectos esenciales que producen en la vida social, sólo así su obra será racionalmente congruente con las necesidades reales del hombre".*⁴³⁸

4.21.4 USUARIO

Ahora se menciona al usuario como otra constante metodológica

DEFINICIÓN. El usuario es objeto y fin de toda acción de diseño *"Con la salvedad de que este usuario se relaciona con el proyecto a través de un análisis abstracto de las necesidades tipificadas en un grupo de usuarios de características similares y no a través de democrática intervención de las decisiones".*⁴³⁹

Éste ha de entenderse como un ser con necesidades estéticas y éticas y no sólo como un objeto antropométrico y estadísticamente medible.

⁴³⁷ Vilchis, Luz del Carmen. Ob. cit. Pág. 53.

⁴³⁸ Idem. Pág. 54.

⁴³⁹ Idem. Pág. 55.



CARACTERÍSTICAS

- La comprensión integral del usuario debe ser condición de todo proyecto de diseño
- El usuario no busca en el producto más que la satisfacción de sus necesidades
- El usuario está directamente relacionado con el objeto

Hablando del objeto, tenemos que aclarar en primera instancia que el hombre como conformador de un sistema social se manifiesta a partir de conductas que dan origen a dos formas distintas de relacionarse:

Relaciones humanas: Se desarrollan por conductas específicas como; la palabra, mímica, gesto, entre otras.

Relaciones objetualizadoras: Que viven de los objetos.

En este sentido los objetos son aquellos que integran en distintos tipos de artefactos con valor funcional determinado por la utilidad que proporcionan al usuario.

*"El sistema de los objetos que incluye referencias a las necesidades humanas integran un sistema de significación en el cual los objetos hablan del usuario que a través de ellos busca y establece el orden en el que ocupa el lugar".*⁵⁴⁰

En la actualidad la producción industrial es un factor determinante en la creación de los objetos, hoy día éstos que son de uso cotidiano se fabrican en masa y no responden a factores utilitarios y estéticos ya que, frecuentemente no tienen nada

que ver con las necesidades y gastos de los propios consumidores.

Ahora la única libertad que éste tiene es la elección de los productos fabricantes diferentes. *"Para una clasificación de los objetos en relación con los usuarios ha de tomarse en cuenta cómo se experimenta el proceso de uso; qué valor subjetivo tiene; cuál es la relación de apropiación que condiciona su uso; qué factores físicos y sociales condicionan su uso".*⁵⁴¹

4.21.5 CREATIVIDAD

El papel que desempeña la creatividad en esta metodología es:

Definición. Es *"cuando a partir de la realidad dada se genera un ser original y nuevo"*.⁵⁴²
... "crear es aportar algo imprevisto, sólo se puede hablar de creación cuando la obra es innovadora, cuando ofrece una alternativa original".⁵⁴³

Ésta es posible en el hombre porque además de su racionalidad posee también una afectividad misma que le permite captar aquello que escapa de su razón.

Es también, aquella que confina la flexibilidad, originalidad, y sensibilidad, estas tres orientadas a ideas que permiten a una persona creativa desprenderse de las secuencias comunes del pensamiento y producir otras diferentes y productivas.

CARACTERÍSTICAS

- La creatividad necesariamente está basada en el conocimiento, en experiencias que permitan relacionar de maneras distintas informaciones precedentes y establecer realidades nuevas

Elementos para el desarrollo y construcción de la Interfaz

- El pensamiento creador implica un punto de vista diferente
- La capacidad de crear es innata a la condición humana y se puede manifestar en cualquier ámbito de su quehacer
- La creatividad no posee un método, su esencia misma es la originalidad

Sin embargo la imposibilidad de establecer un método no impide reconocer un conjunto de habilidades que la hacen posible: ⁴⁴⁴

- **Sensibilidad** ante los problemas
- **Fluidez** o facilidad para el uso de los conocimientos ante situaciones nuevas o inesperadas (verbales, ideativas, figurativas, semánticas, simbólicas, asociativas y expresivas)
- **Flexibilidad** para abordar de maneras diferentes un mismo problema
- **Originalidad** referida a un estilo personal de hacer y pensar resuelto en respuestas imprevisibles
- **Capacidad** de realización, pues no basta generar ideas nuevas sino que es necesario desarrollarlas y llevarlas a cabo
- **Disciplina** consistente en la capacidad de orden y persistencia en el trabajo

"El proceso creativo supone la elección entre opciones en el que concluyen la razón y la ima-

ginación para materializarse de manera específica en lo creado. Su complejidad tal que no siempre resulta cognoscible aun para el propio creador" ⁴⁴⁵

Es así que la capacidad de crear, opera de manera similar en todas las épocas de la historia y las áreas de la cultura, las variantes se dan en razón de los contenidos materiales y finalidades.

Estos principios y criterios valen para el diseño, la creatividad no puede ser producto de intuición, la imaginación o la sensibilidad desordenadas, sino que requiere siempre de orden metodológico, la reflexión y los conocimientos.

4.21.6 FORMA

En seguida se hace mención a la integración que aquí ocupa la forma.

DEFINICIÓN. *"La forma es inherente a los objetos. Es todo ente tangible que posee presencia física que no es sino determinación exterior de la materia cuya representación queda subordinada al servicio para el cual está destinado"*. ⁴⁴⁶

CARACTERÍSTICAS

- La tarea que tiene el diseño es dar forma a los objetos y definirla a partir de la utilidad *"Dotar a los objetos de peculiar y específica configuración que permita mejorar su función como útiles, supervicio y su relación con el hombre: tal es el quehacer del diseñador"*. ⁴⁴⁷
- El objeto esta relacionado directamente con la forma, ya que este es en sí mismo comunicación, dado que su forma tiene un mismo mensaje antepuesto a su materialidad

444 Vilchis, Luz del Carmen. Ob. cit. Pág. 59.

445 Idem. Pág. 52.

446 Idem. Pág. 62.

447 Idem. Pág. 62.

- La forma emite un mensaje visual de los objetos no se ha de ignorar ya que define su papel como medios de comunicación en diversos niveles: como portador de formas, como mediador de relaciones individuales, como agente transmisor en la cultura de los objetos, como indicador de status social, etc." ⁵⁴⁸

En este sentido al diseñador le corresponde proyectar claramente la disposición de las formas que serán sometidas a la percepción de los usuarios. Por esta razón es que a éste se le considera organizador de estructuras.

"El orden de los elementos formales se le denomina estructura y si disponemos de esos elementos de acuerdo a un criterio o punto de vista y además le asignamos una finalidad tendremos lo que se llama un sistema" ⁵⁴⁹

Por ello el diseñador debe buscar el ajuste entre forma y contexto.

El contexto es: *"el lugar en que ha de situarse el objeto; el uso que debe hacerse de él; es decir los métodos de fabricación y todo aquello que esté fuera de su área, es decir de lo que él parte y a lo que debe ajustarse."* ⁵⁵⁰

El contexto o contorno, se considera, adviene entonces a aquella parte del mundo tangible que determina la forma. La solución a un problema de diseño parte de la coherencia entre la forma y contexto y debe satisfacer las exigencias de ambos, de tal manera que el objeto resultante coexista con el contorno, logre con él un contacto sin esfuerzo. El entorno define el problema, la forma lo soluciona. ⁵⁵¹

4.21.7 FUNCIONALIDAD

Al respecto enseguida se menciona el papel de la funcionalidad.

DEFINICIÓN. Se refiere a la interrelación de tiempo y espacio entre los objetos.

"Los objetos, a partir de su interpretación funcional, integran la expresión de las culturas en el llamado complejo objetual o unidad funcional". ⁵⁵²

El aspecto funcional de los objetos dan lugar a un afán permanente de economía según el cual sobreviven únicamente aquellas formas que se resuelven con mayor calidad, técnica, esto quiere decir que tienden a permanecer las formas que se integran mejor a la función de los objetos.

Los objetos se presentan como unidades funcionales donde resulta imposible separar los elementos de la composición creativa.

CARACTERÍSTICAS. La estructura final de un objeto sigue a su función, en ocasiones la alcanza y en otras, la forma evoluciona siguiendo un proceso lento de adaptación, por lo que el objeto se estabiliza en su entorno o es eliminado.

"La función se precisa desde muchos puntos de vista: qué hace, cómo opera, cómo cambia, cuánto dura, cómo se adapta, etc., y todo ello en razón de los factores psicológicos y sociales que condicionan las necesidades". ⁵⁵³

[...] luego entonces podemos concluir que para mirar un objeto y examinar su función es necesario observar el momento histórico.

Es decir que en todo proyecto de diseño se deben considerar los elementos físicos, psicológi-

cos y tecnológicos correspondientes a las funciones de los objetos.

La complejidad funcional depende de:

Otros aspectos prácticos referidos a las relaciones entre producto y usuario.

Otros factores estéticos concernientes a la valoración subjetiva derivada de la percepción que intuye consideraciones respecto del color, la superficie, el sonido, las texturas, las dimensiones, etc.

Otros aspectos simbólicos concernientes al campo semántico de los objetos.

Es así que la finalidad del diseñador es lograr la cohesión formal de los objetos según su contexto.

Éste es el responsable de definir la configuración y sus efectos conforme a un cuidadoso proceso metodológico en donde deberá incluir:

- Los requisitos de la acción que se pretende obtener
- Las exigencias que su uso impondrá
- Las limitaciones de la tecnología utilizada
- El significado que, como signo, adquirirá la forma en su contexto cultural

El siguiente capítulo presenta el desarrollo y construcción del Web Site para La revista *La Risa de la Hiena*.

Capítulo V

En este capítulo se presenta el desarrollo y construcción del *Web Site* para La revista *La Risa de la Hiena*, se incluye también el proceso de diseño: bocetaje, retícula, justificación de forma, color uso, de tipografía y formato.

5. DESARROLLO Y CONSTRUCCIÓN

En seguida presentamos el equipo de trabajo y los objetivos de construcción.

5.1 EQUIPO DE TRABAJO DEL WEB SITE PARA LA REVISTA *LA RISA DE LA HIENA*

Como se mencionó en el capítulo 4 se requiere de un equipo de trabajo para la creación de un Web Site, a continuación presentamos el que realizará el Web Site para ésta revista.

Diseñador Gráfico:

(Director del proyecto). M. Patricia Reyes Ramírez

Escritor:

Luis Enrique Reyes Ramírez
Director de la revista

Programador:

Carlos Pérez Cortés

Externo:

Y la colaboración del consejo editorial de la revista de *La risa de La Hiena*.

5.2 LOS OBJETIVOS DE CONSTRUCCIÓN DEL SITIO DE LA REVISTA *LA RISA DE LA HIENA*

En el capítulo 1 se hace mención de los objetivos para la construcción del Site; es aquí

igualmente importante mencionarlos, a fin de no perder de vista cuales son los propósitos con que se debe construir este Sitio.

- Difundir por otros medios el producto editorial. (ampliar el público cautivo)
- Tener un espacio que refleje qué es la Revista y la proyecte en lugares que hasta el momento han sido inalcanzables. (difundir por otros medios la revista)
- Estar en contacto constante con el lector cautivo de la revista y atender las inquietudes de todos los visitantes del Site (actualización constante)
- Tener un espacio en el que el lector cautivo, pueda tener acceso a parte de los contenidos de los números publicados hasta el momento. (dejar ver algunos aspectos de cada número para que el visitante se motive a comprar y leer la revista)
- Abrir un espacio en donde se puedan consultar actividades culturales que se realicen principalmente en el Distrito Federal

A continuación se presentan los aspectos que se consideraron para la construcción del este sitio web.

ELEMENTOS QUE DEFINIERON EL SITIO	El equipo de trabajo detalló que los elementos que definirán al Sitio son: <ul style="list-style-type: none"> • El fondo será en blanco y negro • No debe exceder de 10 botones en el menú y para el submenú 8 como máximo • Que se actualice cada semana • Que tenga contacto continuo con el visitante • Que sea precisa, clara, funcional y divertida
TIEMPO DEDICADO AL DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN	Dos meses con un horario de 3 horas al día de lunes a viernes.
MANTENIMIENTO DEL SITIO	El mantenimiento a corto y largo plazo del Sitio estará a cargo de la diseñadora Martha Patricia Reyes Ramírez <ul style="list-style-type: none"> • Todos los fines de semana se actualizarán datos de algunas secciones que mantendrán informado al visitante sobre actividades culturales que se realizan en la ciudad de México • Cada tres meses, tiempo correspondiente a la periodicidad de la revista • Y cuando resulte algún evento relacionado con la revista
CONOCER AL VISITANTE	El visitante promedio para la revista será: Aquel que se desliza por la red de manera cotidiana. En este caso la página principal deberá ser tentadora con una mezcla de gráficos e información acerca del contenido de este sitio web.
TECNOLOGÍA	Requerimientos de tecnología para visualizar el web site de la revista <i>La risa de la Hiena</i> . El sistema será Windows 98, 2000, Milenium, XP y para Macintosh. El navegador será Internet Explorer versión 6.0.
ANCHO DE BANDA	El ancho de banda que un usuario podrá utilizar es: <ul style="list-style-type: none"> • Conexiones estándar Dial up • Módem estándar 56Kbp
CONTACTO	El usuario contactará al consejo editorial de la revista por medio de un: Correo electrónico al e-mail: larisadelahiena@yahoo.com.mx
CONTENIDOS AUDIOVISUALES	Producciones de audio (risa de hiena en los botones del menú principal).
SERVIDOR WEB	Se contratará un proveedor de servicios de Internet (ISP Internet Service Provider) Nombres disponibles para el dominio Larisadelahiena.com Larisadelahiena.com.mx
UTILIZACIÓN DE HARDWARE Y SOFTWARE	<ul style="list-style-type: none"> • El Site se diseñará en una PC con un procesador Pentium 4 2.8GHZ, disco duro de 80 GB 256 MB • Adquisición de web hosting con un ancho de banda de 1024 megas • Estadísticas de visitantes • Flash MX 2004

desarrollo





Desarrollo y construcción del Web Site de la revista La risa de La Hiena

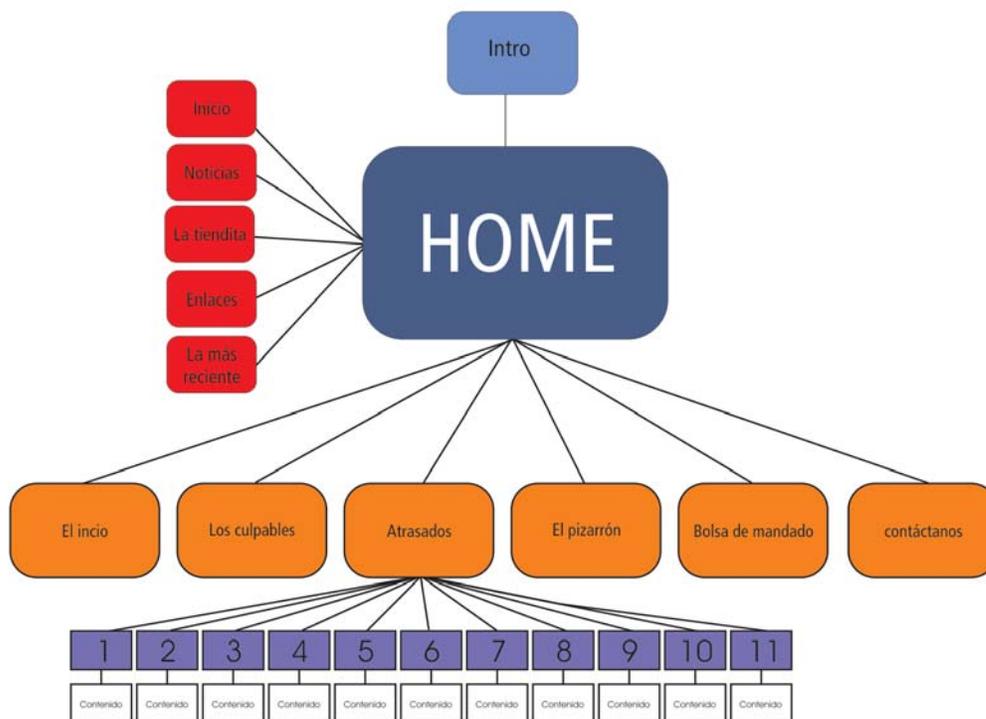
REGISTRO DE VISITANTES	El Site de la revista tendrá un contador para registrar el número de visitantes que accedan a él
COSTOS	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación por dos años de registro de dominio por \$ 290.00 + IVA • Contratación de alojamiento anual en web hosting con capacidad de \$ 700.00 + IVA <p>COSTOS POR EL DISEÑO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo y diseño del sitio web, formularios, foro y animaciones \$60 mil + IVA • Actualizaciones al mes de datos, fechas y fotos. (Apoyo y consulta técnica) \$1,500.00 + IVA
ESPECIFICACIONES DETALLADAS DE DISEÑO	<p>Elementos gráficos de cada una de las páginas de la revista</p> <ul style="list-style-type: none"> • Logotipos: la hiena en todas las páginas • Fondos: Colores Planos en Gama de negro • Botones: Que no excedan de 10 en el menú y 8 en el submenú porque no es recomendable usar más • Fotografías: Que los números de las revistas ya incluyen, así como el uso de portadas de cada uno en su color original • Formato: 600X800 pixeles por ser el formato ideal para web • Ilustraciones: Que los números de las revistas ya incluyen, así como la caricaturización de los integrantes del Consejo Editorial, porque se busca enriquecer imágenes con aspectos que le den un sentido sarcástico al site, mismo que posee la revista • Tipografías: Arial y la inserción de la identidad corporativa de la revista • Colores: Blanco y Tonalidades de negro, así como uso del color rojo y blanco en tipografía y los colores en RGB para las portadas de cada número publicado de la revista • Inserción de banner para anuncios de la misma revista o de otros productos que se quieran utilizar
COMPONENTES DE PROGRAMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Accion Scrips • Tablas y programación de base de datos
DIFUSIÓN	<p>A continuación se enlistan los lugares posibles en donde la dirección URL de la página principal de la revista aparecerá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anuncios en papel • Anuncios en radio y televisión • Puntos y zonas muy concurridas que tengan que ver con la organización • Tarjetas • Papelería • Correspondencia y pedidos • Publicaciones y materiales de promoción • Lanzamientos en prensa • Carteles
CARGOS Y FUNCIONES	<p>RASTREO El encargado de realizar el rastreo de Sitio será Luis Enrique Reyes Ramírez</p> <p>MANTENIMIENTO El encargado de mantenimiento será Martha Patricia Reyes Ramírez</p> <ul style="list-style-type: none"> • El mantenimiento consistirá en subir la información pertinente de cada nueva revista que se publique • Actualizar los contenidos de información importantes para el visitante • Verificar que todo el Site funcione en perfectas condiciones. • Publicar eventos reelevantes como: presentaciones, convocatorias, etc.



5.3 ESTRUCTURA DEL SITIO

La forma de estructura para el Site se eligió por jerarquías, ya que es el que mas se adecua a los contenidos de este Sitio, ya que el incluir un Home de inicio permite introducirse de manera fácil a las publicaciones anteriores y por ser el ideal para corporaciones.

Esquema para el Web Site de la revista “La Risa de La Hiena”



desarrollo

5.4 ETAPA DE PREPARACIÓN

NOMBRE DE LA PÁGINA	CONTENIDO PARA LAS PÁGINAS DEL MENÚ PRINCIPAL
En el home page	<p>Sirva esta primera oportunidad para agradecerte que veas el presente Site en tu pantalla. Te advertimos que encontrarás un contenido diverso, por lo que no es necesario que lo leas todo, aunque nos gustaría que lo hicieras. Tus críticas nos parecen oportunas; así que te invitamos a que las hagas. Las tomaremos en cuenta. Sí, ya sabemos que no tiene nada que ver el El Colegio de San Ildefonso con La Coprofilia; no obstante, creemos que la apreciación estética no debe cerrarse a lugares ni tiempos.</p> <p>Sí buscas tratados sobre la metáfora o la verdad en la literatura, <i>Eres</i> resulta una mejor opción. Si por el contrario, te inquieta el último romance de Paulina Rubio, te sugerimos consultar <i>El Paradigma de las Contradicciones</i>, disponible en la biblioteca del Colegio de México.</p> <p>En este Sitio te tentamos a quebrantar tus immaculados hábitos de la buena lectura, a enterrar tus buenas costumbres, a turistear por nuestro menú y adoptar como penitencia la lectura de las hojas siguientes. No esperes que te digamos aquí de qué se tratan los números de nuestra revista. Recórrela y córrrela; descubre en dónde se origina <i>La risa de La Hiena</i>. Luis Enrique Director de la revista</p>
El comienzo	<p>La risa de La Hiena es un conglomerado de siete dementes que decidieron dedicar su tiempo libre en algo positivo. Aprovecharon sus habilidades natas de fabulosos escritores y salieron a la búsqueda de maravilloso material literario que existe, pues hasta ese momento ellos no tenían nada.</p> <p>Más en serio, podemos agregar que <i>La risa de La Hiena</i> es una revista literaria de corte campechano que ha editado hasta el momento quince números (Pecados Capitales, Cuatro Elementos, Niños, Pedro, El Círculo, Adan y Eva, Cerveza, De vivos y muertos, Feliz Navidad, Perro, Futbol, Coprofilia, Belleza, Negro y Quentin Tarantino en este último un ensayo de Jorge Ayala Blanco), con la firme intención de continuar invadiendo las mentes más lúcidas. "Yo no sé de qué se ríe la Hiena, si todo el tiempo come carroña y coge dos veces al año". El anterior comentario se extrajo del libro <i>Dos Crímenes</i> de Jorge Ibargüengoitia, el cual da validez al tono sarcástico y desenfadado que toma aquí el quehacer literario. Te invitamos a que conozcas estas páginas y nos regales el comentario que más te merezca de esta propuesta.</p>
Los culpables	<ul style="list-style-type: none"> • Jaime Ángeles Ramírez; Diseñador Gráfico egresado de la ENAP-UNAM, aficionado a las tentaciones humanas y al cine, también adora la literatura. • Luis Enrique Reyes; en 1993 ingresó al Conservatorio Nacional de Música a la Licenciatura en Composición, donde encontró su verdadera vocación: se volvió editor. • Luis Enrique Torres; Diseñador Gráfico egresado de la ENAP-UNAM, divide su tiempo entre un trabajo más o menos serio, tocar música escasamente sería y editar una revista que carece de seriedad. Es neurótico y no tiene tiempo libre. • Víctor Sánchez Varas; Egresado de Ciencias de la Comunicación Educativa, del CUM, con afinidad a expresiones artísticas como música, video, fotografía y literatura. Arropa entre sus tesoros una baqueta del baterista Iron Maiden • Sergio Reyes Ramírez; estudiante de la Escuela Nacional de Música de la UNAM, enamorado de la música y como Juan Charasqueado de las mujeres. Habla poco pero piensa mucho. • Martha Patricia Reyes Ramírez; Diseñadora Gráfica egresada de la ENAP-UNAM, cantante por afición. Encargada de revivir a Dalí y conseguir una entrevista. • Mario Villegas Riojano; Comunicador Visual egresado de la ENAP-UNAM, Especialista en ilustración animada, éste enfermo personaje adora el basquet y aborrece el futbol (le rompieron la pata pambolenado) si quieres conocerlo te puedes acercar a él, pero por favor no lo toques no soporta que lo hagan.
Atrasados	<p>Estos son nuestros números atrasados. Te invitamos a conocer parte de su contenido y esperamos nos escribas tus cometarios. Y la editorial y contenidos de cada número atrasado.</p>
Bolsa de mandado	<p>En la bolsa de mandado se cambiará el contenido dependiendo de lo que el consejo redacte, los textos se relacionarán con eventos culturales en donde se invite al visitante a acudir a estos lugares recomendables.</p>
Contáctanos	<p>Sólo se incluirá el correo de la revista que es larisadelahiena@yahoo.com.mx</p>

Estos son los textos que se consideraron para el Menú principal :

NOMBRE DE LA PÁGINA	CONTENIDO PARA LAS PÁGINAS DEL SUBMENÚ PRINCIPAL	
NOTICIAS	<p>En esta página se incluirá texto de presentaciones próximas o eventos que sean relevantes en torno a la revista , como se muestra a continuación: LA RISA DE LA HIENA Revista Literaria de Corte Campechano LA BELLEZA Presentan: Carlos Martínez Rentería (Generación) Javier Hernández Chelico (La Jornada) Ediciones Susana San Juan y los Siete Granditos en su trigésima edición de la revista literaria de corte campechano LA RISA DE LA HIENA, invita a la presentación del número dedicado a LA BELLEZA, en el MUSEO NACIONAL DE CULTURAS POPULARES, ubicado en Av. Hidalgo 289, Colonia del Carmen, Coyoacán. México, D.F. (Tels. 9172 8840, ext. 126), el</p>	<p>próximo viernes 21 de septiembre de 2005 a las 18:00 horas. Quinta Margarita. Entrada Libre. Bandas invitadas: FRIDA TRAVIES@ Informes: 57 00 66 47, 58 45 58 02, 57 01 16 21 y 57 00 61 29 larisadelahiena@yahoo.com.mx Reenvía este mail. GRACIAS POR TU APOYO!</p>
LA TIENDITA	<p>La risa de La Hiena se vende en: Gandhi -M.A. Quevedo, Librerías La Jornada-Alvaro Obregón, El Juglar-San Ángel El Laberinto-Donceles Primero Sueño-Claustro de Sor Juana El Hallazgo-Condesa/Roma Tianguis Cultural del Chopo</p>	<p>Domicilio particular: Oriente 255-D No. 18 Col. Agricola Oriental C.P. 08500 Por Phone a: 5700 6647 • 5845 5802 5756 6739 • 5701 1621 <i>Te la llevamos a donde nos digas, ya sea el número nuevo o atrasados</i></p>
ENLACES	<p>Los siguientes enlaces son recomendaciones que te pueden interesar, visítalas www.ficiticia.com .mx www.llevamecontullder.com www.fuga.com.mx</p>	<p>www.dracko.com.mx www.tvdement.com http://axxon.com.ar/axxon.htm www.rocksonico.com www.radiogudalupe.com</p>
LA MÁS RECIENTE	<p>ESTE TEXTO E IMAGEN CAMBIARÁ CONFORME LA EDITORIAL DE LA REVISTA MÁS RECIENTE</p> <p>La pregunta surge brillante, espontánea, la plantea un tal Rodrigo Corona: ¿Porqué si el Jack Rabit Slim's es un restaurante que por meseros tiene a dobles de Marilyn Monroe y Ed Sullivan, no ocurre que cuando Vincent Vega (Travolta) ingresa al lugar, sea el propio Travolta en su personaje de Fiebre de sábado por la noche quien atienda a Mia Wallace y a su acompañante?</p> <p>Queríamos celebrar los cinco años que cumple La Hiena, con un homenaje al director de cine que alimentó algunas de nuestras más entrañables perversiones; se trataba de hablar del entusiasmo que nos provoca el descubrir que en Kill Bill, en la escena en la que La novia (Uma Thurman) yace sangrando en suelo, justo al momento de la disolución, va a aparecer, breve y sutil, el rostro de Jesucristo, para enseguida devolvernos a la cara de Thurman mientras recupera su salud en un hospital; pretendíamos repetir una vez más el bizarro Ezequiel 25:17 que Jules pronuncia toda vez que se dispone a matar a alguien; sin embargo se nos deformó la fiesta, extraviamos las serpentinatas, el confeti en lugar de</p> <p>redondo se tornó cuadrado y no hubo vinatería abierta donde comprar cerveza; dicho de otra forma: un porcentaje importante de nuestros colaboradores prefirió hablar de asuntos tales como ese error de continuidad que, en Pulp Fiction, representa la bala incrustada en la pared aún antes de que el tipo oculto en el baño salga y dispare sobre las cabezas de Travolta y Jackson sin atinar cuando menos una vez. De la mano acrocriticó de cine Jorge Ayala Blanco, quien por fortuna ha aceptado formar parte de nuestro consejo consultivo, te proponemos este delicioso anti-homenaje dedicado a Quentin Tarantino, que seguro es una mejor manera de mantenernos fieles a nuestra línea editorial; qué rinda pues la bebida y que no pare el antifestejo.</p> <p>¿La respuesta a la pregunta que dio comienzo a esta editorial? Muy simple: Tarantino aborrece la música disco y habría sido incapaz de vestir a Travolta con traje blanco de solapas inmensas mientras bailaba una rola de The Bee Gees.</p>	

5.5 LAS IMÁGENES (ILUSTRACIONES, FOTOGRAFÍAS, GRÁFICOS)

Aquí se muestran las imágenes que se seleccionaron para las distintas páginas que contendrá este Web Site.

EL TEXTO

IMÁGENES

PARA MENÚ PRINCIPAL

PÁGINA: HOME PAGE

En todas las páginas se incluire estas dos imágenes, la identidad y la portada de la revista que sea más reciente.



PÁGINA: EL COMIENZO

Las imágenes que se incluyen son de una hiena hecha de cartonería que está dispuesta a manera de display para mostrar la revista, así también los bustos de los integrantes del Consejo Editorial.

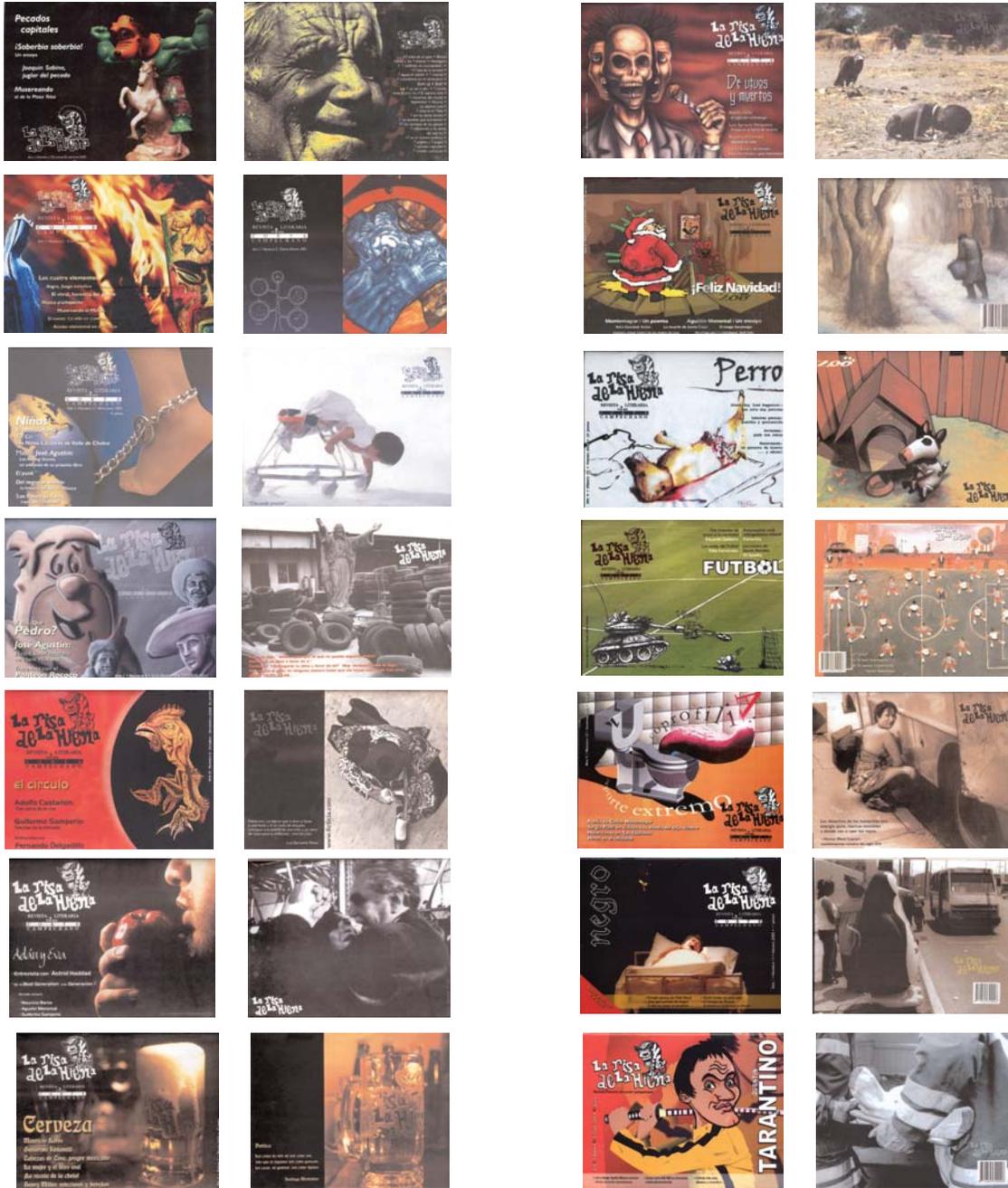


PÁGINA: LOS CULPABLES

Aquí aparecerán de cuerpo completo los integrantes. Estas caricaturas se hicieron específicamente para el *site a fin* de proponer elementos que contribuyan al sentido sarcástico y desenfadado que caracteriza a la revista. Cada una de estas imágenes representa lo que cada integrante es y realiza dentro de esta Editorial.



PÁGINA: ATRASADOS



desarrollo

TEXTO

PÁGINA: BOLSA DE MANDADO

Se incluirá el manejo de imagen y texto que generalmente es usado en la revista, aunque aquí se le sugirió al consejo utilizar la tipografía de su identidad con el fin de unificar los elementos que en cada número de la revista se utilizan.

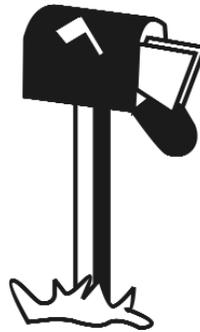
IMAGENES

La bolsa del mandado



PÁGINA: CONTÁCTANOS

En esta página se incluye la hiena junto a un buzón que invita al visitante a mandar sus sugerencias y comentarios.



PARA SUBMENÚ

Se incluirá una imagen en la página de "Enlace" y otra imagen excepto para el enlace de **la revista más actual**, ésta cambiará cada que salga un nuevo número de la revista.



A continuación se presenta la propuesta del Intro que eligió para este Site.

5.6 JUSTIFICACIONES DE DISEÑO DEL INTRO QUE SE PROPONE PARA ESTE WEB SITE

En seguida se hace mención a las consideraciones que se tomaron en cuenta para el intro.

En el capítulo 4 se mencionó que al utilizar elementos de multimedia, si es que se utilizan deberán ser directos, rápidos, y concisos, aquí se propone un intro que contendrá:

APLICACIONES DE FORMAS

Se propone un contexto que nos ubica en el cine mudo por dos razones.

Primero: Hacer una propuesta que sea atractiva para introducir al visitante en un contexto sarcástico y desenfadado (como la revista) haciendo uso de elementos del cine mudo.

SEGUNDO: La revista en sus interiores está impresa en escala de grises, motivo por el cual se buscó algún elemento visual que nos ayudara a relacionar cómo es la revista y el cine mudo tiene como aspecto primordial el uso de la pantalla a blanco y negro.

Se partió del mismo formato 600X800 que en la plantilla de los contenidos que se mostraron en el punto anterior, se propone un un margen que contextualiza a el cine negro, también se utilizan líneas discontinuas que aparecen frecuentemente por todo el formato para enfatizar el contexto de cine mudo.

RAZONES DE USO DEL COLOR

Aquí se respetaron los colores que utiliza el cine mudo para poder contextualizar esa imagen que tenemos del cine mudo que es el uso de pantalla a blanco y negro.

USO DE TIPOGRAFÍA

Se utilizó una tipografía con remates (serif) para dar una variación de lo que se va ocupar en los contenidos.

El tipo de fuente es Times new roman por que es una fuente que de forma común tiene cualquier computadora.

El texto tiene una alineación en piña.

JUSTIFICACIÓN RETICULAR

Se utilizará una diagramación aurea (la misma que se va a utilizar para la plantilla de los contenidos).

LOS CUDROS

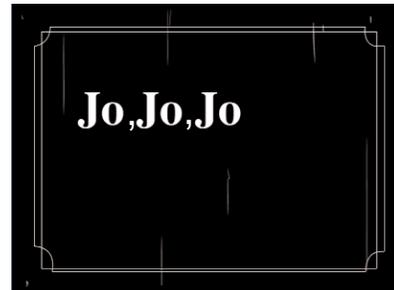
Se utilizara el intro en seis cuadros y no más para que sea concreto y no causar una distracción o aburrimiento hacia el visistante.

INTRODUCCIÓN PARA EL SITE

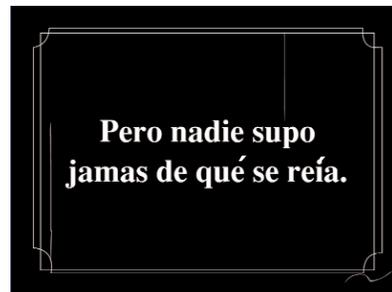
PRIMER CUADRO



QUINTO CUADRO



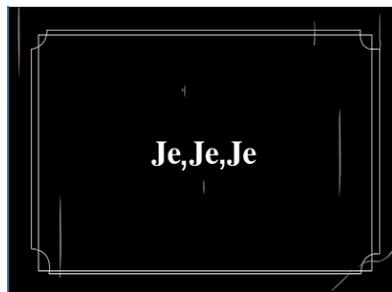
SEGUNDO CUADRO



SEXTO CUADRO



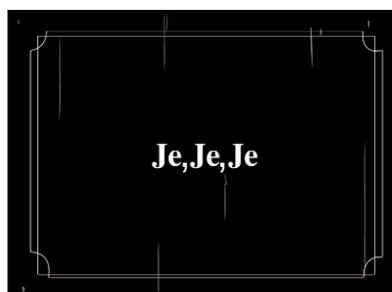
TERCER CUADRO



SÉPTIMO CUADRO



CUARTO CUADRO



OCTAVO CUADRO

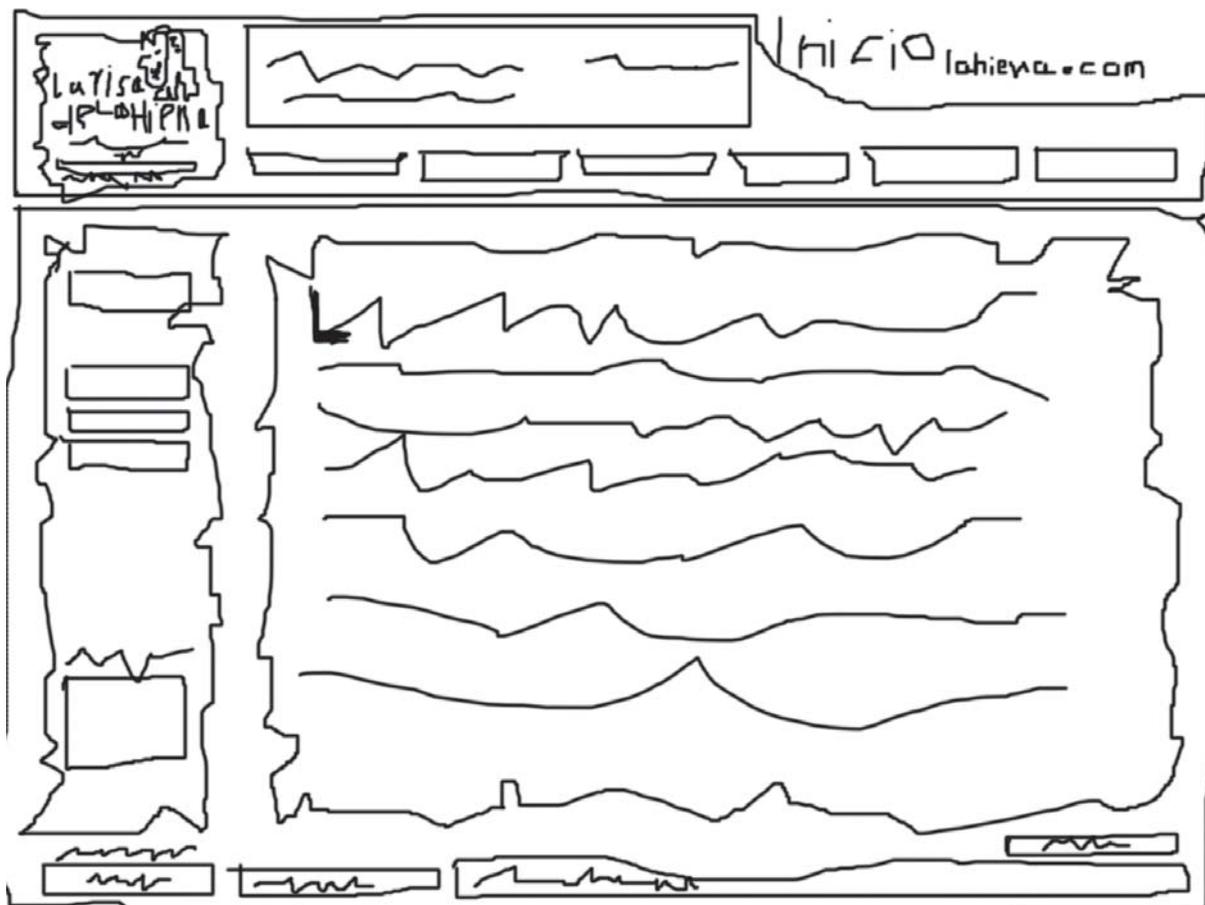


5.7 PREPARAR EL BOCETO, DIAGRAMACIÓN Y ESTRUCTURA BASE

En seguida se muestra el proceso que se siguió para la construcción del sitio:

BOCETO DE PLANTILLA PARA EL WEB SITE DE LA REVISTA LA RISA DE LA HIENA

Después de un proceso de bocetaje aquí se puede observar la propuesta de la que finalmente se partió para crear la plantilla del sitio.

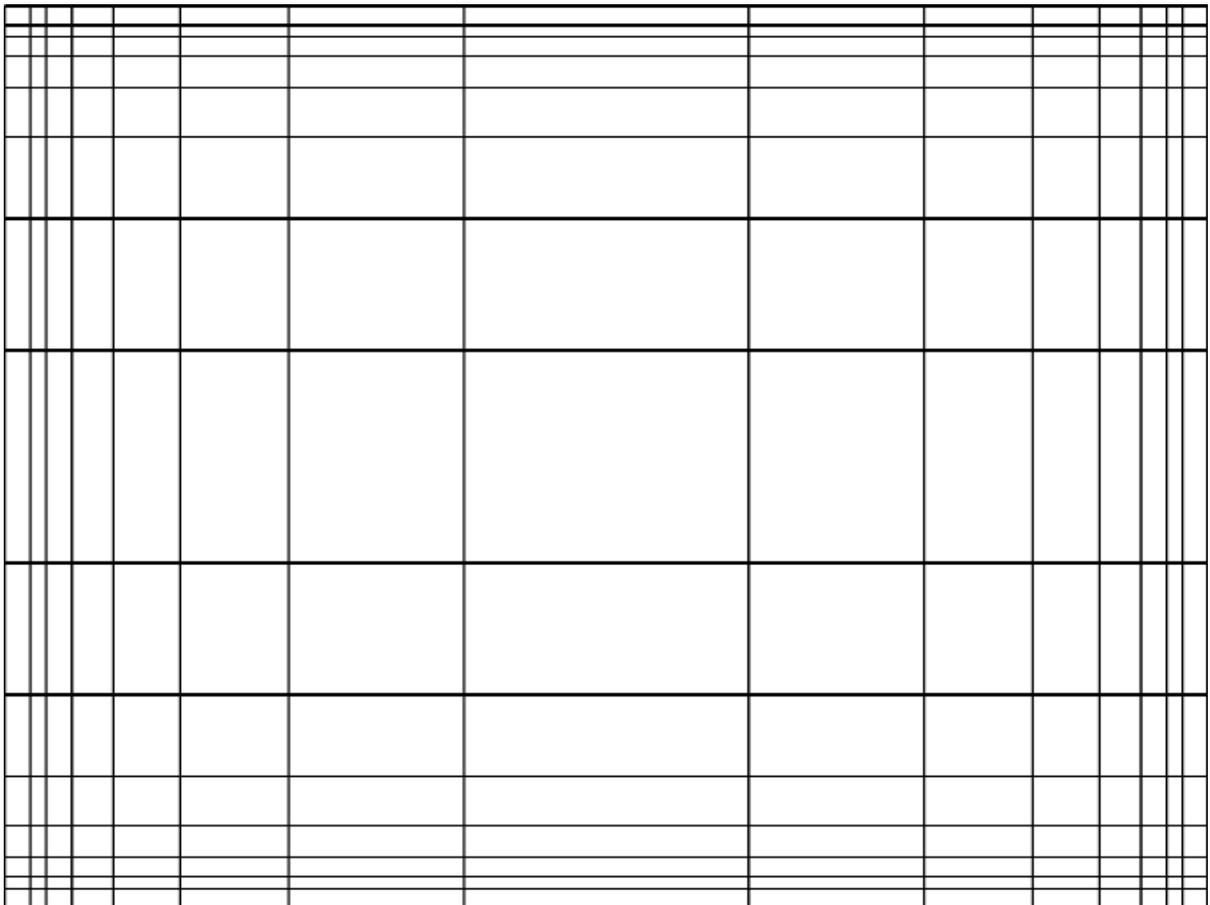


desarrollo



DIAGRAMACIÓN DE PLANTILLA PARA EL WEB SITE DE LA REVISTA *LA RISA DE LA HIENA*

La retícula que se utilizó para este Site parte de una diagramación áurea, la cuál permitirá que las páginas mantengan un ritmo, sin que por ello sean aburridas sino al contrario mantengan un orden en sus elementos.



5.8 JUSTIFICACIONES GENERALES DE DISEÑO

A continuación se presentan las consideraciones de diseño que se tomaron en cuenta para la plantilla que se utiliza en todas las páginas.

APLICACIÓN DE FORMAS

Se eligió una aplicación estilo papiro como propuesta, con el propósito de exponer una forma que sea distinta a las comunes (rectangulares de la mayoría de los Sites) como se expuso en la investigación, los sitios de Internet manejan formatos rígidos pues las opciones que se tienen con el *HTML* no permiten muchas opciones, pero, aquí proponemos manejar en flash de Macromedia una manipulación de formas creativas en la plantilla (formato para todas las páginas), pues se pueden mantener los parámetros establecidos, y así conseguir una visualización agradable (como en este caso es el juego con el papiro).

El espacio más grande es para enfatizar el contenido textual de cada página, a fin de que el lector-visitante, diriga su vista en primera instancia al sector de color blanco, que en este caso es el único espacio donde se modificara los contenidos, los demás elementos se mantendrán iguales a fin de no distraer al visitante y acostumbrar su vista a un ambiente que se mantenga uniforme en toda la visita de este Site.

Por otra parte se mantiene este guiño de elementos, en forma de papiro para conservar una unificación; es así que este recurso también se aplica como envolvente en la identidad gráfica de la revista y en el submenú.

En el caso de los botones se busca mantener una forma rectangular, ya que es importante que el visitante visualice e identifique de forma rápida los temas de navegación y porque también es significativo mantenerlos en una figura que

sea más regular para mantener un equilibrio, para que sean localizados de forma explícita.

El envolvente mayor mantiene un formato de 600X800 píxeles a fin de evitar el uso de las barras de desplazamiento y se visualice el todo de los elementos formales propuestos.

LA PARTE SUPERIOR DE LAS PÁGINAS

Superior izquierda. Se mantendrá la identidad gráfica de la revista en todo el Site, ya que es importante presentar el sello corporativo del que se está haciendo referencia, es decir de quién es la página.

Superior derecha. En todo el Site se mantendrá un encabezado que nos indique de qué se esta hablando en cada página, para tener una idea más inmediata de los contenidos.

También se conservará en todas las páginas el nombre de dominio, pues es importante hacer énfasis del sitio que se está visitando y también si en un momento dado el visitante desea imprimir algún documento del Site sepa de donde lo extrajo.

Superior de en medio. Se propone designar este espacio (recuadro) al uso de un banner (espacio dedicado para anunciar cualquier tipo de información, ya sea referente al mismo sitio o para algún otro; incluso para cualquier producto comercial, etc.)

LA PARTE INFERIOR DE LAS PÁGINAS

Inferior izquierda. Se propone para mantener un control (contador) de las personas que han visitado el sitio.

Inferior derecha. Se propone al uso de los derechos reservados de la revista a fin de que el visitante sepa quien es el responsable de los contenidos.

desarrollo





Desarrollo y construcción del Web Site de la revista *La risa de La Hiena*

Inferior central. Este espacio será dedicado a indicar quién diseñó el Site, a fin de informar quién es el responsable de la creación del sitio.

RAZONES DE USO DEL COLOR

Se eligió el color blanco y el negro mezclados, porque utilizados juntos crean un contraste de tonos más acentuado, con un máximo de legibilidad, puesto que el producto que se está exhibiendo en este Site es en gran parte de textos, el uso de estos colores se hace más conveniente, además de que son ideales para imprimirse.

Por otra parte es la forma más conveniente de encontrar una identificación directa con el estilo de la revista *La risa de La Hiena*, puesto que en su mayoría esta impresa en escala de grises, elemento muy particular de la revista, (si se utilizan otros colores se corre el riesgo de perder esa relación (revista-web *Site*), también el uso mayoritario del blanco y el negro ayudarán a enfatizar los elementos que se quieren destacar y que irán en colores cromáticos, como es el caso de las portadas y las ilustraciones que se han tomado para ilustrar el *Site*.

Se utilizaron estos contrastes para definir los elementos con mayor eficacia.

En otros casos se aplicó gama tonal de grises, es decir negro con diferentes porcentajes, (encabezados de página) para crear variaciones de intensidad que resultan muy eficaces e interesantes cuando se combinan, entre las formas, figuras y fondos.

EL USO DE TIPOGRAFÍA

La fuente que se propone es Arial (sanserif), por ser una tipografía de lectura fácil y porque es común que cualquier máquina la tenga instalada.

En los botones se utilizó letra calada en blanco para dar un sentido formal de espacios negativos, con el fin de crear un diseño que sugiera irrealidad.

En los contenidos (parro de fondo blanco) se utiliza la misma fuente en color negro, utilizando esta combinación para facilitar la legibilidad.

En algunas partes de las páginas se hará la aplicación del color rojo en tipografía para destacar algunos contenidos que así lo requieren, se utilizó este y no otro color por ser de un color más y en este sentido cumple su función.

JUSTIFICACIÓN RETICULAR

Se utilizó una diagramación áurea, que parte de un formato de 600X800 píxeles.

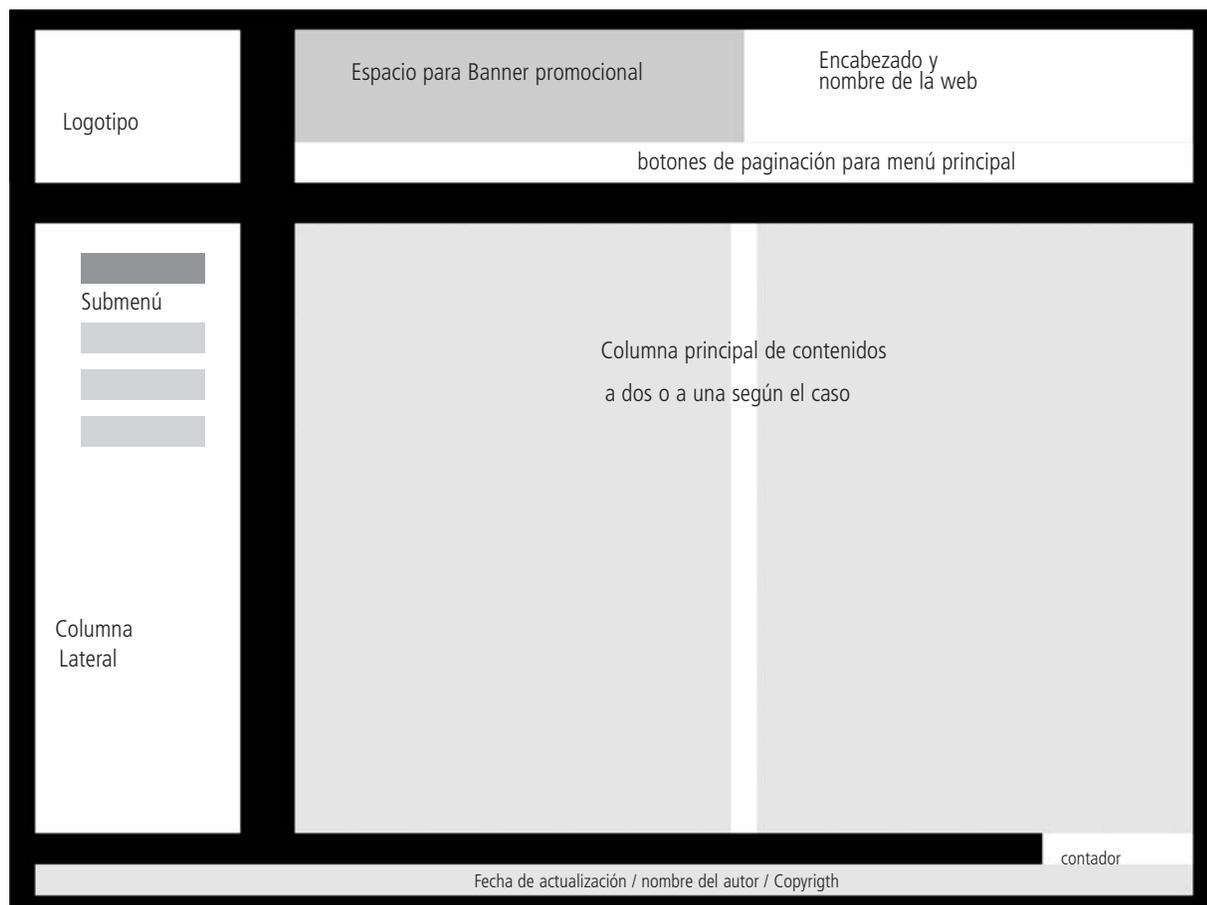
Así mismo se hará uso de columnas, para encajar los contenidos más relevantes.

A continuación se presenta la propuesta gráfica que se obtuvo como resultado de lo planteado en los capítulos anteriores.



ESTRUCTURA BASE LA DE PLANTILLA PARA EL WEB SITE DE LA REVISTA LA RISA DE LA HIENA

Para la estructura base se consideraron los siguientes elementos, logotipo, espacio para el banner promocional, encabezado, y el nombre de la página que se está visitando (www.larisadelahiena.com), mismo que parecerá en todas las páginas por si el visitante decide imprimir una página en específico sepa de donde sacó la información, botones de paginación para el menú principal (El comienzo, Los culpables, Atrasados, El pizarrón, Bolsa de mandado, contáctanos); el submenú (Inicio, Noticias, La tiendita, Enlaces). Un espacio (columna principal de los contenidos a una o dos columnas), asignado para ubicar los contenidos, texto, imágenes; que ayudan a conocer y ubicar a la revista.



desarrollo



5.9 DISEÑO DEL WEB SITE DE LA REVISTA LA RISA DE LA HIENA

Como se mencionó en el apartado anterior de justificaciones generales de diseño, se propone una plantilla para todas las páginas, lo único que varía es el contenido que estará ubicado en el papiro de fondo blanco, y el título de página para contextualizar de qué se está hablando en cada página.

MENÚ PRINCIPAL

Del menú principal se consideran las siguientes páginas: El comienzo, Los culpables, Atrasados, El pizarrón, Bolsa de mandado y Contáctanos.

PÁGINA: DE INICIO

Después de la introducción, es la página que se despliega primero, es en donde se puede observar de forma específica la disposición que tendrán los elementos que se muestran en el esquema anterior. Esta página llamada inicio, presentará un texto introductorio para contextualizar al visitante con lo que es la publicación.

The screenshot shows the homepage of the website. At the top left is the magazine logo 'La risa de La Hiena' with the subtitle 'REVISTA LITERARIA del COLEGIO CAMPECHANO'. To the right is a banner that reads 'ESTE ES UN ANUNCIO DESCARADO COMPRA LA HIENA' and the URL 'IarisdelaHiena.com'. Below the banner is a horizontal menu with items: 'El comienzo', 'Los culpables', 'Atrasados', 'El pizarrón', 'Bolsa de mandado', and 'Contáctanos'. On the left side, there is a vertical menu with buttons for 'Inicio', 'Noticias', 'La tienda', and 'Enlaces'. Below this is a section titled 'La más reciente' featuring a book cover 'TARAN TINO'. The main content area has a white, torn-paper background with the following text:

Sirva esta primera oportunidad para agradecerte que veas el presente Site en tu pantalla. Te advertimos que encontrarás un contenido diverso, por lo que no es necesario que lo leas todo, aunque nos gustaria que lo hicieras.

Tus criticas nos parecen oportunas así que, te invitamos a que las hagas. Las tomaremos en cuenta.

Si, ya sabemos que no tiene nada que ver el *El Colegio de San Ildefonso con La Coprofilia*; no obstante, creemos que la apreciación estética no debe cerrarse a lugares ni tiempos.

Si buscas tratados sobre la metáfora o la verdad en la literatura, *Eres* resulta una mejor opción.

Si, por el contrario, te inquieta el último romance de Paulina Rubio, te sugerimos consultar *El Paradigma de las Contradicciones*, disponible en la biblioteca del Colegio de México.

En este Sitio te tentamos a quebrantar tus inmaculados hábitos de la buena lectura, a enterrar tus buenas costumbres, a *turistear* por nuestro menú, y adoptar como penitencia la lectura de las hojas siguientes.

No esperes que te digamos aquí de qué se tratan los números de nuestra revista. Recórrela y córrela; descubre en dónde se origina *La risa de La Hiena*.

Luis Enrique
Director de la revista

At the bottom of the page, there is a footer with 'Última actualización: 00/00/05', 'Diseño Patricia Reyes', 'Copyright © iarisdelaHiena.com / derechos reservados: 04-2001-040510182200-102', and a 'Contador' widget.

PÁGINA: EL COMIENZO

En esta página "El comienzo" se incluye una imagen de una hiena de cartón que comúnmente se utiliza en las presentaciones de la revista, un texto que sirve como una explicación de cómo empezó el Consejo Editorial de la revista y la conformación de la misma. Asimismo aparece en la columna derecha el busto de los integrantes con su respectivo nombre, para que el visitante conozca a los integrantes de este producto editorial. La disposición de los elementos en este caso, fue a partir de dos columnas con la finalidad de darle mayor importancia a la información y utilizar la columna derecha como información adicional.



ESTE ES UN ANUNCIO DESCARADO
COMPRA LA HIENA

Comienzo
larisadelahiena.com

El comienzo Los culpables Atrasados El pizarrón Bolea de mandado Contáctanos

Inicio

Noticias

La tiendita

Enlaces

La más reciente
TARANTINO



La risa de *La Hiena* es un conglomerado de siete dementes que decidieron dedicar su tiempo libre en algo positivo. Aprovecharon sus habilidades natas de fabulosos escritores, y salieron a la búsqueda de maravilloso material literario que existe pues hasta ese momento ellos no tenían nada.

Más en serio, podemos agregar que *La risa de La Hiena* es una revista literaria de corte campechano que ha editado hasta el momento quince números (*Pecados Capitales*, *Cuatro Elementos*, *Niños*, *Pedro*, *El Círculo*, *Adan y Eva*, *Cerveza*, *De vivos y muertos*, *Feliz Navidad*, *Perro*, *Futbol y Coprofilia*, *Belleza*, *Negro* y *Quentin Tarantino* en este último publicación de un ensayo de Jorge Ayala Blanco), con la firme intención de continuar invadiendo las mentes más lúcidas.

"Yo no sé de que se ríe la Hiena, si todo el tiempo come carroña y coge dos veces al año". El anterior comentario se extrajo del libro *Dos Crímenes* de Jorge Ibarguengoitia, el cual da validez al tono sarcástico y desenfadado que toma aquí el quehacer literario.

Te invitamos a que conozcas estas páginas y nos regales el comentario que más te merezca de esta propuesta.

	Jaime Ángeles Ramírez
	Luis Enrique Reyes
	Luis Enrique Torres
	Mario Villegas Riojano
	Patricia Reyes Ramírez
	Sergio Reyes Ramírez
	Victor Sánchez Varas

Última actualización: 00/00/05 Diseño Patricia Reyes Copyright © larisadelahiena.com / derechos reservados: 04-2001-040510182200-102 Contador

desarrollo



154

PÁGINA: LOS CULPABLES

Como segunda liga correspondiente al orden del menú principal, se muestra la página llamada "Los culpables" en ella como propuesta se muestran imágenes en forma de caricatura de cada uno de los integrantes del consejo editorial, con el fin de manejar la línea sarcástica con que la revista se maneja. Estas imágenes se presentan con un equilibrio entre ellas y el texto; considerando que lo más importante es la información.

La Risa de La Hiena
REVISTA LITERARIA
CAMPECHANO

ESTE ES UN ANUNCIO DESGARRADO
COMPRA LA HIENA

Culpables
larisadelahiena.com

El comienzo Los culpables Atrasados El plzarrón Bolsa de mandado Contáctanos

Inicio
Noticias
La tienda
Enlaces

La más reciente
TARANINO

Jaime Angeles Ramirez: Diseñador Gráfico egresado de la ENAP-UNAM, aficionado a las tentaciones humanas y al cine, también adora la literatura.

Luis Enrique Reyes: en 1993 ingresó al Conservatorio Nacional de Música a la Licenciatura en Composición, donde encontró su verdadera vocación: se volvió editor.

Luis Enrique Torres: Diseñador Gráfico egresado de la ENAP-UNAM, divide su tiempo entre un trabajo más o menos serio, tocar música escasamente seria y editar una revista que carece de seriedad. Es neurótico y no tiene tiempo libre.

Victor Sánchez Varas: Egresado de Ciencias de la Comunicación Educativa, del CUM, con afinidad a expresiones artísticas como música, video, fotografía y literatura. Arropa entre sus tesoros; una baqueta del baterista Iron Maiden

Sergio Reyes Ramirez: estudiante de la Escuela Nacional de Música de la UNAM, enamorado de la música y como Juan Charraqueado de las mujeres. Habla poco pero piensa mucho.

Patricia Reyes Ramirez: Diseñadora Gráfica egresada de la ENAP-UNAM, cantante por afición. Encargada de revivir a Dali y conseguir una entrevista.

Mario Villegas Riojano: Comunicador Visual egresado de la ENAP-UNAM. Especialista en ilustración animada, este enfermo personaje adora el basquet y aborrece el futbol (le rompieron la pata pambolado) si quieres concierto te puedes acercar a él, pero por favor no lo toques no soporta que lo hagan

Última actualización
00.00.05 Diseño Patricia Reyes Copyright © larisadelahiena.com / derechos reservados: 04-2001-040510182200-102

Contador

PÁGINA: ATRASADOS

Conforme al mismo orden, aparece la página "Atrasados", ésta se refiere a los números que se han publicado anteriormente. La dinámica consiste en que cada número de la revista, al poner el usuario el cursor encima de cualquier portada, se vinculará directamente con parte del contenido del número que haya elegido. Es decir que un visitante puede elegir algunos de los contenidos que ya fueron publicados en ese número como se muestra en la siguiente imagen.

La disposición de las imágenes es muy sencilla, el orden de acomodo fue de izquierda a derecha, de arriba hacia abajo conforme la fecha y número de aparición, para agilizar el acceso a cada número de una forma sencilla.

La Tiza de la Hiena
REVISTA LITERARIA
CORRI
CAMPECHANO

ESTE ES UN ANUNCIO DESCARADO
COMPRA LA HIENA

Atrasados
larisadelahiena.com

El comienzo Los culpables Atrasados El plzarrón Bolsa de mandado Contáctanos

Inicio
Noticias
La tiendita
Enlaces

La más reciente
TARANTINO

Estos son nuestros números atrasados. Te invitamos a conocer parte de su contenido y esperamos nos escribas tus comentarios.

Última actualización: 00/00/05
Diseño Patricia Reyes
Copyright © larisadelahiena.com / derechos reservados: 04-2001-040510182200-102

Contador

desarrollo

PÁGINA: EJEMPLO DE UN NÚMERO ATRASADO

Esta página es el ejemplo de cómo se muestran los contenidos de cada número, es importante aclarar que sólo se incluyeron de tres a cuatro textos o artículos por número, esto para mostrarle únicamente una parte del contenido al visitante (lector o posible lector de la revista) y así motivarle a adquirir el número que está revisando (visitando) o cualquier otro.

También aparecerá del lado derecho el texto correspondiente a la editorial que se haya publicado en el número que se está visitando. Los elementos tienen un acomodo a dos columnas y del lado derecho se colocó la imagen de la portada que se está consultando.

La risa de La Hiena
REVISTA LITERARIA
de los
CAMPECHANOS

ESTE ES UN ANUNCIO DESCARADO
COMPRA LA HIENA

Elementos
larisadelahiena.com

El comienzo Los culpables Atrasados El pizarrón Bolsa de mandado Contáctanos

Inicio

Noticias

La tiendita

Enlaces

La más reciente
TABANILINO

Número 2
Los cuatro elementos
La sirena /
Marcial Fernández
(página 2)

Angra: incendio voraz
una llamarada /
Enrique Torres
(Página 10)

Nos pertenecen los
sueño en préstamo /
Max Ramos
(página 16)

¡Vientos!

Última actualización

00/00/05

Diseño Patricia Reyes

Copyright © larisadelahiena.com / derechos reservados: 04-2001-040510182200-102

Contador

PÁGINA: BOLSA DE MANDADO

Esta página "La bolsa de mandado" se decidió incluirla en el sitio por ser una sección muy característica de La revista, ésta abarca pequeños anuncios que invitan al lector (en este caso al internauta) a visitar, escuchar, leer, etc. sobre algunos lugares de interés variado.

La disposición es a dos columnas con una separación en bloque de texto para diferenciar una información de otra. La imagen utilizada es igual a como aparece de la revista en esa sección.

La Risa de la Hiena
REVISTA LITERARIA
del
CORTE
CAMPECHANO

ESTE ES UN ANUNCIO DESCARADO
COMPRA LA HIENA

larisadelahiena.com

El comienzo Los culpables Atrasados El plzarrón Bolsa de mandado Contáctanos

Inicio

Noticias

La tiendita

Enlaces

La más recientes

TARAN TINO

Museo Universitario Del Chopo
Xix Semana Cultural Lesbica-gay
Dedicada a Susan Sontag
Colectiva
Inauguración: Miércoles 15 de junio, 19:30 hrs.
Hasta el domingo 10 de julio.
AL MARGEN
Rogelio Cuellar, Lorena Alcaraz y Bernardo Arcos
Exposición fotográfica de la acción colectiva hecha el 11 de mayo de 2004.
Inauguración: Miércoles 15 de junio, 19:30 hrs.
Hasta el domingo 10 de julio.

www.ficticia.com
¿Quieres anclar en un puerto literario serio?
Donde puedes:
• Tallerear • Discutir
• Criticar todo en torno al cuento • Y donde además se prohíbe la entrada a los (malos) poetas...
....llégale a ficticia.

La bolsa de mandado

Sensorama

- Descubre el alcance de tus percepciones.
- Experimenta colores sin verlos.
- Viaja a través de las texturas.
- Permite que la música te presuma sus paisajes.

Visita el museo **Sensorama**, el museo de los sentidos.
Orizaba #214 Col. Roma, entre Coahuila y Chiapas, atrás del Teatro Silvia Pinal.
Tel. 5574 3414 / 5584 0334

Última actualización 00/00/05

Diseño Patricia Reyes

Copyright © larisadelahiena.com / derechos reservados: 04-2001-040510182200-102

Contador

desarrollo



Desarrollo y construcción del Web Site de la revista La risa de La Hiena

PÁGINA: CONTÁCTANOS

La página de "Contáctanos" únicamente lleva el correo de la revista, que al dar click en larisadelahiena@yahoo.com.mx, el visitante entrará automáticamente a un formato de correo, para facilitarle al visitante este proceso de envío. La imagen es un buzón de correo que sirve de apoyo visual para contextualizar esta página.

La risa de La Hiena
REVISTA LITERARIA
CORRIENTE
CAMPECHANO

ESTE ES UN ANUNCIO DESCARADO
COMPRA LA HIENA

Contacto
larisadelahiena.com

El comienzo Los culpables Atrasados El pizarrón Bolsa de mandado Contáctanos

Inicio
Noticias
La tiendita
Enlaces

La más reciente
TARANTINO

Larisadelahiena@yahoo.com.mx

Última actualización
00/00/05

Diseño Patricia Reyes

Copyright © larisadelahiena.com / derechos reservados: 04-2001-040510182200-102

Contador



SUBMENÚ

En el submenú aparecen las páginas: Noticias, La tiendita, Enlaces y La más nueva.

PÁGINA: NOTICIAS

La página "Noticias" se refiere a aquella información que haya, y que saean referentes a la revista como: Sus presentaciones o algún otro evento o circunstancia que se relaciona con la publicación y que sea de interés para el visitante (lector).

Aquí los elementos serán distintos, esto dependerá de los acuerdos tomados por el Consejo Editorial y que inclusive pueden ser utilizados con imagen.

Noticias
larisadelahiena.com

ESTE ES UN ANUNCIO DESCARADO
COMPRA LA HIENA

El comlenzo Los culpables Atrasados El pizarrón Bolsa de mandado Contáctanos

Inicio
Noticias
La tiendita
Enlaces

LA RISA DE LA HIENA
Revista Literaria de Corte Campechano
LA BELLEZA
Presentan:
Carlos Martínez Rentería (Generación)
Javier Hernández Chelico (La Jornada)
Ediciones Susana San Juan y los Siete Granditos en su trigésima edición de la revista literaria de corte campechano **LA RISA DE LA HIENA**, invita a la presentación del número dedicado a **LA BELLEZA**, en el MUSEO NACIONAL DE CULTURAS POPULARES, ubicado en Av. Hidalgo 289, Colonia del Carmen, Coyoacán. México, D.F. (Tels. 9172 8840, ext. 126), el próximo viernes 21 de Mayo de 2005 a las 18:00 hrs. Quinta Margarita. Entrada Libre.

Bandas invitadas:
FRIDA
TRAVIES@
Informes:
57 00 66 47, 58 45 58 02, 57 01 16 21 y
57 00 61 29
larisadelahiena@yahoo.com.mx
Reenvía este mail.
GRACIAS POR TU APOYO!!

La más reciente
TARANTINO

Última actualización
00:00/05

Diseno Patricia Reyes Copyright © larisadelahiena.com / derechos reservados: 04-2001-040510182200-102

Contador

desarrollo



PÁGINA: LA TIENDITA

Aquí en ésta sección, "La tiendita", se incluyeron los lugares donde la revista se vende, esta página es particularmente importante porque es el vínculo para que aquellos que estén interesados por los números publicados de la revista, la adquieran. Aquí se recuerda que uno de los objetivos a cumplir con la construcción del Sitio es que el visitante se interese por adquirir la publicación impresa y es importante que los datos que se proporcionen sean de forma clara precisa y rápida.

The screenshot shows the 'La Tiendita' section of the website. At the top left is the magazine logo: 'La risa de La Hiena REVISTA LITERARIA CORRIENTE CAMPECHANO'. To its right is a banner with the text 'ESTE ES UN ANUNCIO DESCARADO' and 'COMPRA LA HIENA'. Further right is the 'Tiendita' logo and the website URL 'larisadelahiena.com'. Below these is a navigation menu with links: 'El comlenzo', 'Los culpables', 'Atrasados', 'El pizarrón', 'Bolsa de mandado', and 'Contáctanos'. The main content area features a list of vendors: 'Gandhi -M.A. Quevedo, Librerías La Jornada-Álvaro Obregón, El Juglar-San Ángel, El Laberinto-Donceles, Primero Sueño-Claustro de Sor Juana, El Hallazgo-Condesa/Roma, Tianguis Cultural del Chopo'. It also provides a 'Domicilio particular' (Oriente 255-D No. 18, Col. Agricola Oriental C.P. 08500) and 'Por Phone a:' (5700 6647 • 5845 5802, 5756 6739 • 5701 1621). A cartoon illustration of a hyena is on the right. A slogan at the bottom right reads 'Te la llevamos a donde nos digas, ya sea el número nuevo o atrasados'. The footer includes 'Última actualización: 00.00/05', 'Diseño Patricia Reyes', 'Copyright © larisadelahiena.com / derechos reservados: 04-2001-040510182200-102', and a 'Contador'.

PÁGINA: ENLACES

Se incluyó con el propósito de invitar al visitante a conocer otras páginas que el consejo editorial considera le pueden resultar interesantes a quien accesa a la página o al lector que de por sí lee la revista, es decir que es un valor agregado de información que sirve para aquellas personas que conocen la publicación o que comienzan a conocerla y que saben que el perfil que maneja la revista *la risa de la Hiena* es informar sobre temas de su interés. Con esta página se pretende proporcionar elementos de información nuevos que no se publican en la revista por cuestiones de espacio y que permiten que haya componentes en el Site de la revista que hagan de este sitio un lugar de consulta atractivo para el lector. La página muestra una hiena que sostiene ligas haciendo referencia a los "links o ligas".

La Risa de la Hiena
REVISTA LITERARIA
CORRIENTE CAMPECHANO

ESTE ES UN ANUNCIO DESCARADO
COMPRA LA HIENA

Enlaces
larisadelahiena.com

El comienzo Los culpables Atrasados El pizarrón Bolsa de mandado Contáctanos

Inicio

Noticias

La tiendita

Enlaces

La más reciente

TARANTINO

Última actualización

00/00/05

Diseño Patricia Reyes

Copyright © larisadelahiena.com / derechos reservados: 04-2001-040510182200-102

Contador

Los siguientes enlaces son recomendaciones que te pueden interesar, visítalas

- [www.ficiticia.com .mx](http://www.ficiticia.com.mx)
- www.llevamecontulider.com
- www.fuga.com.mx
- www.dracko.com.mx
- www.tvdemente.com
- http://axxon.com.ar/axxon.htm
- www.rocksonico.com
- www.radiogudalupe.com

www.ficiticia.com .mx

www.llevamecontulider.com

www.fuga.com.mx

www.dracko.com.mx

www.tvdemente.com

http://axxon.com.ar/axxon.htm

www.rocksonico.com

www.radiogudalupe.com

desarrollo



162

PÁGINA: LA MÁS ACTUAL

Por último se presenta la página correspondiente a la revista más actual, es decir la de más reciente publicación, esta página tendrá la misma disposición de los elementos que aparezcan en ella (la editorial correspondiente, la imagen de la portada de la revista, así como links de algunos textos que se publicaron en la revista impresa) como la de los números atrasados. Se mantiene todo en la misma ubicación, por los motivos expuestos en esta investigación donde se sostiene que los elementos se encuentran de manera tal que el lector se ambiente a la disposición de las formas de este Site.

The screenshot shows the website interface for 'Tarantino', a section of the magazine 'La risa de La Hiena'. At the top left is the magazine logo. A banner reads 'ESTE ES UN ANUNCIO DESCARADO COMPRA LA HIENA'. The main navigation bar includes links: 'El comlenzo', 'Los culpables', 'Atrasados', 'El pizarrón', 'Bola de mandado', and 'Contáctanos'. The main content area features a sidebar with 'Inicio', 'Noticias', 'La tienda', and 'Enlaces'. The central article is titled 'Número 15' and includes sub-sections: 'Vistiendo para matar / Praxedis Gilberto Razo (página 4)', 'Cerrar los ojos / Miguel Ángel Barrera Ramírez (página 25)', and 'Tarantino y el emblema milenario / Jorge Ayala Blanco (página 26)'. The article text discusses the director Quentin Tarantino and his work. At the bottom, there is a 'Última actualización' counter showing '00/00/05', a 'Contador' section, and a copyright notice: 'Diseño Patricia Reyes Copyright © larisadelahiena.com / derechos reservados: 04-2001-040510182200-102'.

Conclusiones

A PARTIR DEL PRESENTE PROYECTO REALIZADO SE CONCLUYE QUE:

De acuerdo con el Objetivo General, se cumplieron satisfactoriamente las expectativas de que la construcción de un Web Site para la revista *La risa de la Hiena*, es una vía alterna acertada para la difusión de este producto editorial. en donde:

1. Un web site es una opción acertada para difundir el producto impreso que es: *la revista La risa de La Hiena*.
2. El diseñador al conocer ampliamente el marco de referencia del usuario de diseño, puede realizar con mayor precisión un objeto.
3. Al definir los alcances y limitaciones sobre el tipo de producto que en este caso es un web site y las partes que lo componen, se puede proponer un objeto funcional, claro, accesible y acorde al presupuesto designado.
4. Al llevarse a cabo un proceso de diseño, se puede aplicar, desarrollar y resolver todo problema que cualquier usuario demande
5. Al puntualizar los elementos de una página web, se puede obtener un producto multimedia que sea propositivo, sin entorpecer la navegación y rapidez con que debe visualizarse un sitio web.
6. El producto multimedia si se lleva a cabo a través de los principios básicos de diseño para la creación de un sitio de Internet aquí presentados, puede ser duradero y soportar las pruebas del tiempo.
7. Al aplicar un proceso de diseño se puede obtener como resultado un objeto que comunique de forma precisa un mensaje definido.

Conclusiones

QUE ESTA PROPUESTA PARA EL SITIO DE INTERNET DE LA REVISTA CUMPLIÓ CON LOS PLANTEAMIENTOS DE LA HIPÓTESIS Y SE COMPRUEBAN DE LA SIGUIENTE FORMA:

FUNCIONALIDAD. En este sentido se proyectó un Site que permite al visitante conocer qué es la revista, quiénes son los responsables, cuáles son sus intenciones, cuáles son algunos de los contenidos y el tipo de publicación que ésta trata. La funcionalidad se cumple a partir de la manera de navegación que se propone y de la disposición en que fueron colocados los elementos en cada página, ya que se considera son los precisos para que el visitante conozca la publicación. Así también el Sitio se hace funcional al haberse propuesto una plantilla, misma que se utiliza para todo el Site, pues se concluye que no es necesario cambiar el diseño para cada página, pues de hacerlo provocaría que cada que le visitante accesa a una nueva, éste se tenga que volver a ambientar a las formas y ello podría provocar distracción, confusión e incluso el abandono del sitio, por esta razón se mantuvo la misma disposición en todas las páginas y lo único que se modifica es la parte en donde va cambiando la información que está contextualizando cada página.

CLARA. Esta propuesta es clara pues mantiene uniformidad en sus elementos, no busca la espectacularidad, sino el entendimiento de la forma, es decir que el visitante entienda cual es la información que se le está presentando en cada página, por ello se reitera que se utilizó una misma plantilla para todo el Site, pues esto hace que se entienda. Así mismo se dispuso un espacio (papiro de fondo blanco) que permite que sean leídos sin ningún problema los contenidos de cada página.

ACCESIBLE. Desde el momento mismo en que la tecnología utilizada es precisa para que cualquier persona interesada en conocer esta publicación, pueda acceder a ella por medio de Internet sin problema alguno.

ATRACTIVA. Porque cumple con los parámetros que esta investigación realizó, tales como tomar en cuenta la organización a partir de una retícula, la distribución de los elementos de acuerdo a un orden visual que nos ayuda a comprender la ubicación de los estos y porque se establecieron jerarquías de acuerdo a la información.

IDENTIFICABLE. Los valores cromáticos de los colores y las formas son acordes al perfil de la revista (sarcástica y desenfadada), mismos que ayudan a entender que se trata de una revista independiente. Se hace uso de la identidad corporativa de la publicación en cada página, para reiterar que se está visitando el sitio de la revista La risa de la Hiena; así como en cada página de lado superior derecho aparece el título del contenido al que se accesa.

Identificable también, porque los contenidos expuestos en las páginas de este Site, fueron seleccionados y ubicados de tal manera que se entiendan las intenciones de esta publicación, que es dar a conocer las diferentes manifestaciones artísticas y culturales.

conclusiones

EL APRENDIZAJE OBTENIDO A PARTIR DE LA REALIZACIÓN DE ESTA INVESTIGACIÓN ES:

Al haber realizado una investigación detallada de los conceptos referentes a un Sitio de Internet, se concluye que el diseñar este tipo de producto no es diferente a cualquier otro objeto de diseño, ya que se sigue un procedimiento semejante, es decir, que se parte de un problema, un proyecto, una necesidad y que se realiza a partir de una propuesta creativa, por definición de las formas y por su funcionalidad.

Qué es posible vincular un producto editorial con un Web Site, y la forma de hacerlo es no perder de vista que lo primordial, que la información le sea transmitida de manera precisa a cualquier persona que esté interesada en el objeto diseño que se realice.

Que el diseñador gráfico tiene la preparación profesional para relacionarse en toda aquella área que requiera de su participación y que, lo importante al realizar cualquier producto de diseño, es que la transmisión de la información llegue de manera clara y concisa, a toda aquella persona que desee o requiera consultar ese producto.

Que el valor de la investigación realizada sobre todos aquellos conceptos relacionados con el Web Site e Internet, son fundamentales para poder realizar un producto de diseño relacionado con la Interfaz, ya que el conocer el campo informativo de lo que se está realizando, permite saber cuales son los alcances y límites que se tienen para así poder y evitar el uso de cualquier componente que sea distractor del objeto a desarrollar.

conclusiones

Glosario

A

ANCHO DE BANDA: Capacidad de transmisión de datos, en bits, de un sistema informático o de cable; cantidad de información que puede pasar por un punto dado en un tiempo dado.

AOL: Abreviación habitual de America Online, un proveedor de servicios de Internet que ofrece también su propio contenido.

APPLET: Programas informáticos que se descargan y se ejecutan inmediatamente en los ordenadores individuales.

B

BROWSER Los navegadores son programas de ordenador diseñados para facilitar la visualización de páginas Web en Internet.

C

CG.I (COMMON GATEWAY INTERFACE): Permite al visitante de un sitio web llevar datos hasta el ordenador servidor, tanto en formularios, cuando se transfiere texto, como en mapas de imágenes, cuando se transfieren las coordenadas por clic de ratón.

COMPRESIÓN: Manipulación de datos digitales para eliminar la información innecesaria o redundante a fin de almacenar más datos en menos memoria.

CSS (CASCADING STYLE SHEETS): Un mecanismo para permitir a los autores de web y visitantes adjuntar a documentos HTML estilos de tipos de letra, incluyendo fuentes, colores, etc.

D

DESCARGAR: Recibir información de un ordenador servidor.

DIGITALIZAR: Convertir la información en formato digital.

DPI (DOTS PER INCH) (PUNTOS POR PULGADA): Número de puntos de semitono o píxeles de imagen por pulgada en una imagen. 72 DPI es la resolución de muchos monitores de ordenador.

F

FAMILIA DE TIPOS: Colección de tipos de letra que incluye elementos comunes de diseño de forma que los diversos estilos estén relacionados de forma armoniosa.

FANZINE: Una pequeña revista autoeditada, a menudo foto copiada distribuida con recursos locales.

FUENTE: Ejecución de un diseño de tipo de letra para uso en un ordenador, que normalmente incluye un juego de caracteres en formato de contorno que son reproducibles a escala infinita.

G

GIF (FORMATO GRÁFICO INTERCAMBIABLE): Formato de fichero para imágenes desarrollado por CompuServe. Como formato universal, se puede leer tanto en ordenadores Macintosh como Windows.

GIF89, ANIMACIÓN: Formato GIF que ofrece la capacidad de crear una imagen animada que se puede ejecutar después de transmitirla a un dispositivo de visión.

GIF TRANSPARENTE: Imagen GIF con un color que se ha hecho desaparecer para mezclarlo con el fondo de la página web.

H

HTML: (Lenguaje de marcas de hyper texto): Lenguaje de códigos o marcas usado para hacer documentos de hipertexto para usar en la World Wide Web o gran telaraña mundial.

I

IE: Abreviación común de Internet Explorer, navegador de Microsoft.

INTERACTIVO: Se refiere a un sistema sobre el cual los usuarios tienen algún tipo de control, que responde y cambia de acuerdo con las acciones de usuario.

INTERFAZ: La conexión entre dos cosas que permiten que trabajen juntas.

INTERNET: Una informática global enlazada por protocolos de telecomunicación. Originalmente fue una red gubernamental y actualmente comprende millones de usuarios comerciales y privados.

INTERNET SERVICE PROVIDER (ISP) (PROVEEDOR DE SERVICIOS DE INTERNET): Una empresa que permite a los usuarios acceder a Internet mediante el marcado de números locales de teléfono.

JAVA SCRIPT: Un lenguaje de programación o lenguaje encriptado de Netscape.

JPEG (JOINT PHOTOGRAPHIC EXPERTS GROUP): Un sistema de compresión de imagen que reduce el tamaño de los ficheros de imagen con una calidad de imagen ligeramente disminuida.

M

MAPA DE IMAGEN: Una imagen gráfica definida de forma que los usuarios puedan hacer clic sobre diferentes áreas de la imagen y enlazar con diferentes destinos.

MARCOS: (Frames) Selecciones múltiples de una página web, controlables independientemente.

MEGABYTE (MB): Aproximadamente un millón de Bytes.

MULTIMEDIA: La fusión de audio, video, gráficos y texto de un sistema interactivo.

O

Ordenador. Una computadora (Hispanoamérica) u ordenador (España) es un dispositivo electrónico compuesto básicamente de un procesador, memoria y dispositivos de entrada/salida (E/S) .

N

NAVEGADOR: Un programa que permite acceder a los usuarios a la información de la World Wide Web.

P

PAGINA PRINCIPAL (HOME PAGE): El documento web que se muestra a los visitantes en primer lugar al acceder a un sitio web.

PAGINA SPLASH: Una página de apertura usada para presentar información general al visitante, como por ejemplo las exigencias de plug-ins o navegador.

PDF (FORMATO DE DOCUMENTO PORTÁTIL): Formato de fichero usado por Adobe Acrobat que permite que documentos complejos con textos e imágenes sean visionados e impresos en diversas plataformas y sistemas operativos con toda la información incluida en el fichero.

PROFUNDIDAD DE COLOR: La cantidad de datos utilizada para especificar un color en una pantalla de color RGB. La profundidad de color en una pantalla de bits (256 colores), 16 bits (miles de colores), 8 bits (256 colores), o 1 bit (blanco y negro). Cuanto más bajo es el número, más pequeño es el tamaño de fichero de la imagen y más limitada es su gama de colores.

PLUG-INS: programa que se puede instalar y usar como parte de los navegadores web.

R

RENDIMIENTO: Tasa de transmisión de datos de un punto en relación con el ancho de banda.

RESOLUCIÓN: Medición de transmisión de datos en un punto en relación con el ancho de banda.

REVISTA ELECTRÓNICA: Un sitio web que utiliza generalmente una combinación con características interactivas. A veces es la versión online de una revista impresa.

RGB (RVA: ROJO, VERDE, AZUL): Una forma de mostrar el color en pantalla utilizado por los ordenadores. Todos los colores mostrados en el monitor del ordenador se hacen en píxeles de rojo, amarillo y azul.

S

SITIO WEB: Un conjunto de páginas web, que cualquier persona con conexión a Internet puede ver con software de navegador.

U

URL (LOCALIZADOR UNIVERSAL DE RECURSOS): Método estándar de identificar usuarios de Internet. Puede ser alfanumérico como numérico.

W

WWW (AMPLIA TELARAÑA MUNDIAL): Interfaz gráfica de Internet capaz de soportar gráficos, texto, sonido, animación y películas, así como enlaces de hipertexto de un sitio web a otro.

Anexo 1

CUESTIONARIO

Este cuestionario se aplicó a todos los integrantes del *Consejo Editorial* de la revista *La risa de La Hiena*.

1. ¿Qué es *La risa de La Hiena*?
2. Por qué el nombre de *La risa de La Hiena*, como surge
3. A partir de que surge la revista
4. ¿Por qué hacer una revista? Y no otro tipo de publicación
5. ¿Cuál es la función de la sección a tu cargo?
6. ¿Qué sección agregarías a tu revista.
7. Si tuvieras el presupuesto para mandar a imprimir a color toda la revista, lo harías?
8. ¿Por que ese formato, no crees que es incomodo?
9. ¿Cuáles piensas tu que son las ambiciones del consejo, con respecto a la revista?
10. ¿Por qué llevar la revista a la Web?
11. ¿Qué elementos piensas tu que serían importantes y atractivos para el sitio?
12. ¿Cómo sería más funcional para ti seccionar el sitio?
 - a) Por secciones (*vitrina, musereando, fuga, sexxión*)
 - b) Por números
 - c) Sugieres otra
13. En la web puedes utilizar infinita más variedad de colores, aun que tu revista sea a medios tonos de negro en los interiores, aplicarías el color o la dejarías así?
14. Describe la revista en cinco palabras.
15. Qué recomendarías a otras publicaciones independientes?
16. ¿Qué más agregarías a este cuestionario?

Anexos

Anexo 2

PUBLICACIONES ELECTRÓNICAS ANALIZADAS POR PARTE DE EL EQUIPO DE TRABAJO DE ESTE SITIO

www.llevamellevamecontulider.com

www.ficticia.com

www.sputnik.com.mx

<http://www.axxon.com.ar>

Bill, Bishop. *Marketing estratégico para la era digital*, 1ra ed., México, Compañía Editorial Continental, 2000.

Blasco, Carlos Velorio. *Diseño de Embalaje para exportación*. Primera ed. Coedición del Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C. y del Instituto Mexicano del Envase S.C. México.

Capriotti, Paul. *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Primera ed. Editorial Ariel Comunicación. España 1999.

Costa, Joan. *Foto-Diseño*. Primera ed. Enciclopedia del Diseño. España 1988.

Cliff, Straffod. *Diseño de escaparates y puntos de venta*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona. 1993.

de Buen Unna, Jorge. *Manual de Diseño*. Editorial, 1ra ed., México, Santillana, 2000.

Dondis, D. A.. *La sintaxis de la imagen/ Introducción al alfabeto visual*. 15va. Edición. Editorial Gustavo Gili S.A..Barcelona 2002.

E. Martín y L. Tapiz. *Diccionario Enciclopédico de las Artes e Industrias Gráficas*. Ediciones. Don Bosco, Barcelona, España.1981.

Fernández del Castillo, Gerardo Kloss. *Entre el Diseño y la edición*. Primera Edición Universidad Autónoma Metropolitana/ Xochimilco. México 2002.

Gill, Matha. e-zines. *Diseño de revistas digitales*. Barcelona. Ediciones G. Gili, S.A. 2000.

Glenwright, Jerry. *www.layout .Cómo diseñar y componer sitios web*. 1ra. ed. Barcelona. Editorial Gustavo Gili S.A. de C.V.

Hobbs, Lilian. *Diseñar su propia Página Web*, 2ed., España, Macombo S.A. ,1999.

Ingo, Lackerbauer. Internet, Esp. Barcelona, Macombo S.A., 2001.

Jute, André. *Retícula: la estructura del diseño gráfico*. Editorial Rotovisión. Switzerland. 1996. Pág.15

J. Lynch, Patrick. *Principios de Diseño básicos para la creación de sitios Web*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona 2000.

Kane, John. *Manual de Tipografía*. Editorial Gustavo Gili. S.A. Barcelona. 2005.

Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación*. 2da ed., Madrid, Editorial Cuadernos de la Comunicación.

Munari, Bruno. *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una proyección metodológica*. 9na edición. Editorial Gustavo Gili S.A. Barcelona. 2002.

Munari, Bruno. *Diseño y comunicación visual, Contribución a una metodología didáctica*. Editorial Gustavo Gili. S.A..14ª ed. Barcelona. 2002.

Murphy, John. *Cómo diseñar marcas y logotipos*. Editorial. Gustavo Gili S.A. de C.V. Barcelona. 1989.

Ráfols, Rafael; Colomer, Antoni, *El diseño Audiovisual*. Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 2003.

Soria, Ramón. *HTML 4*. 2da ed., España, Alfaomega Grupo Editor S.A de C.V., 2002.

St. Pierre, Armand. *Java y la world wide web. Guía práctica programación*. México, Editorial Trillas S.A. de C.V. 2000.

Swuan, Alan. *Bases del diseño gráfico*. 1ra. Edición. Editorial Gustavo Gili S.A. Barcelona. 1990.

T. Turnbull, Arthur. *Comunicación Gráfica*. 4ta. Edición. Editorial Trillas. México 1996.

Ubia, A Josep. *Curso de Diseño Gráfico*. Volumen 3. Editorial Institución de Estudios Politécnicos IDEP. Barcelona. 1999.

Villavicencio Enriquez, Ma. Del Carmen. *Reflexiones sobre Diseño de Material Didáctico Impreso*. UNAM. México D.F., 2004.

White, Tony .*The animator's workbook*

Wong, Wucius. *Fundamentos de Diseño*. Editorial Gustavo Pili S.A., Barcelona, 1985.

OTRAS FUENTES

de la Herrán José, 2000, *La fibra óptica, maravilla de las comunicaciones., ¿cómo ves?*, 23 de octubre, circulación mensual, Año 2, No.23, Revista de divulgación de la ciencia de la Universidad Nacional Autónoma de México., México D.F.

Ciria Mercé, José Ricardo, 2000, *Internet., ¿cómo ves?*, 24 de noviembre, circulación mensual, Año 2, No.24, Revista de divulgación de la ciencia de la Universidad Nacional Autónoma de México., México D.F.

Revista *Muy Interesante*. Año XV. Número 6

Sánchez, Verónica., 2002, *¿Banda ancha en casa? ¡Sí!*, Reforma, 30 de septiembre, circulación semanal, Interfase, D.F., México.

ENAP/ UNAM. Plan de Estudios de la licenciatura de Diseño y Comunicación Visual, México 2004.

Conversaciones con la Inteligencia (Documento para la conferencia del programa) con la revista La risa de La Hiena. Colegio de Bachilleres, México D.F., 9 de julio de 2001.

Consejo Editorial de la revista La risa de La Hiena. Documento elaborado para difundir la información de la revista La Risa de La Hiena. México, D.F. 2000.

Biblioteca de consulta Microsoft Encarta 2004.

Documento de Netra, Grupo Teledinámica S.A. de C.V. Servicios de Internet. 2000.

Montero, Marco. Servicios de Internet www.compravirtula.com/servicios/, texto, documento Web, 2002.

Bibliografía

CONSULTAS ELECTRÓNICAS

www.cybermanga.com Japanese professional MANGA 2004

www.enap

www.eonmagazine.com Best Sites for Magazines 2000-2004

www.etext.org/zines/millennium A Journal for tomorrowland. Is sponsored by the good people at THE ETEXT ARCHIVES. DUCK SOUP PRODUCTIONS.

www.exitoexportador.com/stats.htm. Estadísticas mundiales de Internet y Población, Miniwatts International, Inc. febrero 2005.

www.fastcompany.com. Management, leadership and Career Advice for Executives. Jahr USA Publishing. 2005.

www.feedmag.com

www.fontsite.com The Font Site. Digital typography and design 2004

www.fortune.com Business News, Financial News. Time. 2005

www.fw-public-big.com

www.google.com

http://www.hooping.net/ Diseño web avanzado, Madrid, Barcelona, Valencia

www.intertext.com The online Fiction Magazine. Jason Snell. 1991-2004

www.laspirale.org.an e-Zine for the Digital Mutans

http://www.mexicandesign.com Guía de diseño mexicano, Laura C. Gómez 2004-2005

http://microsoft.com/windows/ie_intl/es/features.msp. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cantabria. 1999.

www.lunareclipse.com Home. Eclipse Enterprises. 1998-1999

http://www.myfonts.com/foundry/metadesign/ Fount foundry my founts. Cambridge MA 02142 USA 1999-2005

www.oceandrive.com Sobe News 2005

www.pathfinder.com/ew

www.prodigy.com.mx. La Mejor conexión. Prodigy. Marzo 2005.

Bibliografía

www.salon.com Salon Media Group, San Francisco, 2005

www.suck.com "a fish, a barrel, and a smoking gun" 1999

www.swoon.com Your everyday oracle. CondéNet 2004

www.theonion.com America's Fitness News Source 2005

www.thesmokinggun.com Courtroom Television Network 2005

www.time.com News Magazine, current Events. Time. 2005

www.timeout.com Time Out Group 2004

www.tricom.no.sabre exploring circuits of creative affection 1999-2000

www.unam.

www.urban75.com urban75 e-zine featuring bulletin boards

www.webopedia.com. Enciclopedia sobre la Web, Jupitermedia Corporation 2002.

www.weddingbells.com All about wedding bells

Algunas de las imágenes utilizadas en el presente proyecto de investigación, fueron tomadas de algunos de los sitios antes enlistados.

Bibliografía
