



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN

“DISEÑO Y DESARROLLO DEL SITIO WEB DE LA SECRETARÍA DE
DESARROLLO INSTITUCIONAL Y ESTUDIOS PROFESIONALES
(SEDIEP), DE LA FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLÁN, UNAM.”

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

PRESENTA:

ALEJANDRO OCAÑA CABRERA

ASESOR: DRA. MARGARITA FLORES ZEPEDA

Cuautitlán Izcalli, Estado de México

2012



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.



**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN
UNIDAD DE ADMINISTRACION ESCOLAR
DEPARTAMENTO DE EXAMENES PROFESIONALES**

U. N. A. M.
FACULTAD DE ESTUDIOS
ASUNTO: VOTOS APROBATORIOS



**DRA. SUEMI RODRIGUEZ ROMO
DIRECTORA DE LA FES CUAUTITLAN
PRESENTE**

**ATN:L.A. ARACELI HERRERA HERNANDEZ
Jefa del Departamento de Exámenes
Profesionales de la FES Cuautitlán.**

Con base en el Art. 28 del Reglamento General de Exámenes, nos permitimos comunicar a usted que revisamos la Tesis:

Diseño y desarrollo del sitio Web de la Secretaría de Desarrollo Institucional
y Estudios Profesionales (SEDIEP), de la Facultad de Estudios Superiores Cuau-
titlán, UNAM.

Que presenta el pasante Alejandro Ocaña Cabrera

Con número de cuenta: 097360388 para obtener el título de:

Licenciado en Diseño y Comunicación Visual

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el EXAMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VOTO APROBATORIO.

ATENTAMENTE
“POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU”
Cuautitlan Izcalli, Mex. a 15 de abril de 2011

PRESIDENTE Dra. Margarita Flores Zepeda

VOCAL MAV. Edgar Osvaldo Archundia Gutiérrez

SECRETARIO LDG. Aurora Muñoz Bonilla

1er SUPLENTE LDG. Fermín Anaya Cárdenas

2º SUPLENTE LDCV. Alejandro Vázquez Reyes

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, por educarme en base a principios, a los que siempre les daré las gracias por darme su apoyo, guía y comprensión sin condición ni medida desde el primer día de clase hasta el último para salir adelante con mi carrera, a pesar de los tiempos difíciles, enojos y regaños; pero sobre todo por estar siempre a mi lado.

A mis hermanos Luis y Alfredo por el simple hecho de ser mis hermanos y compartir grandes momentos de nuestras vidas juntos; los Amo.

A mi familia y amigos que siempre me han acompañado a lo largo del camino, por los consejos y comentarios para hacer de mí una mejor persona.

A mi sobrina Osiris por siempre ser capaz de sacarme una sonrisa.

A Momy por tu apoyo incondicional desde el inicio; no tengo palabras para decirte lo mucho que te quiero por apoyarme y creer en mí, gracias por compartir parte de tus experiencias en la vida y más que nada por darme la oportunidad de compartir grandes momentos a tu lado. Gracias por amarme a pesar de como soy y porque desde que te conocí supe que eres la mujer de mis sueños, por tu apoyo, paciencia y cariño, solo puede decirte que TE AMO.

A los profesores y amigos de la FES-Cuautitlán, por compartir parte de sus conocimientos y enseñanzas durante mis años de escuela, brindando siempre su orientación con profesionalismo para mi formación profesional.

Igualmente a la Dra. Margarita Flores Zepeda por la orientación en la realización del proyecto y más que nada por la oportunidad de formar parte de su equipo de trabajo, gracias por alentarme a dar ese último pasó y romper esas barreras y miedos que a veces me detienen.

Y finalmente GRACIAS a la Universidad Nacional Autónoma de México, por darme el enorme privilegio de ser parte de ella, por formar gran parte de lo que soy hoy en día y por darme la oportunidad de formarme como profesional dentro de sus instalaciones.



RESUMEN

La información contenida en el presente trabajo de tesis, titulado: "DISEÑO Y DESARROLLO DEL SITIO WEB DE LA SECRETARÍA DE DESARROLLO INSTITUCIONAL Y ESTUDIOS PROFESIONALES (SEDIEP), DE LA FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN, UNAM.", se divide en tres apartados cuyo contenido se describe a continuación.



El primer capítulo (Comunicación y Sitio Web) dará cuenta de postulados comunes de la comunicación como: el concepto, características, niveles y tipos de comunicación, además de preponderar la importancia del internet como medio de comunicación masiva. En segunda instancia aborda la importancia del diseño y su importancia comunicativa, resaltando en gran medida el concepto de diseño web y su importancia para el desarrollo de sitios web. Por último destaca los conceptos, componentes, funciones y clasificación tanto de un sitio web como los de las páginas que lo conforman.

El segundo capítulo "Secretaría de Desarrollo Institucional Y Estudios Profesionales, (SEDIEP)" está dedicado a los antecedentes de la institución y sobre sus principios, resaltando la importancia de la SEDIEP, destacando las funciones y acciones institucionales emprendidas. Aborda también la importancia de que la secretaría cuente con un logotipo que la defina y la identifique como parte de la imagen institucional de la Facultad.

Finalmente el tercer capítulo (Metodología para el Desarrollo de Sistemas Multimedia Desarrollada por la DGSCA-UNAM, aplicada al Diseño y Realización del Sitio Web de la SEDIEP), hace referencia a las características de la metodología implementada por la DGSCA, las cuales optimizan el desarrollo de sitios web. Además aborda el análisis del sitio, así como la utilización de una serie de lineamientos institucionales para el diseño de sitios Web dentro de la UNAM.

A large, light blue, stylized letter 'I' graphic that spans the left side of the page. It has a thick vertical stem and a horizontal top bar that tapers to the right. The background features a dark blue horizontal bar at the top and a gold horizontal bar at the bottom.

INTRODUCCIÓN

La incesante necesidad del hombre por comunicarse con sus semejantes ha sido buscar y adoptar diversos medios de comunicación con la finalidad de satisfacer sus necesidades. El notorio avance tecnológico y las novedosas estrategias de comunicación que permiten difundir información a cerca de cualquier servicio, hoy en día representan una herramienta de difusión de la información primordial para las instituciones de educación superior y son sin duda alguna la mejor opción para el alcance de una mayor audiencia.

En la actualidad, las novedosas herramientas para la implementación de espacios Web han sido consideradas como una alternativa valiosa para el desarrollo y publicación de sitios más complejos y dinámicos, que facilitan el progreso de diversas actividades y la estrecha relación interpersonal por medio de una computadora. Razón por la cual se decidió elegir como tema del presente proyecto de tesis, además, por representar un reto personal así como una oportunidad de desarrollo profesional que me permitiera adquirir conocimientos nuevos que me permitan complementar mi formación usándolos en la construcción de un diseño que aporte y sea funcional para la institución.



La Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, a través de la Secretaría de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales requiere dar una mayor proyección de las actividades que la Facultad realiza en colaboración con los sectores productivos de la sociedad y a su vez que la comunidad universitaria tenga mayor participación en las acciones institucionales. A la fecha está la secretaría está referida en el sitio Web de la Facultad, con información de su misión, visión y algunas de sus funciones y quiénes la constituyen.

Lo anterior explica la necesidad de contar con un sitio Web propio que le permita difundir a detalle las actividades y los servicios que brinda tanto a la comunidad universitaria de la FESC como con la sociedad externa sobre las actividades y los servicios que brinda a estas comunidades.

El objetivo general del presente trabajo consiste en diseñar y ejecutar el sitio Web que sea el vínculo comunicativo, de enlace e intercomunicación entre la Secretaría de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales con la comunidad académica interna de la FESC, la UNAM y los sectores educativos y empresariales; cuya funcionalidad facilite a los usuarios el acceso a la información de forma ágil, clara y concisa que le permita el mayor aprovechamiento de la misma.

Los objetivos particulares buscan: analizar la información existente referente al diseño Web; hacer uso de los lineamientos institucionales establecidos por la UNAM, para el desarrollo de sitios web; resaltar la importancia de contar con un sitio Web para la SEDIEP, como medio de comunicación que le permita estar en constante intercomunicación con la comunidad académica y estudiantil



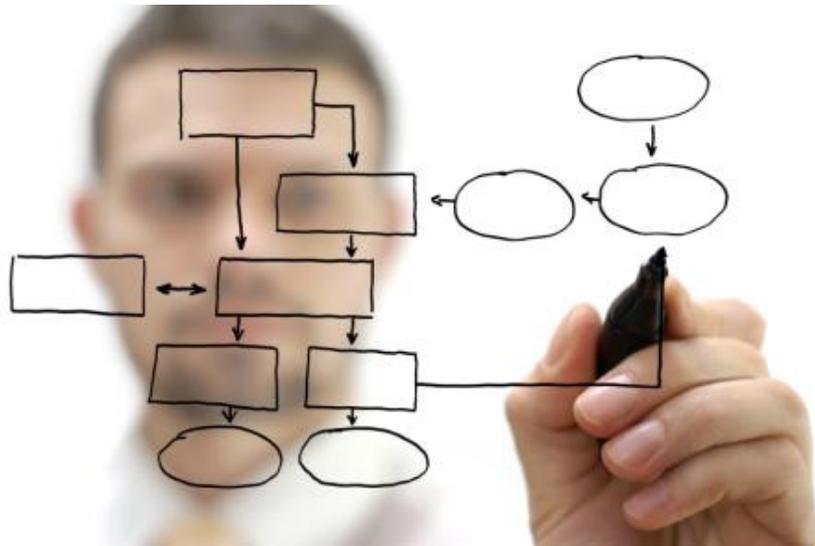
de la FESC y, que además sea el medio por el cual los sectores educativos, gubernamentales y empresariales puedan obtener la información de su interés sobre los servicios que la Facultad brinda.

La oportunidad de elaborar este proyecto surgió de la evidente carencia de la SEDIEP, de un sitio propio que le permita presentar información detallada y precisa que los usuarios requieren a demás de ser un vínculo comunicativo. Dado los procesos de globalización y los avances tecnológicos, queda de manifiesto que es necesario utilizar el Internet como medio de comunicación por ser: eficiente, económico, ágil, oportuno y de fácil acceso para millones de usuarios que hacen uso de esta herramienta de comunicación.

Es el medio adecuado para conocer e informar de las actividades y funciones que realiza la SEDIEP. Es importante resaltar que la FES-Cuautitlán ya cuenta con este medio de comunicación; pero se requiere diseñar y desarrollar un sitio Web en esta área que forme parte del portal electrónico de la Facultad.

Con el diseño y operación del sitio Web como un medio de difusión e interrelación se mejorará la comunicación entre la SEDIEP y la comunidad universitaria interna y externa así como con los sectores con los que tiene vínculos propiciándose el fortalecimiento de las actividades y servicios que ésta secretaría ofrece a los sectores productivos, sociales y educativos con los que interactúa.

Al añadir este sitio Web la FES-Cuautitlán contará con un sitio que complemente y fortalezca las áreas sustantivas que la integran y que por medio de la cual se identifique y defina a la SEDIEP; dando a está una imagen de transparencia,



vigencia y pertinencia como parte constitutiva de la Facultad.

La metodología elegida para el diseño y desarrollo del sitio es la implementada por la DGSCA-UNAM, la cual está orientada especialmente para estandarizar el método de trabajo que se lleva a cabo en el departamento de multimedia para un mejor desarrollo de los proyectos que ahí se desarrollan.

Esta metodología divide sus procesos de producción en tres etapas: pre-producción, producción y pos-producción, compuestas de varias tareas que van ligadas una con otra. La manera en que se realizan estas tareas son de forma secuencial y algunas otras son paralelas, lo cual está determinado la complejidad del trabajo, así como de su información. Esta metodología resulta ser muy flexible en sus procesos ya que permite adaptar sus tareas a cualquier otro sistema de producción, incluso el proceso de producción puede llegar a ser modificado si se considera necesario.

CONTENIDO

| | |
|---|----|
| CAPÍTULO 1. COMUNICACIÓN Y SITIO WEB..... | 12 |
| 1. Características de la comunicación..... | 13 |
| 1.1. Generalidades de la comunicación..... | 13 |
| 1.1.1. Concepto..... | 14 |
| 1.1.2. Características..... | 16 |
| 1.1.3. Niveles y Tipos de comunicación..... | 21 |
| 1.1.3.1. Comunicación masiva (Internet)..... | 25 |
| 1.2. Generalidades del Diseño..... | 28 |
| 1.2.1. Concepto de Diseño | 28 |
| 1.2.2. Diseño y Comunicación..... | 29 |
| 1.3. Diseño Web..... | 33 |
| 1.3.1. Definición de diseño Web..... | 36 |
| 1.3.2. Multimedia en el diseño Web..... | 38 |
| 1.3.2.1. Definición, tipo específico y función de sitio Web..... | 40 |
| 1.3.2.2. Definición, tipos y componentes de página Web..... | 46 |
| 1.3.3. Tipografía Web..... | 54 |
| 1.3.4. Color Web..... | 59 |
| CAPÍTULO 2. SECRETARÍA DE DESARROLLO INSTITUCIONAL Y ESTUDIOS PROFESIONALES..... | 63 |
| 2.1. Antecedentes de la Institución, Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán... | 64 |
| 2.1.1. Principios Suatantivos y Funciones..... | 67 |

CONTENIDO

| | |
|--|------------|
| 2.2 Secretaría de Desarrollo Institucional..... | 69 |
| 2.2.1. Misión..... | 72 |
| 2.2.2. Visión..... | 73 |
| 2.2.3. Objetivos..... | 73 |
| 2.3. Determinación y Diseño de la Identidad Corporativa de la SEDIEP..... | 75 |
| 2.3.1. El Logotipo..... | 76 |
| 2.3.2. Desarrollo del logotipo..... | 77 |
| | |
| CAPÍTULO 3. METODOLOGIA PARA EL DESARROLLO DE SISTEMAS MULTIMEDIA DESARROLLADA POR LA DGSCA-UNAM, APLICADA AL DISEÑO Y DESARROLLO DEL SITIO WEB DE LA SEDIEP..... | 87 |
| 3.1. Preproducción..... | 89 |
| 3.1.1. Planteamiento del Proyecto..... | 90 |
| 3.1.2. Investigación..... | 94 |
| 3.1.3. Diseño Multimedia..... | 95 |
| 3.1.4. Desarrollo..... | 102 |
| 3.1.5. Evaluación de Prototipos..... | 122 |
| 3.2. Producción..... | 124 |
| 3.2.1. Desarrollo de la Interfaz Gráfica..... | 124 |
| 3.2.2. Producción y Edición de medios..... | 126 |
| 3.2.3. Integración de Medios..... | 127 |
| 3.3. Post-producción..... | 128 |
| | |
| Conclusiones..... | 130 |
| Referencias..... | 132 |



CAPÍTULO UNO

COMUNICACIÓN Y DISEÑO WEB

1. CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN

1.1. Generalidades de la Comunicación

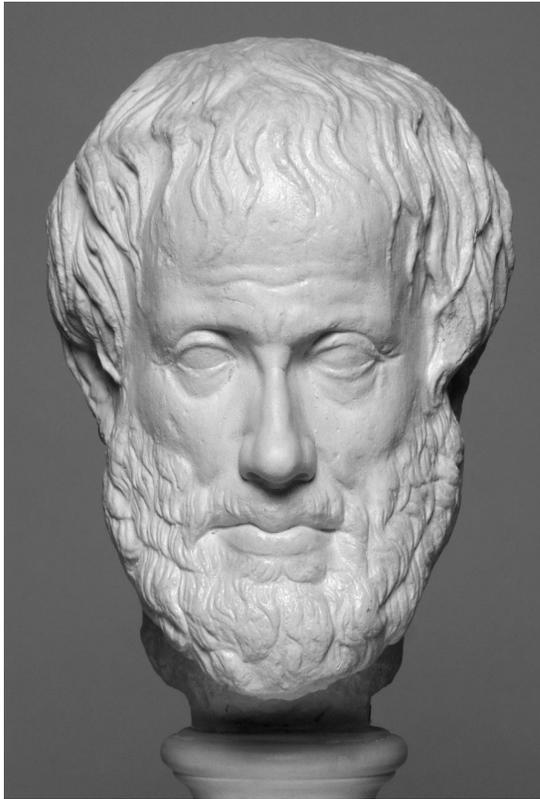
La comunicación ha sido el medio por el cual los seres humanos han logrado alcanzar su desarrollo; los individuos necesitan socializar y compartir experiencias para alcanzar una completa satisfacción tanto personal como espiritual. Pero para entender el desenvolvimiento de las personas en una sociedad y bajo un contexto histórico es necesario recurrir a la definición de comunicación y a todo lo que ella implica.

Castells (2001) considera que la comunicación es un proceso de transmisión y recepción de información, ideas, mensajes y que la reducción de los tiempos de transmisión de datos o información a distancia han supuesto uno de los retos más complejos en la actualidad; pero con la ayuda de la ciencia y la tecnología; la transmisión así como el acceso a la información se ha logrado de forma rápida y eficaz; es por ello que el Internet es el medio de comunicación por excelencia usado hoy en día; su aparición ha vuelto mucho más simple la vida del hombre desde la búsqueda de información hasta la posibilidad de hacer compras o pagar impuestos desde cualquier lugar del mundo.

La comunicación ha mejorado notablemente gracias al internet, páginas web, e-mail, chat y redes sociales las cuales permiten informar y comunicar a las personas de forma rápida y accesible.



1.1.1. Concepto



La comunicación es vital para el hombre, ya que es el medio por el cual una persona influye sobre otra, de esta manera se convierte en portadora del proceso de comunicación propio de la sociedad. El término comunicación tiene múltiples afinidades relacionadas tanto con el lenguaje como la imagen, así como con la información que representa una necesidad primordial en el ser humano.

Como lo menciona Galeano (1997:114) una de las primeras definiciones de comunicación quizá sea la que Aristóteles hace de la retórica donde afirma “la retórica es la búsqueda de todos los medios de persuasión que están a nuestro alcance”, en esta primera definición Aristóteles resaltó la presencia de un emisor “quien tiene los medios para persuadir” y un receptor “quien debe ser persuadido” al mismo tiempo establece que la comunicación debe ser persuasiva.

Básicamente la comunicación es un proceso de transferencia de información en el cual existe un emisor y un receptor, condición importante para que pueda existir dicha transferencia la cual viaja, a través del mensaje que a su vez es el portador de la información. Dicha información, es el objeto que pasa del emisor al receptor sin importar cuál sea su naturaleza.

Galeano (1997:114) concuerda con lo establecido por uno de los padres de la comunicación, Carl I. Hovland, define la comunicación como “el proceso mediante el cual un individuo transmite estímulos para modificar la conducta de otros individuos”. Esta definición expone otras características de la comunicación como es el establecer que es un proceso, lo que indica que como

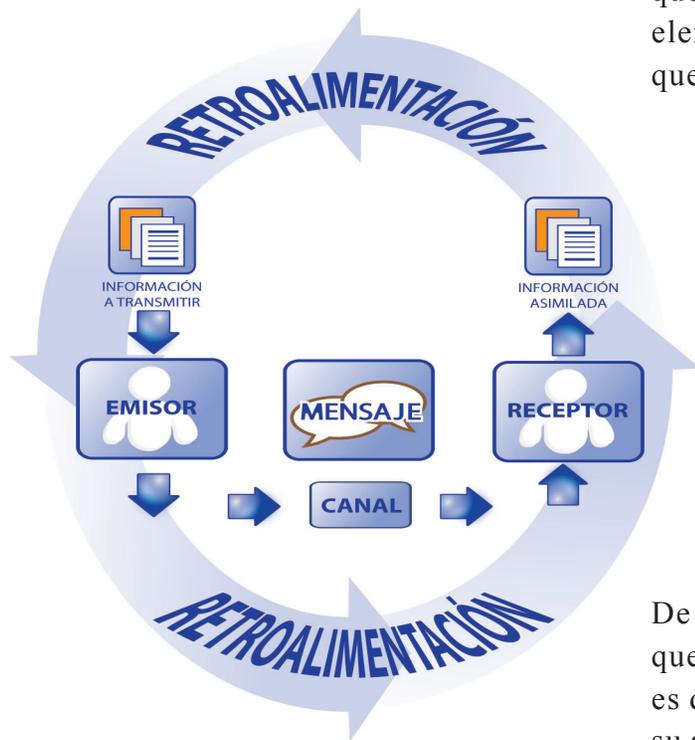
tal presenta fases sucesivas, y además resalta la presencia de un emisor el cual pretende cambiar la conducta y un receptor que son los individuos a los que pretende modificar y por último señala que su función principal es la de generar una reacción, es decir que la comunicación es persuasiva y para llegar a este fin se vale de estímulos que son conocidos como mensajes.

Para Francois (1973:35) la comunicación es la transmisión de la información por medio de mensajes y señala que un mensaje es una sustancia que ha recibido cierta forma; por ejemplo, las vibraciones acústicas del mensaje oral, los impulsos eléctricos del mensaje telefónico, las formas visuales del mensaje escrito, el surco grabado del disco fonográfico, entre otros ejemplos.

Retomando lo señalado anteriormente se puede definir a la comunicación como un proceso en el cual el emisor transmite una serie de mensajes a un receptor mediante un código común a ambos, con la finalidad de hacerle llegar una determinada información para persuadirlo según convenga a sus propósitos; lo cual hace que la comunicación se introduzca a cualquier extracto de la sociedad, condicionando su existencia para las comunidades ya que estas simplemente no podrían existir sin que en ellas este presente cualquier clase de acto comunicativo.

1.1.2. Características

Una de las características principales de la comunicación es su universalidad, lo que permite estar presente en cualquier etapa de la vida y ser parte fundamental en la formación de la sociedad, que a lo largo del tiempo ha sufrido cambios constantes de los cuales la comunicación ha sido participe en mayor o menor grado. Con lo anterior se puede establecer que la comunicación es un proceso y como tal está constituido por una serie de elementos que poseen características propias, que los hace indispensables para que el proceso se realice; los componentes del proceso de comunicación son:



- a) Información a transmitir
- b) Emisor
- c) Canal
- d) Mensaje
- e) Receptor
- f) Información asimilada
- g) Retroalimentación

De acuerdo a lo que postula Romero (1975:35) La información es “el vehículo que resulta imprescindible en la formación de la conciencia social del individuo”, es decir el conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan como guías en su acción.

Retomando esta definición se puede establecer que la información es un fenómeno estrechamente ligado al proceso de comunicación de cualquier sociedad, este fenómeno se caracteriza por captar elementos propios del medio en el que se desarrolla, para brindar las herramientas necesarias con las cuales el individuo tenga la capacidad de adaptación e integración a una sociedad en la cual se manifieste su interés y participación en las tareas propias de la comunidad. La tarea primordial de la información es la de enriquecer los conocimientos de los individuos, creando en ellos la necesidad de actualización constante a través de los años.

a) La información a transmitir es aquella que forma parte de las experiencias sociales, culturales y personales del emisor, dichos conocimientos son destinados a ser compartidos con otros individuos los cuales tienen la capacidad de asimilarla o rechazarla según les convenga. Éstas son cualidades propias del emisor y que influyen de manera definitiva en el proceso de comunicación. Dicha información puede ser verdadera o falsa; ambas pueden ser aceptadas por el emisor y en él está la decisión de hacer uso de ellas, sin embargo la información verdadera es más fácil de asimilar por el emisor ya que forma parte de experiencia de vida, por consiguiente también facilitara el proceso de comunicación.

b) El emisor puede ser una persona o un grupo de personas con las siguientes características: poseedor del conocimiento el cual está constituido por conocimientos previos, es decir todo lo que el emisor sabe. Este conocimiento no solo se refiere a todo lo que el emisor conoce sobre su profesión, sino también a lo que ha aprendido en su formación académica y el medio sociocultural en el que se desenvuelve, además posee actitudes que definen la postura del

emisor frente al mundo que lo rodea. Estas actitudes no son más que lo que el emisor siente y piensa con respecto a los hechos, circunstancias, acciones, afirmaciones, personas e instituciones; las que hacen que el emisor adopte conductas según las circunstancias.

c) El canal es la vía por la cual el mensaje viaja del emisor al receptor; existen canales naturales y técnicos. Un canal natural, es el aire que permite la transmisión de los sonidos de las palabras del emisor para que así puedan ser escuchadas por el receptor. Los canales técnicos son los cables del teléfono y las ondas o microondas en el caso de la radio y la televisión.

d) El mensaje posee un contenido y un código, dicho mensaje es la transmisión de la información y dentro de éste se pueden destacar las siguientes características:

1) El contenido es el referente del mensaje, lo que se dice en él; no puede existir un mensaje sin contenido, el contenido es lo que facilita la comprensión de la información en el mensaje que se transmite.

2) El código es el vehículo por medio del cual los mensajes son transmitidos, estos códigos son introducidos por el emisor y es quién decide qué tipo de código utilizar, siendo estos una serie de signos que pueden ser orales, escritos, icónicos, cromáticos, simbólicos y sonoros que resultan comunes para el emisor y el receptor y que se describen a continuación:

- Códigos orales están formados por las palabras que tienen una expresión a través de un idioma, los códigos orales adquieren la forma de dialectos, regionalismos, localidades, etc.

- Códigos escritos son todos aquellos que expresan mediante signos que permiten la representación gráfica de los códigos orales y a partir de alfabetos, sílabas, imágenes, jeroglíficos, etc.
- Códigos icónicos están basados en imágenes, utilizados en los sistemas de señalización donde podemos indicar prohibición, fragilidad, precaución, género, etc.
- Códigos cromáticos son todos aquellos códigos que utilizan el color por ejemplo: los semáforos, las señales de tránsito, la identificación de servicios como los taxis, la policía y los colores de las banderas para indicar el origen de las personas.
- Códigos simbólicos son aquellos que establecen un significado común para las personas como lo son las flechas para indicar dirección, identificación de zonas de acceso público y zonas restringidas.
- Códigos sonoros utilizan sonidos como las sirenas de las ambulancias, patrullas y camiones de bomberos, así como los silbatos de los árbitros en los deportes, alarmas de automóviles, etc.

Dichos códigos pueden ser de carácter:

- **Público**, cuando el significado del mensaje que se transmite es comprendido por cualquier persona que reciba el mensaje y conozca el significado de los signos que lo forman.
- **Privado**, cuando el significado de los signos solo es conocido por el emisor y el receptor.

3) El contexto en el que se desarrollan los mensajes influye directamente en el contenido de la información a transmitir y donde es posible identificar dos tipos:

- El contexto cercano, es todo aquello que rodea al mensaje en el medio que lo transmite por ejemplo: en una revista el contexto cercano lo conforman las fotografías, ilustraciones, el estilo, la diagramación, la tipografía, el planteamiento didáctico y el lenguaje utilizado.
 - El contexto ambiental, es todo aquello que rodea al receptor al momento que recibe el mensaje. En este influyen elementos ajenos al mensaje, como el lugar en donde se encuentra el receptor al momento de recibir el mensaje, los ruidos del ambiente, las personas que lo rodean así como todo aquello que pueda generar una distracción.
- e) Receptor es el destinatario de la comunicación son seleccionados por el emisor y estos acuden a él, interesados en el mensaje del emisor. Al igual que el emisor el receptor tiene actitudes y conocimientos que expresan mediante códigos.
- f) Información asimilada está constituida por todos aquellos conocimientos, datos e información de cualquier tipo que el receptor capta y hace suya como consecuencia de la comunicación. Esta Información da la pauta para la retroalimentación, parte importante del proceso y que sin ella no podría llevarse a cabo, ya que el emisor necesita obtener una respuesta del receptor de lo contrario la comunicación simplemente habrá fracasado.
- g) La retroalimentación es el conjunto de reacciones y conductas manifestadas de los receptores después de la exposición al mensaje.

1.1.3. Niveles y Tipos de Comunicación

Dentro del ámbito de la comunicación existen diversas formas por medio de las cuales los individuos pueden comunicarse; esta diversidad es consecuencia de las vivencias y experiencias que el individuo adquiere de manera particular y social a lo largo de su vida, lo cual le permite relacionarse con otros individuos y las demás cosas que giran alrededor de su entorno.

La clasificación de los niveles de la comunicación es la siguiente:

a) Comunicación intrapersonal

Este nivel de la comunicación, se refiere a las reflexiones que realiza el individuo, esto quiere decir, que no siempre hay que mover los labios para que la comunicación se realice; es por eso que muchas personas pasan gran parte de su tiempo hablando y meditando consigo mismas. Dentro de esta meditación es posible analizar situaciones que pueden ir desde un simple dolor de muelas hasta un suceso trágico como la muerte de un ser querido. En el caso del dolor físico la comunicación intrapersonal inicia cuando un individuo se pregunta el porqué del dolor. Aunque pareciera que por ser una comunicación tan personal no acarrea un gran beneficio; es todo lo contrario cuando el resultado de esta meditación es expresada con otras personas. En este nivel es utilizada la comunicación no verbal ya que la meditación forma parte de estos procesos.

b) Comunicación interpersonal

Este nivel de la comunicación es un ingrediente principal en la vida cotidiana ya que una persona en condiciones normales pasa el tiempo intercambiando



información y puntos de vista con los individuos que los rodean. Es por ello que la comunicación interpersonal es una de las actividades sociales más frecuentes ya que esta ayuda a que el individuo establezca relaciones que logren dar sentido a su vida, desarrollarse como persona, influir de manera positiva en las personas y a consolidar su proyecto de vida.

La comunicación interpersonal además de formar parte de los demás niveles de comunicación es primordial para el establecimiento de relaciones personales ya que es necesaria la presencia de dos o más individuos para que pueda realizarse. Además utiliza dentro de ella a la comunicación verbal, en donde siempre es necesaria la presencia del que habla y del que escucha y la transmisión de la información está influida de acuerdo a la relación que exista entre estos.

Berlo, D. (2002:125) sostiene que así como existen niveles también existen tipos de comunicación los cuales juegan un papel importante entre los protagonistas del proceso de comunicación y el lugar y el modo en que interactúan en dicho proceso y pueden ser descritos de la siguiente manera:

- Comunicación directa: Este tipo de comunicación se establece entre dos o más personas, los cuales tienen la capacidad para participar como emisores y receptores, alternando durante la conversación, no importando si existen diferencias sociales y culturales.
- Comunicación indirecta: Este tipo de comunicaciones caracteriza por no requerir la presencia de algún participante del proceso de la comunicación. Este tipo de comunicación surge como producto de las necesidades impuestas por el hombre para trascender más allá del

tiempo y del espacio para mantener su desarrollo social y cultural. Una de las características principales de esta comunicación es que para su realización es necesaria la presencia de los canales artificiales ejemplo de esto son las pinturas rupestres la cual originó a la escritura, la cual a su vez generó la invención de los medios técnicos los cuales han logrado vencer al tiempo y el espacio, como consecuencia de los avances de la ciencia y la tecnología.

- Comunicación recíproca: En este tipo de comunicación existe la posibilidad de que los participantes establezcan un diálogo entre si y el carácter de este dialogo está ligado a la relación que existe entre el emisor y el receptor, aunque no sigue estrictamente este orden ya que en este tipo de comunicación todos pueden ser el emisor y a su vez todos pueden ser el receptor y esto permite abrir una puerta a la conversación en la cual está presente el dialogo y el intercambio de información e ideas constantes que enriquecen a las personas.
- Comunicación unilateral: Como su nombre lo indica este tipo de comunicación esta de un solo lado o en una sola dirección; esto quiere decir que el emisor es el único que toma un papel activo en el proceso de la comunicación y el receptor permanece pasivo, es decir, no es posible la reacción inmediata de los receptores ante lo expuesto por el emisor. Un ejemplo de esto es la TV, donde existe una gran transmisión de información de diferente índole que es captada por millones de espectadores, pero que no permite una retroalimentación de manera instantánea ya que generalmente los contenidos son editados previamente, lo cual representa una limitante para el receptor.



- Comunicación privada: Este tipo de comunicación se refiere a la establecida entre individuos que pueden conocerse o no, pero que va dirigida a alguien en particular de manera directa o indirecta, a través de un medio artificial. Por ejemplo una llamada telefónica.
- Comunicación pública: Se refiere a la comunicación que no está dirigida a una persona o grupo en particular, en otras palabras ésta comunicación busca llegar a la mayor cantidad de personas posibles, y es por ello que hace que sea imposible para el emisor conocer la reacción de su auditorio y menos aún conocer las características de este por lo tanto están imposibilitados para interactuar.
- Comunicación masiva se caracteriza por los grandes alcances colectivos y sociales, que utiliza medios como la radio, la televisión, el cine, los medios impresos y el Internet para facilitar la penetración de la información a cualquier estrato de la sociedad. En otras palabras, implica el manejo de información orientada a numerosos sectores de la población, a la nación misma y a los habitantes de otros territorios, es decir, a la sociedad en general.

Con base en lo anterior es importante destacar que la comunicación masiva juega un papel primordial en el desarrollo de los medios de comunicación actuales, que permiten alcanzar nuevas y mayores audiencias que puedan establecer vínculos comunicativos; siendo estos últimos, base fundamental en el desarrollo de un sitio web, con el fin de difundir información de importancia para el usuario y satisfacer sus necesidades. Motivo por el cual se ampliará y profundizará este tipo de comunicación y que es de donde se sustenta en parte el presente estudio.

1.1.3.1. Comunicación Masiva (Internet)



Al crecer la civilización y hacerse poderosa, sobrevino la necesidad de nuevos medios de comunicación, acordes con ese desarrollo. Así pues, al buscar el hombre su propia trascendencia, utiliza instrumentos que le permiten la extensión de sus sentidos.

El desarrollo de estos medios de comunicación masiva ha planteado nuevas formas de encarar el mundo, lo que constituye un reto para el hombre actual. El hombre está sometido a un continuo bombardeo de mensajes, de los cuales él no puede sustraerse. Los problemas que suscitan los medios de comunicación de masas son profundos y reflejan la transformación de nuestro mundo; de la cual el hombre es copartícipe.

Los medios masivos de comunicación se caracterizan por desarrollarse paralelamente a los cambios que las sociedades han sufrido a través del tiempo. Estos cambios acompañados de la constante innovación tecnológica así como el incremento en el nivel cultural y económico de las sociedades son factores relacionados con la comunicación de masas.

Hasta hace algunos años la comunicación masiva comprendía solamente a cuatro canales emisores y conductores de mensajes: la televisión, la radio, la prensa y el cine. Hoy en día el Internet y los teléfonos celulares, permiten a cualquier persona establecer comunicaciones a distancia con individuos de cualquier parte del mundo. Con el término “medio masivo de comunicación” se designan a todos aquellos procesos mediante los cuales cada uno de estos canales emplea para producir, seleccionar y transmitir los mensajes, además de ofrecer respuestas a las interrogantes del público al producirse la retroalimentación.



El Internet, en la actualidad, es un recurso versátil y masivo a través del cual cada vez más personas se mantienen comunicadas entre sí. Es práctico porque con tan solo un “clic” se pueden enviar correos, conseguir información de cualquier tipo, es un medio de entretenimiento en el que se puede ir de compras o al banco, descargar videos, música y hasta platicar con gente que se puede encontrar del otro lado del mundo y con un menor costo.

El uso esta herramienta, como medio de comunicación masiva ha desplazado a medios como la televisión, los periódicos, las revistas, la radio, entre otros debido a que, incluso, la mayoría de estos servicios ya cuentan con su propio sitio web, donde es posible encontrarlos por medio del uso de la computadora.

Es claro que la comunicación masiva implica el manejo de información de distintos tipos, orientada a numerosos abarca grandes rubros como lo son así como se determina que la comunicación masiva no es otra cosa que el proceso de compra-venta de diferentes productos o servicios, y en el Internet este fenómeno es cada vez más productivo y remunerable. Al hablar de compra-venta nos referimos a una gran cantidad de aspectos, como la de productos y servicios antes mencionados, pero también entran aquí la imagen como figura pública, el prestigio, el entretenimiento, los nuevos valores científicos, tecnológicos y culturales, proyectos nuevos de investigación que se quieran dar a conocer, lugares turísticos, entre otros. Algo importante que se puede notar con este recurso de comunicación es que, si bien cualquier persona puede tener acceso a este medio de comunicación.

De ahí la importancia del sitio Web, siendo este un sistema de comunicación masiva que proporciona dinamismo y un inmenso crecimiento de manera constante brinda la oportunidad singular para cambiar del estado reactivo con respecto a la radio, la televisión y los medios impresos al solo enojarnos, alegrarnos o emocionarnos por el mensaje, a uno activo ante la posibilidad de recibir dicho mensaje por medio del Internet e inmediatamente actuar e interactuar ante dicha información, al utilizarla, compararla, compartirla con otros, analizarla e incluso desecharla inmediatamente si no nos sirve.

A diferencia de otros medios tradicionales de información, un sitio Web permite mantener una comunicación en ambos sentidos y puede hacer más eficientes algunos canales actuales de información. De esta manera las instituciones, empresas o negocios pueden atender en línea necesidades específicas de los usuarios que antes no era posible atender más que personalmente todo esto a un menor costo.

1.2. GENERALIDADES DEL DISEÑO

1.2.1. Concepto de Diseño

Es importante resaltar que el diseño es comunicación y que es claro que todo mensaje tiene además de contenido, una forma que finalmente hace que los mensajes sean percibidos.

El diseño cumple una labor comunicativa y otra práctica, basadas en presentar la información de un modo fácil, inteligible y manipulable para el individuo, acercándose a las necesidades del cliente, con la utilización de aplicaciones sencillas, hasta lograr una relación más íntima entre el hombre y los productos o servicios, haciendo esta relación más humana y accesible para las personas; además no podemos ignorar que el diseño existe por y para las personas.

El diseño no es exclusivamente la expresión final de formas visibles; sino que representa la planificación y proceso de elaboración por medio de los cuales se traduce un propósito en un producto o en un mensaje. El diseño es un proceso desde que se inicia la concepción del trabajo a realizar, hasta su presentación final.

Como lo menciona Wong (1991:9) “el diseño es un proceso de creación visual con un propósito”, para los fines del presente estudio se puede definir al diseño como: el proceso creativo de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar de forma innovadora una serie de elementos gráficos con la finalidad de comunicar y mejorar la calidad de vida de las personas, siendo el diseño una de las características básicas del ser humano y que determina la calidad de vida del mismo.



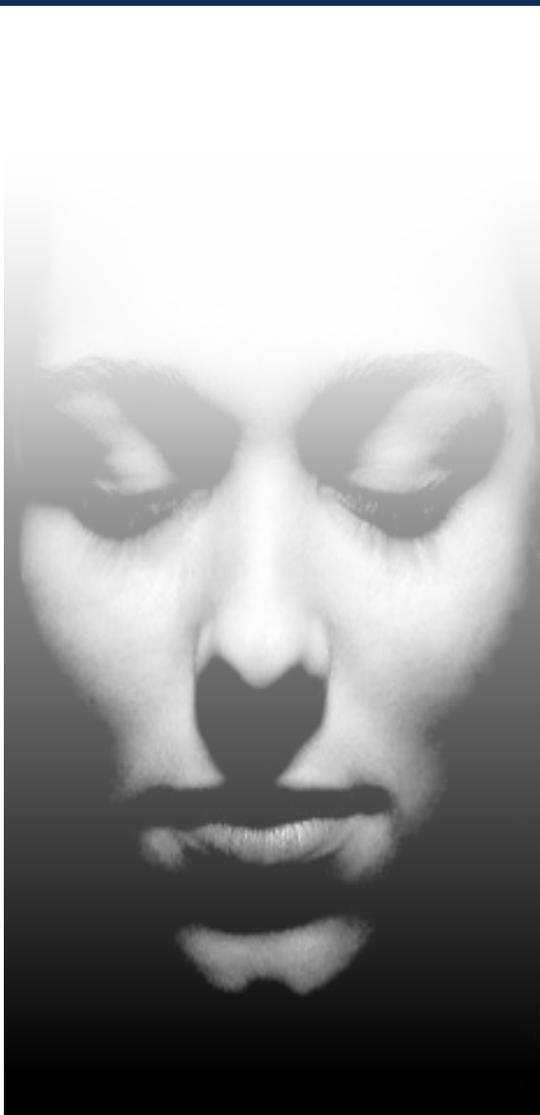
1.2.2. Diseño y Comunicación

Retomando la definición de diseño como el “proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de elementos para producir objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados”, nos permite mencionar que la función principal del diseño será entonces transmitir una información determinada por medio de composiciones gráficas, que se hacen llegar al público destinatario a través de diferentes soportes, gráficos como: folletos, carteles, trípticos, entre otros y virtuales en el caso de los sitios y páginas web; si bien el diseño busca transmitir las ideas esenciales del mensaje de forma clara y directa, empleando diferentes elementos gráficos que den forma al mensaje y lo hagan fácilmente entendible por los destinatarios del mismo.

Es claro que la función principal del diseño es la de comunicar visualmente un mensaje y que para poder hacerlo de forma efectiva el diseñador debe conocer a fondo los diferentes recursos gráficos a su disposición y tener la imaginación, la experiencia, el buen gusto y el sentido común necesarios para combinarlos de forma adecuada.

Mediante esto, el diseñador es identificado como un profesional que basado en un método específico construye mensajes con medios visuales y queda claro que el diseñador no es creador del mensaje sino su intérprete.

En el diseño la comunicación visual representa el principal componente de toda composición gráfica es el mensaje a interpretar, la información que se desea hacer llegar al destinatario a través de una imagen o un gráfico. Tal como lo señala Munari (1985:79) “la comunicación visual es prácticamente todo lo que ven nuestros ojos” y que toda esta información que se percibe se debe



representar por medio de diferentes elementos gráficos, que pueden ser muchos y variados, aunque los más comunes son:

- Elementos gráficos simples: puntos y líneas de todo tipo (libres, rectas, quebradas curvas, entre otros)
- Elementos geométricos con contorno o sin él por ejemplo: polígonos, círculos, elipses y óvalos.
- Tipos: letras de diferentes formas y estructura, utilizadas para presentar mensajes textuales.
- Gráficos varios: logotipos, iconos, etc.
- Ilustraciones
- Fotografías
- Cualquier otro elemento visual apto para comunicar un mensaje.

De acuerdo con lo postulado por Wong (1991:25) los elementos básicos se combinan unos con otros y de esta combinación surge un resultado final en el que tienen mucha importancia una serie de conceptos propios del diseño, entre los que destacan:

- a) Las agrupaciones: conjuntos de elementos relacionados mediante proximidad, semejanza, continuidad o simetrías.
- b) La forma: representación de cada elemento gráfico aislado y de las agrupaciones de elementos.
- c) Los contornos: partes límites de los elementos, que permiten

distinguirlos de los demás y del fondo, pudiendo estar definidos mediante el borde, cambios de color o cambios de saturación.

d) La ubicación: lugar que ocupa cada elemento gráfico o agrupación de ellos en el espacio del diseño.

e) El tamaño: dimensión relativa de cada elemento gráfico respecto los que le rodean.

f) El color: tono de cada elemento individual, colores de cada agrupación de elementos, conjunto total de colores usado en un diseño, disposición relativa de los elementos con color y armonía entre colores.

g) El contraste: intensidad de visualización de cada elemento con relación a los que le rodean y al grafismo completo.

h) El equilibrio: cada diseño conlleva un sistema de referencia espacial que consigue un nivel de equilibrio mayor o menor.

i) La simetría: disposición espacial regular y equilibrada de los elementos que forman la composición gráfica.

Los diferentes elementos en una composición gráfica son percibidos por el destinatario de acuerdo con la influencia que ejercen cada uno estos conceptos a nivel individual, grupal y total. Sin embargo la obra gráfica resultado de la utilización de estos medios, es una entidad comunicativa individual y completa, cargada de elementos humanos asociados con el lenguaje, la experiencia, la edad, el aprendizaje, la educación y la memoria.

La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales, que forman parte de todos los mensajes a los que estamos expuestos por medio de nuestros sentidos (sonoros, térmicos, dinámicos, entre otros).

Al igual que cualquier otro proceso la comunicación visual requiere la presencia de un emisor el cual emite mensajes y un receptor que los recibe, pero hay que tener en cuenta que el receptor se encuentra en un ambiente lleno de interferencias, que pueden alterar o incluso anular el mensaje.

Si por el contrario el mensaje llega de manera correcta al receptor, este se va a encontrar con otros obstáculos.

Cada receptor tiene lo que puede llamarse filtros a través de los cuales pasa el mensaje para que sea recibido. Estos filtros son: Sensoriales, operativo o dependiente de las características constitucionales del receptor, y el cultural.

1.3. El Diseño y la Web

Con el paso del tiempo y la evolución de la tecnología surgen nuevos medios comunicativos. La aparición de aplicaciones informáticas donde el usuario guía sus pasos y, sobre todo, la difusión de Internet ha traspasado algunas barreras del diseño en cuanto al soporte se refiere. No se trata de soportes estáticos e inflexibles que hacían imposible la interacción entre el diseñador y el usuario y que controlaban de alguna manera la reacción del usuario. Hoy en día, el medio de transmitir del mensaje se ha convertido en un elemento cambiante y en constante evolución que replantea las técnicas utilizadas hasta el momento.



En la actualidad el internet permite a una empresa o institución educativa promocionarse las veinticuatro horas del día los trescientos sesenta y cinco días del año a un bajo costo. Además de aumentar la opción de generar nuevos clientes, ofrecer información importante para ellos acerca de productos o servicios, impulsando a las instancias educativas hacia otras áreas de oportunidad en donde desarrollarse. El avance de la web es cada vez más acelerado, esto ha generado un gran cambio en la sociedad en la que el internet forma parte de la vida cotidiana de las personas que interactúan con ella, ya no solo buscando información, sino como individuos activos que critican, valoran e intercambian esta información.

En el año 2009 en el marco de las celebraciones por el 20 aniversario de la web Berners-Lee enfatizo: “La Web de hoy es sólo la punta del iceberg. Llegarán nuevas tecnologías mucho más poderosas que nos permitirán hacer cosas que jamás hubiéramos imaginado”. Tras recordar que “un 80% de la humanidad todavía no tiene acceso a Internet”.

La Web brinda la oportunidad al diseñador de ampliar su campo de acción y desarrollarse en este ámbito relativamente joven, las nuevas tecnologías y la posibilidad de la manipulación digital de la imagen han tenido una gran explosión, pues es a través de ella que un sitio Web tiene su impacto y sentido comunicativo. La trascendencia que ha adquirido dicho elemento es una herramienta que posibilita la incorporación del diseño Web sin inconveniente alguno.

Al igual que un soporte gráfico como un pliego de papel, un muro, un cristal, o cualquier tipo de superficie que pueda ser intervenido gráficamente, la web tiene como intención fundamental transmitir un mensaje a un grupo de receptores, qué sucede cuando la tecnología permite colocar este mismo mensaje en un dispositivo al alcance de millones de usuarios y, además, darle la oportunidad al receptor de interactuar con el mensaje en el preciso momento en el que lo percibe.

En el campo del diseño Web ya son imprescindibles las nuevas tecnologías que brindan nuevas teorías de estudio que han colocado al diseño dentro de espacios digitales interactivos, como una realidad que ha revolucionado los conceptos preestablecidos de la misma, y hoy más que nunca van de la mano.

La producción Web actual gira en torno a la demanda de las necesidades de comunicación, de estrategias mercadológicas, de la necesidad de encontrar más y mejores alternativas, de poner al alcance del público información de productos y/o servicios, como los educativos, o bien, simplemente a consecuencia de factores sociales, que como células operativas atraen nuestra atención y por ende nuestra

respuesta, lo cual genera contenidos en línea que van desde la colocación de un saludo hasta la elaborada generación de propuestas con herramientas básicas que los mismos proveedores de servicios ofrecen, como sería la oferta educativa de una universidad, o bien las actividades que ofrece a la comunidad; lo anterior solo para ejemplificar.

Estos factores de producción nutren y refrescan los contenidos a los que tenemos acceso como usuarios de Internet, así mismo, día a día son renovados contenidos que hoy consideramos innovadores y relevantes, enriqueciendo la producción en todos los sentidos posibles.

El diseñador tiene la función de visualizar de forma global la magnitud, alcances y necesidades de cada proyecto con la finalidad de traducir visualmente los mensajes y así, cumplir el objetivo de comunicar: apoyándose en la mayoría de los recursos que ofrece el sitio web, proyectando y delimitando los alcances de la solución gráfica.

1.3.1. Definición de Diseño Web

En la actualidad el diseño ha logrado adaptarse al constante crecimiento tecnológico con el fin de atender las necesidades comunicativas de la sociedad, generando con ello nuevas conceptualizaciones sobre el diseño que analicen y expliquen los nuevos campos de estudio del diseño en los medios electrónicos. Forjándose así un nuevo concepto de diseño: “el diseño Web”.

Powell (2001:23) define al diseño Web como “la búsqueda multidisciplinaria que consta de cuatro componentes principales: contenido, forma, función y finalidad” y que la manera en cómo deben interactuar o mezclarse entre ellos varía de persona a persona y de proyecto en proyecto.

De acuerdo a lo anterior el diseño Web puede ser definido como “una práctica social especializada, enfocada básicamente a la planificación, creación y ejecución de medios electrónicos por medio de los cuales los seres humanos intervienen haciendo uso de la tecnología con el fin de ofrecer determinados productos, servicios y mensajes destinados a satisfacer demandas, reales o inducidas, materiales y simbólicas.”

La importancia de definir al diseño Web, radica en la creciente demanda de sitios y páginas Web, que permiten al diseño web ofrecer alternativas innovadoras y creativas que brinden mayor satisfacción al usuario.

Usualmente cuando alguien escucha o lee las palabras “diseño Web”, inmediatamente las asocia con la parte gráfica de un sitio, con sus colores y estilo, es decir con su apariencia. Si bien estas ideas que vienen a nuestra mente no son erróneas; si resultan ser incompletas. Ya que cuando se habla de diseño Web no solo se hace referencia a la imagen estética de un sitio, sino se consideran otros elementos.



Es decir el diseño Web no se centra sólo en su apariencia externa; en otras palabras, es un proceso mucho más completo para el desarrollo de un sitio Web, desde su llamativo diseño externo, lleno de colores y detalles, hasta todo aquello que resulta no ser visible para el usuario pero que forma parte fundamental de su estructura.

Al referirnos al diseño externo se hace referencia al trabajo que diseñador realizarán para darle a este espacio virtual un aspecto específico que dependerá de lo que se busque transmitir. Si bien el éxito de un sitio Web puede depender directamente de la calidad de la propuesta visual que éste posea y se refiere principalmente al diseño de la interfaz la cual contiene los botones del menú de navegación, hipervínculos a otras páginas, partes de un mismo sitio, la selección de las imágenes, la elección de colores, fotografías y la tipografía para el contenido escrito, entre otros.

Como se menciono anteriormente, el diseño es tan sólo una de las partes que conforman al diseño Web, sin embargo también existe una parte del diseño “invisible”, el cual se refiere a un tipo de diseño que si bien el usuario no percibe a simple vista, es tan importante como el diseño externo del sitio; representa el esqueleto de un sitio Web y funge como soporte para la propuesta gráfica. Sin él, el sitio no estaría completo y sería imposible subirlo a la red. Por ejemplo existen otras funcionalidades, como formularios, hipervínculos, menús de navegación, que sólo pueden ser ejecutados con un lenguaje de código.

Todo este trabajo o diseño de códigos forma parte del diseño invisible de un sitio Web.

1.3.2. Multimedia en el Diseño Web

La palabra multimedia sugiere a la mayoría de las personas la idea de combinar diferentes medios que pueden ser controlados interactivamente por el usuario y que sirven para crear aplicaciones de interés educativo, comercial, de entretenimiento o para el trabajo cotidiano.

Durante los últimos años se ha producido un rápido desarrollo de las herramientas de creación multimedia. Tareas como diseñar gráficos, editar vídeos, incorporar interacciones o publicar en la red se han convertido en actividades al alcance de todos. El crecimiento exponencial en el que se encuentra la aplicación de recursos multimedia está marcado por el surgimiento del internet, impulsor de los profundos cambios en la manera de gestionar y de concebir la información y la comunicación.

En el ámbito del diseño la multimedia se ocupa de la comunicación de mensajes audiovisuales utilizando medios y herramientas informáticas, digitales y electrónicas, integrando a los más diversos públicos que se desarrollan en las diferentes áreas de la actividad.

El diseño multimedia es parte importante de la comunicación visual, el nacimiento de las nuevas tecnologías y su aplicación a efectos visuales digitales y la animación. La televisión, el cine, los videojuegos, la simulación y el Internet son los principales destinatarios de la aplicación multimedia.

Con el auge de este medio de comunicación es como el término multimedia entro a formar parte del lenguaje habitual de la comunicación. Es importante resaltar que los elementos que conforman dicho termino han estado siempre

presentes dentro de la comunicación humana ya que al expresarnos en una conversación emitimos sonidos al hablar, escribimos (texto), observamos a nuestro interlocutor (video) y accionamos con gestos y movimientos de las manos (animación).

En base a lo anterior es posible definir a la multimedia como cualquier combinación de texto, imágenes, sonido, animación y video, que utiliza múltiples medios de expresión ya sean físicos o digitales para presentar o comunicar una información determinada, donde el usuario es quien escoge la manera de acceder a la información.

Actualmente, la constante evolución tecnológica nos permite formar parte de la llamada sociedad multimedia. De la mano de las tecnologías de la información y la comunicación, y la principal protagonista, la llamada “Red de Redes”, (Internet) ofrece un sin fin de posibilidades para acceder a casi todo, y cada vez a menor costo.

De ahí la importancia de las aplicaciones multimedia en el diseño de sitios Web.

1.3.2.1. Definición Tipo específico y Función de sitio web

La definición de sitio hace referencia a un lugar que sirve para algo o un espacio determinado para una función específica. Por otro lado la Web nos hace referencia al internet, una red de redes que permite la interconexión de computadoras mediante un conjunto de protocolos denominados TCP/IP. La sigla TCP/IP significa “Protocolo de control de transmisión/ Protocolo de Internet.” En algunos aspectos, TCP/IP representa todas las reglas de comunicación para Internet y se basa en la noción de dirección IP, es decir, en la idea de brindar una dirección IP a cada equipo de la red para poder enrutar paquetes de datos.

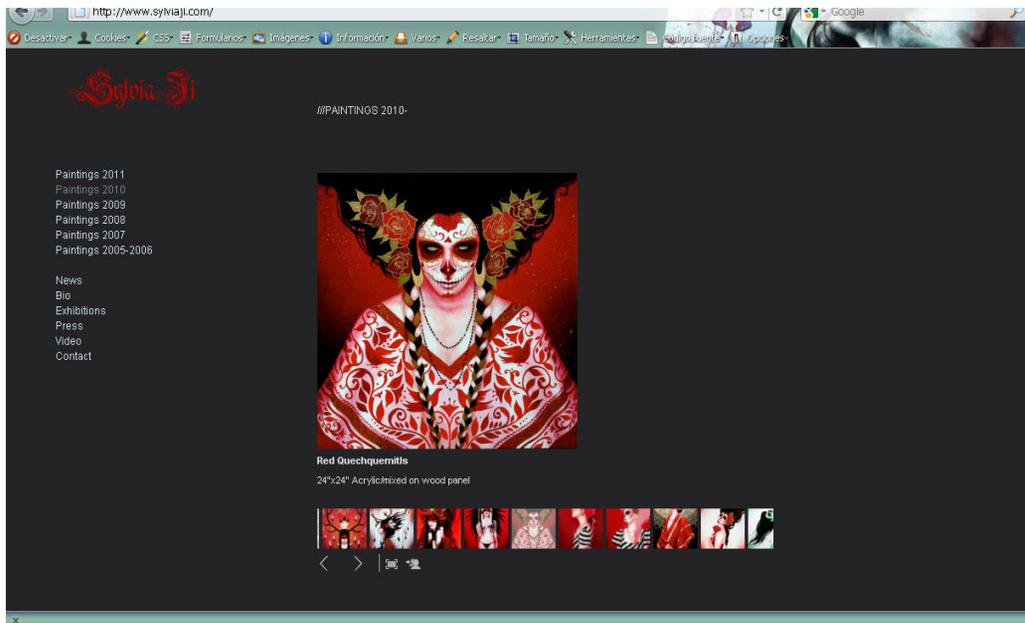
Un sitio Web es por tanto, un espacio virtual en internet, se trata de un conjunto de páginas web que son accesibles desde el mismo dominio o subdominio. Este conjunto de documentos electrónicos que componen y hacen referencia a un tema determinado; normalmente están definidos por una página de bienvenida, que es la que se muestra inicialmente y es de donde se puede acceder a las demás páginas que conforman el sitio mediante enlaces (links) en formato HTML localizado en un servidor conectado a la red, en otras palabras, es el conjunto de elementos gráficos que aparece en la pantalla de una computadora cuando se accede a una dirección en internet.

El Tipo específico y función de los sitios Web, como se indicó un sitio web persigue propósitos concretos, con el objeto de presentar información sobre un tema, hacer publicidad, distribuir materiales, instruir sobre un tema determinado.

Si bien existen diversos autores que han propuesto distintas clasificaciones de sitios Web; estas pueden variar dependiendo el autor.

De acuerdo a lo propuesto por Powell (2001:95) “los sitios Web pueden clasificarse en categorías, tales como sitios intranet o sitios extranet, también es posible clasificarlos por clase, como por ejemplo, sitios comerciales o sitios personales”.

De esta manera los sitios web pueden clasificarse en función de los intereses que persigue y atendiendo lo anterior se pueden distinguir de la siguiente manera:



- Sitios Web personales, cuyo propósito suele ser difundir información recopilada por los titulares del espacio y, generalmente, dar a conocer su currículo. Su función primordial es la de autopromocionarse haciendo descripciones sobre el trabajo que realiza. Ejemplo:

<http://www.sylviaji.com/>



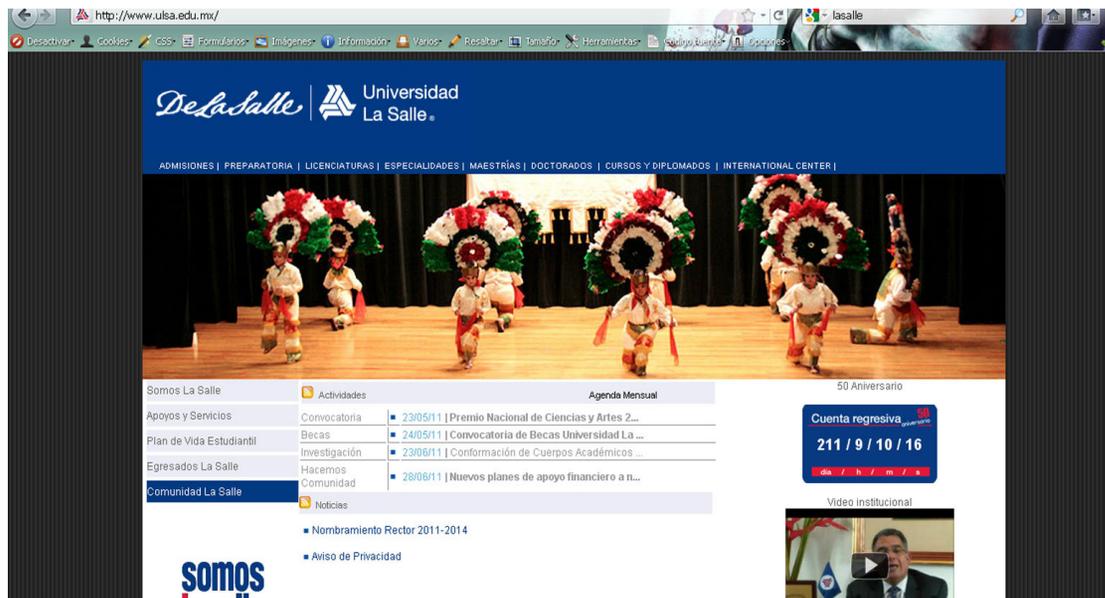
- Sitios Web corporativos, de empresas que quieren difundir su imagen corporativa y muchas veces también ofrecer sus productos y servicios. Una Web corporativa puede suponer uno de los mejores medios de desarrollo y evolución de la empresa. Ejemplo:

<http://www.santillana.com.mx/>



- Sitios Web de grupos (colectivos, asociaciones), cuyo propósito fundamental es facilitar información de interés para los miembros del grupo y ofrecerles canales de comunicación interpersonal. Ejemplo:

<http://www.greenpeace.org/mexico/es/>



- Sitios Web institucionales, que suelen informar de sus actividades y proporcionar información y servicios del interés de determinados colectivos. Un sitio Web institucional es un sitio que representa a una organización y sus valores. Generalmente este tipo de sitio Web describe las actividades y datos clave de una organización y suministra a los clientes o beneficiarios la información necesaria que las hace fácilmente accesibles y usables por un público masivo. De esta manera es posible definir la Web institucional como una herramienta de comunicación y proyección, dado que recoge toda la información de interés de carácter institucional de los distintos órganos que la conforman. Ejemplo:

<http://www.lasalle.edu.mx/>

Por otro lado los sitios Web tienen una serie de funciones básicas que ofrecen grandes posibilidades de desarrollo personal y de gestión de nuestras actividades formativas, laborales, de entretenimiento entre otras.

En general los sitios webs pueden realizar las siguientes funciones:

- a. Facilitar la búsqueda y localización de información de cualquier tipo (textual, gráfica, auditiva, audiovisual...) y sobre cualquier temática, empresa, institución o persona; bases de datos.
- b. Facilitar el acceso a materiales educativos on-line: programas didácticos multimedia, utilidades informáticas, libros, revistas, cursos, documentos entre otros en los espacios de determinados centros de recursos e instituciones. Además de consultar libros, diccionarios, traductores y enciclopedias.
- c. Programas informáticos y manuales: acceso a programas educativos conocidos como software libre.
- d. Proporcionar información relacionada con las actividades de los centros e instituciones educativas que pueda ser del interés de los padres, alumnos y profesores.
- e. Posibilitar la comunicación con otras personas (correo electrónico, listas, redes sociales, chats, videoconferencias) para la elaboración de proyectos conjuntos, intercambio de ideas y materiales, difusión de las creaciones personales y de conocimiento mutuo.



- f. Publicar documentos, imágenes y páginas web en Internet y ponerlas a disposición de todos los usuarios.
- g. Realizar actividades administrativas y comerciales de todo tipo: compras, solicitud de certificados, petición de servicios, pago de cuotas y recibos.
- h. Actúa como medio publicitario, presentando anuncios de empresas o productos, promoviendo una determinada imagen de centros e instituciones a un costo más bajo en comparación con otros medios (radio, tv, revistas, periódicos entre otros)
- i. Entretener, motivar. Además de la satisfacción que proporciona el hallazgo de información sobre temas que sean de nuestro interés y la motivación que ello despierta, Internet permite acceder a numerosos programas y medios de entretenimiento.

1.3.2.2. Definición, Tipos y Componentes de Página Web

1) Definición de Página Web

Puede entenderse como un documento que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentre conectado a la red mundial de información denominada Internet, de tal forma que este documento pueda ser consultado por cualquier persona que se conecte a esta red.

La página Web es considerada como el corazón del sitio Web, en su forma más sencilla una página es lo que aparece en la ventana del explorador. Cada página que compone un sitio Web puede estar conformada por diferentes elementos que hacen de ella un documento mucho más atractivo, tanto en su aspecto visual como en sus contenidos. Las páginas Web pueden ser cargadas de un ordenador o computador local o remoto, llamado Servidor Web, el cual servirá de HOST.

El servidor Web puede restringir las páginas a una red privada, por ejemplo, una intranet, o puede publicar las páginas en el World Wide Web. Las páginas Web son solicitadas y transferidas de los servidores usando el Protocolo de Transferencia de Hipertexto (HTTP - Hypertext Transfer Protocol).

Las páginas Web pueden consistir en archivos de texto estático, o se pueden leer una serie de archivos con código que instruya al servidor cómo construir el HTML para cada página que es solicitada, a esto se le conoce como Página Web Dinámica.



2) Los Tipos de página

Como se mencionó anteriormente los sitios Web están constituidos por un conjunto de páginas que lo estructuran y que además estas contienen distintos tipos de información en mayor o menor grado de relevancia y pueden ser clasificadas de la siguiente manera:

La página principal es la entrada principal a un sitio, esta puede contener un gran conjunto de links, cuanto más información ofrezca al usuario, más posibilidad existe que esté encuentre lo que busca. Sin embargo la página principal debe tener un buen diseño que no esté saturado en donde sean reconocibles los elementos más importantes de la institución.

Freeman Jamie (2008:12) la define como: “La página principal es la primera que ven los visitantes de una Web. El termino también se usa para referir a la página Web principal de un grupo, compañía, una organización o una persona”

De acuerdo a lo postulado por Lynch, P. y Horton, S. (2000:37) “la página principal es considerada la primera oportunidad para conducir al público a una primera clasificación por temas o zonas de la Web que sean de su interés”.

Con base a lo anterior la página principal es el punto de partida y de mayor importancia para el usuario ya que esta contiene la información principal de la institución, en ella se encuentran los principales enlaces hacia otras páginas.

Las páginas de contenido contienen toda aquella información de interés para el usuario, referente a los procesos que se realizan y como su mismo nombre lo

dice alojan el contenido total del sitio. Como lo menciona Powell (2001:239) “las páginas de contenido son subpáginas que están enfocadas a la presentación del contenido. En cierto modo una página de contenido es una página destino”.

Dentro de esta clasificación podemos encontrar páginas con funciones específicas:

- Las páginas legales contienen los aspectos reglamentarios y de privacidad referente a las condiciones del servicio, derechos de autor y demás aspectos de carácter legal relacionados con el sitio y con la información que en este se presenta.
- Las páginas de contacto poseen información específica a cerca del titular del sitio; datos como: dirección, teléfonos y correo electrónico, brindando al usuario un espacio para expresar sus inquietudes, quejas y sugerencias con respecto al sitio, permitiendo al titular del sitio analizar esta retroalimentación que facilite la mejora en el funcionamiento del sitio.

Generalmente las páginas de contenido muestran de manera más clara la información que a manera de resumen se muestra en la página principal.

3) Componentes del Sitio Web

Los elementos compositivos de un sitio Web son aquellos componentes básicos del diseño con los que se produce el mensaje, dentro de los cuales podemos encontrar: imágenes, texto, color siendo estos elementos los de quizás mayor impacto para el usuario; sin embargo también existe la presencia de elementos que dan forma a la estructura de cada una de las páginas que integran el sitio.



a) Interfaz Gráfica

La interacción entre los usuarios y los sistemas de computo se realiza principalmente a través de de una interfaz gráfica de usuario un tipo de interfaz, compuesto por figuras gráficas inscritas en una superficie de contacto en adición de otros elementos “semánticos”.

La interfaz es la cara visible de los programas, es la que interactúa con los usuarios. La interfaz abarca las pantallas y su diseño, el lenguaje usado, los mensajes y hasta los avisos de error, entre otros aspectos de la comunicación con computadora/persona

La interfaz gráfica de son todos aquellos elementos gráficos que nos ayudan a comunicarnos en un sistema. La interfaz cumple una función fundamental de plasmar la idea central, materializarla y construir los mensajes que permiten la comunicación usuario-sistema. En base a lo anterior es necesario definir que es una interfaz es el medio por el cual el usuario interactua.

b) Formatos Gráficos

Como se menciono anteriormente la combinación de varias tecnologías de representación de la información (imágenes, sonidos, animaciones, video texto) con la intención de captar tantos sentidos como sea posible se denomina multimedia. Previamente a la existencia de la multimedia el intercambio de información con las computadoras estaba limitado solamente al texto. Es hasta la aparición de la interfaz gráfica y la implementación del video y el sonido que la multimedia permitió convertir el modo de comunicación entre las personas/ordenador.

Los dispositivos para navegar en la Web han evolucionado en los últimos años de forma exponencial (teléfonos móviles de última generación, PDAs, navegadores en electrodomésticos, pantallas táctiles en automóviles, etc.). Junto a esta evolución, ha quedado atrás la introducción simple de texto e imágenes, siendo sustituida por la posibilidad de incorporar una gran variedad de objetos, como pueden ser archivos de sonido, vídeo y animación, con el objetivo de enriquecer la experiencia del usuario y ofrecer al mismo tiempo la posibilidad de utilizar diferentes medios conjuntamente.

Estas nuevas alternativas privilegian la importancia de las imágenes dentro de un sitio Web, haciéndolos más atractivos para captar la atención del usuario haciendo uso de la creatividad en diseño de cada una de las páginas. En la actualidad el internet se ha convertido en un poderoso medio de comunicación visual, esto ha hecho que los sitios Web empleen una variedad de archivos de imagen que aportan al usuario una experiencia más rica en la navegación por la Web. Entre los diferentes formatos a destacar están:

GIF (Graphics Interchange File)

Los archivos GIF, por sus siglas en inglés son el tipo de gráficos más abundante en la red; no pierden calidad con el proceso de compresión, y viajan muy bien a través de la red. El formato de archivo GIF se usa para las imágenes que contienen dibujos, mientras que el formato JPG se usa para las fotografías.

En general se caracterizan por:

- Ser más rápidos en mostrarse en el navegador ya que su sistema de compresión de datos no provoca pérdida de calidad.
- Pueden contener el fondo transparente, y de este modo dejar que se vea a través de algunas áreas de la imagen el color o imagen de fondo, con lo que parece que están recortados y pegados sobre el fondo.
- Además, pueden contener múltiples imágenes secuenciadas, creando una animación. Los gif animados tienen una presencia ubicua en la red, en especial en los llamados banners (las tiras de publicidad que aparecen tan a menudo.)
- Su sistema de compresión es extremadamente eficiente si el gráfico contiene grandes áreas de color homogéneo.

La limitación principal que tienen los GIF es el número de colores: 256 como máximo. Son el formato idóneo para imágenes con colores planos, normalmente también para textos en forma de imagen, pero no tanto para fotografías.



JPG (Joint Photograph Experts Group)

El formato JPG funciona siempre con millones de colores distintos, y por tanto no tiene problemas para representar cambios graduales de tono o color. Ahora bien, este formato funciona con un sistema de compresión de datos que hace que se pierda calidad. Se puede controlar el grado de compresión para llegar a un equilibrio entre la calidad de la imagen y su tamaño. Cuanto más se comprima una imagen, mayor pérdida de calidad de produce. Experimentando con el grado de compresión, podremos llegar a un porcentaje que suponga el mejor compromiso entre calidad y tamaño modesto. Los programas de edición de gráficos como photoshop permiten esta optimización de forma interactiva, mostrando una simulación del resultado con cada grado de compresión aplicado.

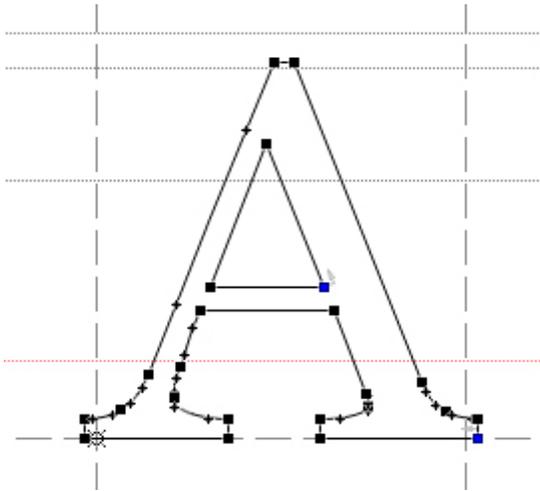
Como desventajas, JPG no admite transparencias y siempre se trata de una imagen única, estática.



PNG (Portable Network Graphics.)

Es un formato de imagen aprobado por el World Wide Web Consortium (W3C), la cual lo define como: un formato de archivo de gráfico extensible para el almacenamiento sin pérdida, portátil y con buena compresión. Permite trabajar con imágenes de color indexado, en escala de grises y color verdadero, además de un canal alfa opcional con múltiples niveles de transparencias. La profundidad de muestreo va desde 1 a 16 bits (imágenes de hasta 48 bits para RGB, ó 64 bits para RGBA, con transparencias). Libre de patentes, PNG se ha convertido en uno de los formatos de gráficos más usados en la Web, implementado por los navegadores más utilizados.

PNG, por su lado, ofrece tres grandes ventajas sobre otros formatos de imagen: canales alfa (variación de transparencia lo que posibilita la fusión perfecta con los fondos), corrección gamma (control de brillo de imagen a través de plataformas), y entrelazado de dos dimensiones (método de presentación progresivo). La compresión PNG impide la pérdida de información siendo compatible con tres tipos de imágenes: color verdadero, escala de grises y paleta básica (8 bits).



c) Gráficos Vectoriales

Los gráficos vectoriales son dibujos realizados en base a líneas bien definidas y trazos firmes que son aptos para la realización de ilustraciones, diagramas y logotipos, para ser usado en la web estos archivos deben ser convertidos a un formato de imagen.

1.3.3. Tipografía Web

La esencia del buen diseño consiste en comunicar ideas por medio de la palabra escrita, combinada a menudo con dibujos o con fotografías. Además de su componente significativo, cada letra de una palabra es por sí misma un elemento gráfico, que aporta riqueza y belleza a la composición final. Es por esto, que el aspecto visual de cada una de las letras que forman los textos de una composición gráfica es muy importante. De este planteamiento se deriva que el diseñador debe emplear las letras en una composición tanto para comunicar ideas como para configurar el aspecto visual de la misma, siendo necesario para ello conocer a fondo los diferentes tipos existentes y sus propiedades, conocimientos que se agrupan en la ciencia o arte de la tipografía.

Powell (2001:359) menciona que el arte o el proceso de utilización de tipos se ha denominado tradicionalmente “Tipografía”; la cual se preocupa por los aspectos de uso del texto que lo hacen legible o usable, además de expresivo. El uso mismo de las palabras y el estilo empleados pueden influir en la experiencia del usuario, tanto como la presentación del sitio.

A la hora de manejar textos en un sitio web es necesario considerar que leer de la pantalla de una computadora resulta cansado para los ojos, es por ello que se debe tener cuidado en el tipo de letra que se empleara en el diseño de las páginas del sitio Web, esta deberá conseguir atraer la atención del usuario y mantenerla durante su estancia en la página.

Al seleccionar las fuentes que vamos a usar en un sitio, deberemos tener en cuenta que existen algunas especialmente diseñadas para su visualización en la pantalla de un monitor, por lo que suelen resultar las más apropiadas para la Web.

Como se menciona el término tipografía se emplea para designar al estudio, diseño y clasificación de los tipos (letras) y las fuentes (familias de letras con características comunes), así como al diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes. Una clasificación de las familias de fuentes es la que divide las familias tipográficas en Serif y Sans Serif.

Las fuentes serif tienen origen en el pasado, cuando las letras se cincelaban en bloques de piedra, pero resultaba difícil asegurar que los bordes de las letras fueran rectos, por lo que el tallador desarrolló una técnica que consistía en destacar las líneas cruzadas para el acabado de casi todas las letras, por lo que las letras presentaban en sus extremos unos remates muy característicos, conocidos con el nombre de serif. Otra característica de las fuentes serif, es el hecho de que las tipografías romanas basaban en círculos perfectos y formas lineales equilibradas, es que las letras redondas como la o, c, p, b, entre otras, tienen que ser un poco más grandes porque ópticamente parecen más pequeñas cuando se agrupan en una palabra junto a otras formas de letras.



| Familia | Fuente | Windows 9x/2K/XP | Windows Vista | Mac Classic | Mac OS X | Linux Unix | |
|----------------|--------------------|-------------------|---------------|-------------|----------|------------|---|
| Serif | Cambria | | ✓ | | | | |
| | Constantia | | ✓ | | | | |
| | Times New Roman | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| | Times | | | ✓ | ✓ | ✓ | |
| | Georgia | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| San-serif | Andale Mono | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| | Arial | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| | Arial Black | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| | Calibri | | ✓ | | | | |
| | Candara | | ✓ | | | | |
| | Century Gothic | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| | Corbel | | ✓ | | | | |
| | Helvetica | | | ✓ | ✓ | ✓ | |
| | Impact | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| | Trebuchet MS | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| | Verdana | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| | Cusiva | Comic sans | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | Monospace | Consolas | | ✓ | | | |
| Courier New | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| Courier | | | | ✓ | ✓ | ✓ | |

Cuadro 1: Las marcas verdes muestran las fuentes mas comunes, las amarillas las no tan comunes pero generalmente todas son consideradas como seguras para la web.

Las fuentes serif son muy apropiadas para la impresión y la lectura de largos textos, ya que los trazos finos y los remates ayudan al ojo a fijar y seguir una línea en un conjunto de texto, facilitando la lectura rápida y evitando la monotonía.

Las tipografías con remates no son recomendables para su uso en el diseño de una página Web ya que los remates se visualizan dentados o distorsionados y en ocasiones no se aprecian.

De acuerdo a lo postulado por Götz (2002:53) a diferencia de lo que ocurre con las tipografías con remates las tipografías de palo seco o sans serif son las que no tienen nada al final de cada letra en otras palabras que no tienen remates como la Gill Sans poseen un grosor de trazo uniforme, que transmite una impresión mucho más nítida. Asociados desde su inicio a la tipografía comercial, su legibilidad y durabilidad los hacen perfectos para impresiones de etiquetas, embalajes, envolturas y demás propósitos comerciales.

Las fuentes sans serif incluyen todas las palo seco, resultando especialmente indicadas para su visualización en la pantalla de un ordenador, resultando muy legibles a pequeños tamaños además de ser bellas y limpias a tamaños grandes. Sin embargo, no son muy recomendables para textos largos, ya que resultan monótonas y difíciles de seguir.

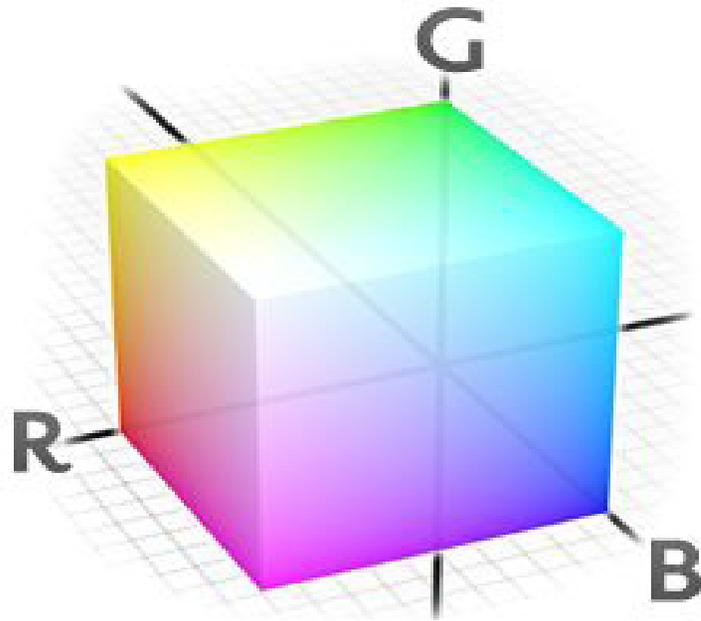
Actualmente los diseñadores deben considerar lo importante que es utilizar fuentes seguras para el desarrollo de sitios web. Las fuentes seguras para la web son aquellas fuentes que son casi universalmente accesibles en cualquier computadora. Lo que representa que cualquier usuario sin importar las preferencias de su máquina al visitar un sitio Web, obtendrá la misma experiencia que cualquier otra persona que accede al mismo sitio.

Dentro de la composición gráfica del diseño de la página Web la tipografía juega una doble función comunicativa de naturaleza verbal y visual, ya que es la tipografía la que mantiene la interacción entre el usuario y las demás partes de la página, además de ser la estructura de la información textual que la pagina ofrece. El tamaño y el uso de una buena tipografía establecen una jerarquía visual que hace más fácil la lectura de la información que se presenta, logrando con el aumento del tamaño de la letra un mayor énfasis y haciendo de este el centro de atención del usuario.

1.3.4. Color Web

Cada elemento del sitio Web y cada agrupación de ellos deben desempeñar en la misma un papel perfectamente definido, que además debe corresponderse con su peso visual dentro del total de la página. Una de las herramientas más potentes con las que cuenta el diseñador para cumplir este objetivo es el uso adecuado de los colores.

Una de las primeras cosas que se debe considerar para el diseño web es la correcta elección del color en el diseño Web es representado por dos sistemas que determinan la finalidad del diseño a realizar, estos sistemas son conocidos como: sistema de color aditivo y sistema de color sustractivo.



De acuerdo con lo postulado con Götz (2002:44) el sistema de color aditivo RGB está compuesto por los tres colores primarios: rojo (R), azul (B), verde (G) en donde mezclar dos colores da uno más brillante. Por ello este tipo de modelos se usan para describir colores que emanan de cuerpos fluorescentes como luces, televisores, y monitores de computadora. Al mezclar los tres rayos de color primarios se obtienen en sus superposiciones de dos colores el cian, amarillo y magenta; donde se superponen los tres se forma el blanco, y donde no hay luz, está el negro. Por su propia naturaleza lo que se vea en un monitor depende de la luz del cuarto en el que se vea. Por ejemplo en un cuarto oscuro, los colores serán más vivos y por ende sus cambios más ligeros serán notables, mientras que en un cuarto bien iluminado sucederá lo contrario.

En el caso del sistema de color sustractivo CMYK Götz (2002:44) sostiene que la mezcla de color por sustracción es aquella que se da al momento de fusionar tintas o pigmentos. Este sistema opera con la luz reflejada (por

absorción y reflexión). Este sistema se compone por los tres colores primarios: cian (c), magenta (M), amarillo (Y), cuando todos ellos se presentan con la misma intensidad se produce el negro (k).

El color provoca diferentes sensaciones que pueden afectar el estado de ánimo de las personas y culturalmente se han ido identificando con muchas de las cosas que dentro de la sociedad, como por ejemplo la “paz” o el “luto” son conceptos que la sociedad identifica con colores o en el caso de los bebés, si se es niño o niña los colores de la ropa, habitación y los juguetes tiene una tonalidad determinada.

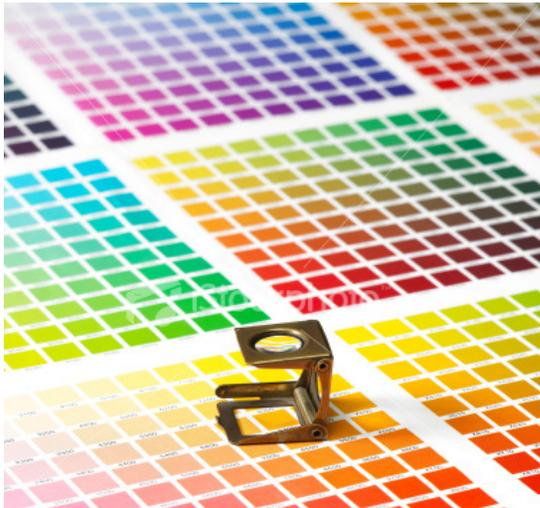
Los colores dentro de un diseño tienen un significado determinado para cada uno de ellos:

- El blanco es luz y representa bondad, inocencia, pureza y virtud, además es considerado el color de la perfección. En cuanto a su uso en el diseño el blanco es asociado con la frescura y limpieza; además de ser utilizado en la promoción de productos de alta tecnología y para comunicar simplicidad.

- El negro representa el poder, elegancia, formalidad, muerte y misterio. En una página Web el negro da un toque de elegancia sofisticación y aumenta la sensación de profundidad y perspectiva. Sin embargo no es muy recomendable utilizarlo en el fondo ya que disminuye la legibilidad.

- El azul es el color del cielo y del mar, por lo que se asocia con la





estabilidad y la profundidad. Este color es adecuado para representar productos relacionados con la limpieza y todo aquello relacionado con el cielo, el aire o el agua.

- El rojo es uno de los colores con mayor fuerza dentro del diseño ya que es el color del fuego y de la sangre y es relacionado directamente con el peligro, la guerra, la energía, la fortaleza, la determinación, así como la pasión, el deseo y el amor. En el ámbito de la publicidad es adecuado para anunciar coches, motos, bebidas energéticas, juegos, deportes y actividades de riesgo.
- El amarillo simboliza la luz del sol, representa la alegría, la felicidad, la inteligencia y la energía. El amarillo sugiere el efecto de entrar en calor, estimula la actividad mental y genera energía muscular además de ser asociado con el honor y lealtad. Es recomendable utilizar amarillo para provocar sensaciones agradables, alegres. Por su eficacia para atraer la atención, es muy útil para destacar los aspectos más importantes de una página web. El amarillo es un color espontáneo, variable, por lo que no es adecuado para sugerir seguridad o estabilidad.
- El naranja es una combinación de la energía del rojo y la felicidad del amarillo. Es cálido, acogedor y estimulante además de tener una cualidad dinámica muy positiva y energética. El color naranja tiene una visibilidad muy alta, por lo que es muy útil para captar la atención y subrayar los aspectos más destacables de una página Web.

- El verde es el color de la naturaleza por excelencia, representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura. Por esta asociación con la naturaleza es ideal para promocionar productos de jardinería, turismo, actividades al aire libre o productos reciclables y ecológicos.
- El purpura es un color que gracias a la combinación del rojo y el azul aporta la estabilidad y la energía de ambos; sin embargo este color es muy contradictorio ya que sugiere abundancia, sofisticación, inteligencia, espiritualidad, religiosidad y dignidad; pero también evoca frivolidad, artificialidad y pomposidad. El purpura es el color ideal para diseños dirigidos a la mujer y para niños.
- El rosado es un color utilizado universalmente para el romance y presencia femenina por lo que sugiere calma y tranquilidad. Además es muy útil para crear atmosferas relajadas, para reflejar diversión o para demostrar un lado creativo.
- El café ofrece una variedad de significados desde la asociación con la naturaleza, parques, hogar y hasta la vejez. En el diseño el café es utilizado para denotar calidad, comodidad, conservador y natural; dentro de las páginas web el café puede demostrar formalidad, honradez y experiencia.
- El Gris es un color con la capacidad de ser un excelente acompañante que ayuda a resaltar y fortalecer a los demás colores. En el diseño de páginas web el gris ayuda a dar un toque de elegancia, frescura, innovación, modernidad y brinda la sensación de espacio y neutralidad.



CAPÍTULO DOS

SECRETARÍA DE DESARROLLO
INSTITUCIONAL Y ESTUDIOS
PROFESIONALES

2.1. Antecedentes de la Institución: Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán (FESC).



La Universidad Nacional Autónoma de México es una corporación pública, organismo descentralizado del Estado, dotada de plena capacidad jurídica y que tiene por fines impartir educación superior para formar profesionistas, investigadores, profesores universitarios y técnicos útiles a la sociedad; organizar y realizar investigaciones, principalmente acerca de las condiciones y problemas nacionales, y extender con la mayor amplitud posible los beneficios de la cultura. (Fuente: Ley Orgánica de la UNAM)

“La UNAM es uno de los espacios más importantes del país en el cultivo de las ciencias y las humanidades. Es una casa del pensamiento no sólo mexicano, sino iberoamericano. Ha producido nuevo conocimiento para beneficio de la sociedad a lo largo de sus cien años de existencia como Universidad Nacional; ha contribuido al desarrollo de instituciones de educación superior en México y en otros países. Además de casa de estudios, la UNAM es casa de cultura, de creación y de difusión. A través de sus espacios, la Universidad cumple con su función de extender los beneficios de las culturas mexicana, iberoamericana y universal.”

“La universidad es nacional por su contribución académica a la búsqueda de soluciones a los problemas más apremiantes de la sociedad; por su participación en el fortalecimiento de las instituciones públicas de educación superior de los estados, y por impulsar polos de desarrollo y vínculos locales para el beneficio regional.

La UNAM es pública por su origen y pertenencia. Responde a la sociedad en su conjunto y hacia ella están destinados sus fines. Lo es también por sus valores colectivos que encarna. En ella convergen las diversas clases sociales y culturales del país, es un espacio propicio en el que se cultiva la democracia.



**UNAM
CUAUTILÁN**

La FESC nace como un proyecto de descentralización que busca proporcionar una mejor atención a las demandas de la sociedad, como: la explosión demográfica y la creciente matrícula estudiantil, hacían que las instalaciones de Ciudad Universitaria fueran insuficientes.

La propuesta inicial de descentralización de UNAM fue impulsada por el entonces Rector de la máxima Casa de Estudios, Dr. Pablo González Casanova, mediante la creación de Escuelas Nacionales de Estudios Profesionales (ENEP), con el fin de acercar la educación superior a los sitios donde se origina.

“El 22 de abril de 1974 el Rector Dr. Guillermo Soberón Acevedo, inaugura los cursos correspondientes al primer semestre de dicho año en la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Cuautitlán, marcando el inicio de la descentralización de la UNAM.”

La Escuela Nacional de Estudios Profesionales Cuautitlán fue la primera unidad multidisciplinaria que se construyó fuera de Ciudad Universitaria. El 19 de febrero de 1974, el Consejo Universitario aprobó la propuesta presentada el 22 de enero de ese año por la Rectoría, para la creación de la ENEP Cuautitlán, la cual sería independiente tanto académica como administrativamente de escuelas, facultades e institutos y estaría regida por la Ley Orgánica y el Estatuto General de la UNAM.

“En 1980 el H. Consejo Universitario aprobó el Doctorado en Microbiología y en consecuencia la ENEP Cuautitlán adquiere el rango de Facultad, transformándose así en lo que es ahora la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán”. Constituyéndose así en la primera ENEP en alcanzar este logro.

A través de su historia y conforme fue creciendo la matrícula, en la Facultad surgieron nuevas carreras y enfoques que interaccionan con la propia comunidad que la circunda y en la cual ha adquirido reconocimiento y presencia.

Como se indicó la FESC se funda en 1974 y se transforma en Facultad en 1980 con un sello distintivo: la multidisciplina, con una estructura matricial y un modelo educativo departamental. En el momento de su fundación este perfil multidisciplinario adelantó con mucho a una de las concepciones de la docencia-investigación-vinculación actualmente preferida por prestigias universidades en todo el mundo. La Facultad se define como multidisciplinaria con tendencias a la transdisciplina.

La FESC desarrolla sus actividades en tres Campos. El Campo Uno con un total de 73,600 m² que alberga 16 edificios, el Campo Cuatro con 1'153,266 m² que alberga 30 edificios y una Unidad de Investigación Multidisciplinaria con 41,199 m² en el Centro de Asimilación Tecnológica (CAT), que alberga 9 edificios.

La actual oferta educativa de la FESC es de 17 programas de nivel licenciatura acordes con las necesidades de la sociedad y con la finalidad primordial de satisfacer las demandas de los sectores productivos que son quienes albergan a los egresados. Los programas académicos a nivel licenciatura que cubre las cinco áreas de conocimiento son: Ingeniería en Alimentos, Ingeniería Química, Ingeniería Mecánica Electricista, Ingeniería Agrícola, Ingeniería Industrial, Ingeniería Química, Química Industrial, Química Farmacéutico Biológica, Informática, Diseño y Comunicación Visual, Medicina Veterinaria y Zootecnia, Administración, Contaduría, Licenciatura en Tecnología y las Licenciaturas de Farmacia y Bioquímica Diagnóstica.

2.1.1. Principios Sustantivos y Funciones

La FESC, entidad académica descentralizada de la UNAM creada en 1974, realiza docencia a nivel de licenciatura y posgrado en las áreas de las Ciencias Químicas, Ingenierías, Administración, Agropecuarias y en Artes y Humanidades con la misión de instruir, educar y formar profesionales de alto nivel, de fácil inserción laboral, con un claro proyecto de vida y vocación de servicio a su comunidad y al país. Los principios que guían sus actividades son la libertad de cátedra, la justicia social, la equidad, la creatividad y el liderazgo para el desarrollo educativo de la zona.

También realiza investigación que busca contribuir al avance del conocimiento científico y tecnológico, a la solución de retos y problemas de interés regional y nacional. Otra de sus funciones sustantivas es la de difusión y extensión de la cultura, por medio de sus talleres, exposiciones, conciertos y obras de teatro, constituye la mejor propuesta de desarrollo educativo y cultural con el fin de brindar y acercar estas opciones a las comunidades aledañas, así como a la comunidad universitaria en general, para realizar estas funciones, la FESC se ha organizado de forma departamental y matricial con un enfoque multi, ínter y transdisciplinario.

Rodríguez (2010:92) destacó que la Facultad cuenta con una planta académica, integrada por profesores e investigadores con formación profesional relevante y pertinente, acorde a las necesidades de cada una de las áreas. Actualmente la planta de profesores está conformada por 1,378 académicos de los cuales 227 son de carrera, 901 de asignatura, 163 ayudantes de profesor, 84 técnicos académicos y 2 investigadores y un profesor emérito. El 11.61% (160) profesores de la FESC tiene el grado de doctor y 23.07% (318) de maestría, el 50.72% (699) de licenciatura; 45 pertenecen al Sistema Nacional de Investigadores (SNI), de los cuales, 31 son nivel I, 6 son de nivel II, 4 nivel III y 4 candidatos.

La FESC es reconocida en la UNAM y por otras instituciones de educación superior nacionales y del extranjero por la calidad del aprendizaje de sus alumnos que reciben una educación adecuada con planes y programas de estudio actualizados, dinámicos, flexibles y que son evaluados por organismos evaluadores externos; gracias a la formación, al compromiso de su planta académica, a la generación de nuevo conocimiento que se crea y a su significativa vinculación con la zona de influencia, constituyéndose como un polo de desarrollo y punto de encuentro de nuestra entidad con el entorno que la alberga, mediante procedimientos decididos y consensuados con la comunidad, que refleja su perfil multidisciplinario.

A partir de su implementación en la Facultad, en el 2001 la Carrera de Diseño y Comunicación Visual tiene la misión de formar profesionales en las áreas de producción audiovisual, fotografía, multimedia, diseño editorial, ilustración, simbología y diseño de soportes tridimensionales que al integrarse a una Facultad con características multidisciplinarias se ve favorecida por la demanda de producción de materiales audiovisuales, fotográficos, editoriales, gráficos bidi y tridimensionales así como ilustrativa que las demás carreras del campus exijan.

Como se menciona anteriormente el presente trabajo pretende resaltar la importancia de la formación académica que la Facultad brinda a sus estudiantes con el objetivo de formar profesionales del diseño capaces de solucionar problemas de comunicación visual y gráfica que cubran las necesidades cambiantes de los mercados productivos nacionales e internacionales; así como tener un conocimiento de la situación cultural global que les permita sensibilizarse con su entorno para así comunicar sus valores y promover sus ideas al mundo que les rodea.

2.2. Secretaría de Desarrollo Institucional

Como resultado de la adecuación académica administrativa de la FESC en el 2006 se crea la SECRETARÍA DE DESARROLLO INSTITUCIONAL (SEDI). Las funciones encomendadas a la SEDI fueron tres tareas básicas en la facultad: guiar los procesos de evaluación diagnóstica y acreditación de los programas educativos de licenciatura; ser la responsable de la revisión, actualización, modificación y creación de planes y programas de estudio de la oferta educativa a nivel licenciatura, posgrado y fortalecer la vinculación institucional y desarrollar estrategias de capacitación y formación didáctica pedagógica del personal académico. Lo anterior con el fin de buscar articular la docencia con las áreas de apoyo e incidiendo en los programas educativos, profesores y estudiantes, es decir la función sustantiva de docencia.

De esta manera la FESC, busco efficientar y optimizar la ejecución de su tarea sustantiva, por medio de la reorganización estructural, estableciendo secretarías y desapareciendo las divisiones.

Para atender estas funciones la recién creada SEDI, sustento la toma de revisión y creación de planes y programas de estudio en la sociedad del conocimiento que exige que la formación universitaria se oriente tanto en la construcción de conocimientos relevantes como al desarrollo de habilidades para la búsqueda, análisis y la comprensión eficaz y eficiente de la información. Ante lo cual la Facultad se ha comprometido a ser considerada como una institución con calidad, mediante el desarrollo con eficacia de sus tareas fundamentales de docencia, investigación, difusión y extensión de la cultura.

En 2004 bajo el rectorado del Dr. Juan Ramón de la Fuente, se reestructuró la administración central, donde la Secretaría de Desarrollo Institucional de la UNAM, asume como una de sus funciones la de promover la autoevaluación y la evaluación externa, así como la creación y modificación de planes de estudio. Con base en estos antecedentes, es a partir del 2006 cuando la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán inicia los procesos de evaluación y acreditación de sus programas educativos, bajo la coordinación de la SEDI.

Otra acción realizada por la SEDI es la de Vinculación. Por indicaciones del Rector Dr. José Narro Robles, a partir del 2007 las actividades de vinculación pasaron a formar parte de las coordinaciones y departamentos de cada una de las escuelas, facultades, centros e institutos para que desde ellas se realicen, en forma autónoma e independiente, de acuerdo con sus peculiaridades intrínsecas. En la FESC, esta actividad recayó en el Departamento de Vinculación, adscrito a partir del 2006 a la SEDI, con el objeto de ubicarla en un área específica, facilitar su tarea y articularla institucionalmente propiciando la comunicación interna con las diferentes áreas y tener mayor acercamiento con el sector productivo, educativo y de servicios. Durante los 4 años que esta tarea recayó en la SEDI se firmaron 54 convenios de colaboración.

Otra función de la SEDI es el apoyar a las áreas académicas, colaborar con las autoridades universitarias y órganos colegiados competentes en todas aquellas actividades de recopilación, análisis, presentación de información y acciones de diagnóstico y evaluación sobre el personal académico, que permitan emprender programas de formación didáctica pedagógicas para profesores, investigadores y técnicos académicos y de fortalecimiento a la carrera docente en la facultad, así como la implantación y la administración de dichos programas, es una tarea

que busca ser atendida, por medio de desarrollar acciones y estrategias para favorecer la capacitación y formación de los profesores en procesos didáctico-pedagógicos para que conozcan las nuevas tecnologías, hagan uso de ellas en la elaboración, aplicación u evaluación de recursos didácticos, que impacten en el aprendizaje.

En 2010 la SEDI, sufrió una reestructuración, la cual consistió en asumir las funciones que tenía encargada la Secretaría de Estudios Profesionales, cambiando de nombre a Secretaría de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales (SEDIEP), cuyas funciones adicionales fueron: Coordinar los trabajos académicos de las 15 carreras a nivel Licenciatura que oferta la FESC, así como desarrollar y operar programas institucionales como: seguimiento de egresados, tutoría, evaluación de la docencia, evaluación diagnóstica, trayectoria escolar y examen diagnóstico; el fin de hacer una labor mucho más integral encaminada al desarrollo profesional y académico de los universitarios.

Para el desarrollo de sus actividades la SEDIEP interactúa con la Secretaría General, Administrativa, de Planeación, Posgrado e Investigación, con las Coordinaciones de Carrera, Departamentos Académicos, así como con las Coordinaciones de Extensión Universitaria, de Difusión Cultural y de Publicaciones, Divulgación y con la Unidad Jurídica; con las áreas de apoyo como el Centro de Idiomas, el Centro de Enseñanza Agropecuaria, Coordinación de Bibliotecas y Hemerotecas, Unidad de Asuntos Estudiantiles, Centro de Cómputo, Unidad de Administración Escolar y el Departamento de Exámenes Profesionales. Las actividades de la SEDIEP repercuten e inciden en los alumnos y profesores, propiciando la articulación entre la docencia, investigación y la difusión de la cultura.

Ante tal multiplicidad de tareas y con el fin de facilitar el acceso y difusión de sus funciones se planteó el diseño y elaboración de su sitio Web, que es el trabajo que se presenta.

2.2.1. Misión

La Secretaría de Estudios Profesionales y Desarrollo Institucional tiene como misión la de realizar acciones que propicien el fortalecimiento académico, se contribuya a elevar la calidad curricular de las licenciaturas que oferta la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, en el apoyo a los estudiantes, en la superación y formación académica para:

- Proponer e impulsar iniciativas de revisión, actualización, evaluación y acreditación de los planes y programas de estudios existentes, acción permanente hacia el desarrollo y el fortalecimiento institucional.
- Propiciar la capacitación del personal académico interesado en procesos de evaluación curricular, con base al diagnóstico de proceso enseñanza - aprendizaje.
- Incorporar nuevas tecnologías y métodos de enseñanza, que contribuyan a la difusión del conocimiento y a hacer accesible la enseñanza a la población aledaña. Para que los programas académicos sean reconocidos por su calidad y pertinencia, así como contar con la totalidad de sus programas revisados y actualizados.
- Contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad con modelos y sistemas innovadores para mejorarla en lo educativo, social, económico y político.
- Proponer métodos que favorezcan la interacción entre las diferentes

entidades académicas y del sector productivo e industrial.

- Fomentar el intercambio académico y el establecimiento de programas conjuntos.
- Proponer estudios para impulsar y fortalecer el desarrollo institucional académico de la Facultad.

2.2.2. Visión

En el periodo 2009-2013, la Secretaría de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales busca que los programas académicos de nivel licenciatura mantengan su calidad por medio de permanecer actualizados y evaluados por organismos externos.

Logrará la participación efectiva de la comunidad académica y estudiantil en programas y proyectos institucionales, consolidando los mecanismos de cooperación y comunicación entre los órganos colegiados, bajo un modelo de gestión de la calidad que permitirá una vinculación con los sectores académicos, productivos y, de servicios.

2.2.3. Objetivos

Como parte de los cambios estructurales y como se ha mencionado anteriormente en aras de cumplir con los objetivos la Secretaría de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales tiene el propósito de:

- a) Dirigir la autoevaluación y la evaluación externa y alcanzar el reconocimiento de la calidad de los programas educativos que oferta la FESC.

- b) Desarrollar y establecer mecanismos y procesos eficaces y confiables que conlleven a la acreditación de los programas educativos.
- c) Planear y organizar la revisión, actualización y/o creación de Planes y programas de estudio.
- d) Propiciar y promover formas, sistemas y métodos que favorezcan la interacción entre las diferentes entidades académicas, centros y dependencias universitarias con el entorno social y productivo, para fomentar el intercambio académico y el establecimiento de programas conjuntos.
- e) Planear y promover estrategias, programas y actividades que fortalezcan la capacitación y formación didáctico-pedagógica del personal académico de la FESC.
- f) Proponer y realizar los análisis, estudios y proyectos para impulsar y fortalecer el desarrollo institucional académico de la FESC.
- g) Desarrollar y operar programas institucionales como: seguimiento de egresados, tutoría, evaluación diagnóstica, trayectoria escolar, evaluación de la docencia, examen diagnóstico.
- h) Realizar las demás actividades que se asignen a la SEDIEP dentro del ámbito de su competencia por la Dirección de la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán.

2.3. Determinación y Diseño de la Identidad Corporativa de la SEDIEP

La imagen Corporativa es uno de los elementos básicos dentro de las instituciones. Esta imagen es el mensaje que resulta del conjunto de elementos gráficos representativos de la institución, organizados coherentemente. El poder de la identidad corporativa reside en que el mensaje que transmita sea un único y que esté presente en todos los componentes que la conforman.

De acuerdo con lo postulado por Lloyd (1999:47) “Una identidad corporativa es la declaración visual del papel de una compañía y su función, un medio de comunicación visual a nivel interno con sus accionistas y empleados y, hacia el exterior, con sus proveedores y clientes” es decir, la imagen corporativa se refiere a como es percibida la institución, tanto por quienes la conforman, así como de aquellas personas que requieren de los servicios que esta ofrece.

Retomando la definición anterior es necesario destacar que actualmente la Secretaria de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales de la FESC, no cuenta con un logotipo que forme parte de la imagen corporativa de la institución.

La necesidad de diseñar el logotipo de la SEDIEP que forme parte de la Imagen Institucional de la Facultad, dada la relevancia de las funciones que la Secretaría realiza y la constante relación con instituciones de los diversos sectores productivos.

2.3.1. El Logotipo

Un logotipo es un elemento básico de diseño distintivo para una institución y tiene un lugar especial dentro de la estructura de la identidad corporativa. No se trata de un componente más, sino que es el componente fundamental que permite definir e identificar a cada una de las partes que la conforman.

Lloyd (1999:8) lo define como: "Un diseño que simboliza a la entidad. Es un diseño que es utilizado por una organización para su membrete, material publicitario, entre otros. Estos símbolos son el emblema por el que la institución puede ser fácilmente reconocida".

De acuerdo a lo anterior podemos establecer que un logotipo puede estar relacionado con muchos aspectos diferentes de la institución, sólo depende de la finalidad de la empresa y el público a quien va dirigido. Un logotipo puede hacer referencia a un lugar en particular, actividades, objetos y personas y tiene la finalidad de:

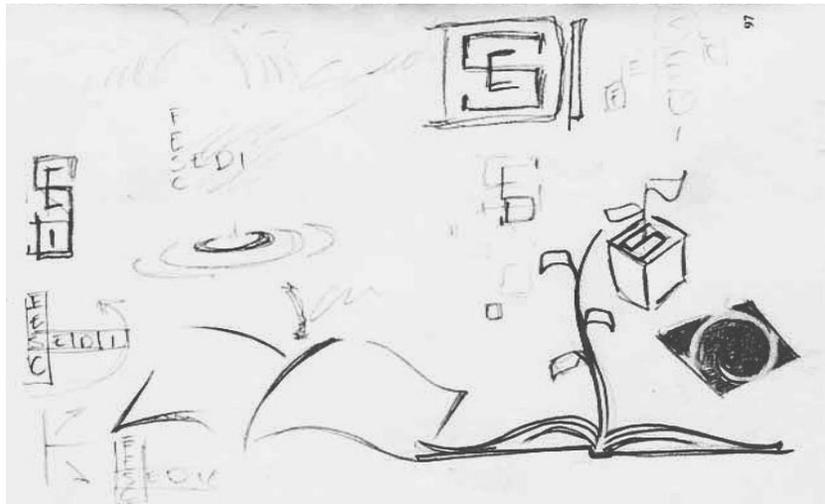
- Identificar algo (una marca, empresa, institución).
- Diferenciarlo de otras cosas parecidas.
- Transmitir información importante: si es una empresa seria, si el trato que brinda a sus clientes es personal, entre otros.

2.3.2. Desarrollo del Logotipo

Para la realización del logotipo fueron tomados en cuenta los antecedentes de la secretaria así como las siglas de la secretaria en el afán de mantener la línea de diseño utilizada en la unam y reforzar la imagen institucional en la elaboración del sitio web.

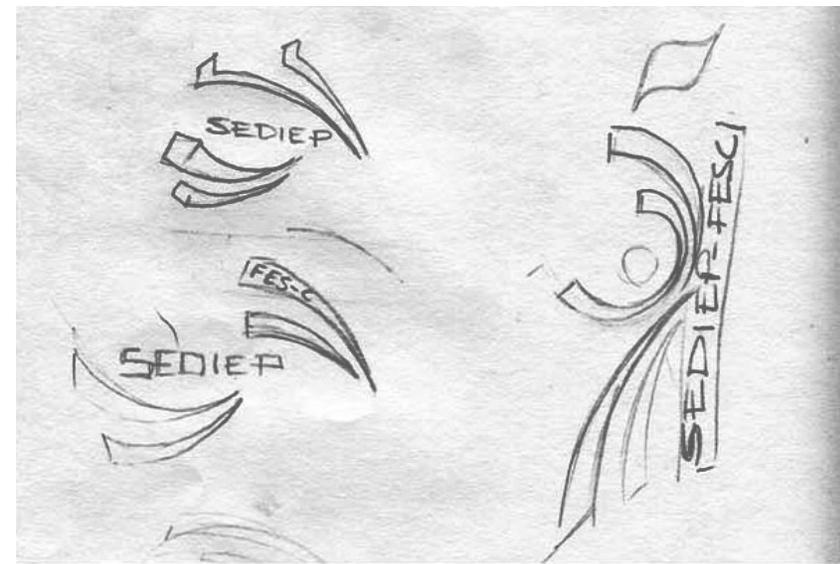
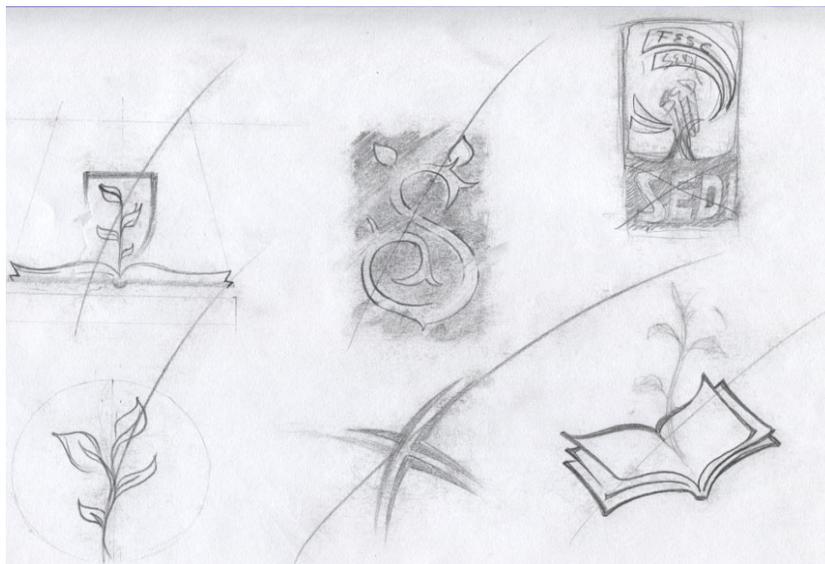
Antes que nada es importante contar con la información suficiente para lograr establecer lo que se quiere proyectar, este caso el objetivo principal del logotipo es de dar representatividad a la secretaria y lograr que la comunidad académica y estudiantil la identifiquen. Las siglas de la secretaria nos brindan un avance significativo para la elaboración ya que estas, son las que definirán el diseño del logotipo o bien este puede ser solo una composición tipográfica. Es importante resaltar que no todas las identidades tienen que estar acompañadas de un gráfico.

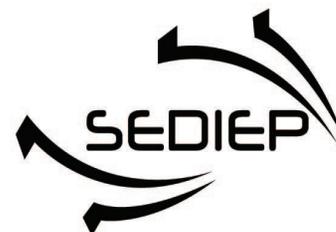




Una vez establecido esto, es cuando se comienza con el proceso de bocetaje y es aquí donde surge un proceso creativo valioso que permite la exploración, la valoración y jerarquización de trazos que nos permitirá finalmente llegar a la abstracción y la síntesis.

Comenzamos con el bocetado a lápiz y papel todas las ideas relacionadas con la secretaria, éstas pueden estar ligadas al nombre, hay que hacer tantos bocetos como ideas se generen, se bocetan también las posibles fuentes, este proceso permite filtrar conceptos y separar las buenas ideas de las que no son tan buenas.





Digitalización y vectorización de las propuestas, aquí se puede comenzar a jugar con las combinaciones de las ideas seleccionadas, en este caso tipografías y formas. Es importante señalar que durante este proceso no se hará uso de color, todo se trabajará en blanco y negro, logrando enfocar la atención en el diseño para poder establecer los elementos que estructuran el logotipo.

El no aplicar color nos permitirá verificar cuál de las propuestas tiene mayor fuerza y funcionalidad para poder escoger las mejores propuestas.

Una vez vectorizadas las propuestas se seleccionan tres de ellas y entonces se busca la combinación de colores o el color que será el mas apropiado, en este caso se trabajara bajo el entendido de utilizar los colores institucionales de la unam (Azul y Dorado) despues de esto se presentaran las tres propuestas en color y en blanco y negro para que las autoridades decidan cual de las propuestas es la mas adecuada.

Es importante mencionar que el logotipo seleccionado puede contener brillos, sombras y efectos que son implementados como variantes de los logos originales.

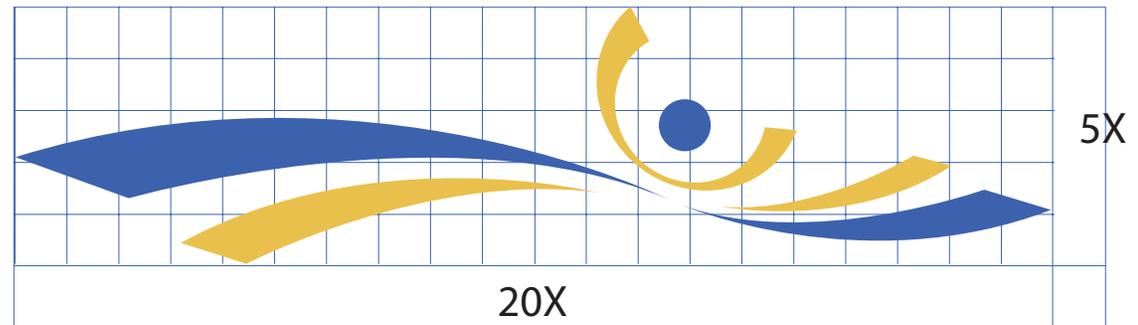


EL LOGO

ELEMENTOS BÁSICOS

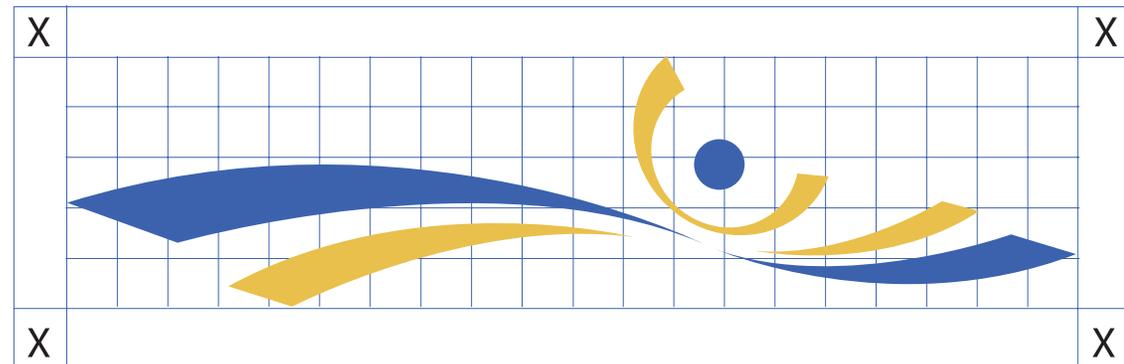
CONSTRUCCIÓN GRÁFICA

A continuación se muestra la construcción de los elementos del logo sobre una trama modular cuadrícula. Cada módulo se denomina X y representa una parte proporcional de la imagen.



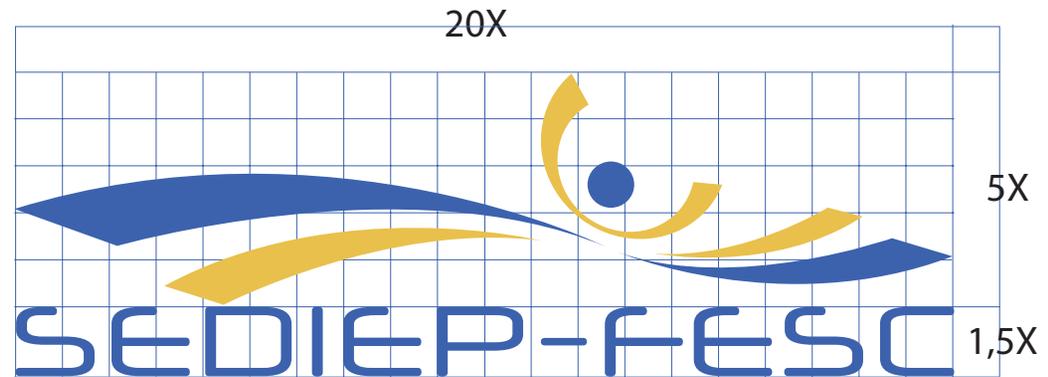
ÁREA DE RESERVA

Es un espacio imaginario que rodea el logo y que protegerá la imagen de cualquier distracción visual. Este espacio no debe ser invadido por ningún elemento gráfico: textos, fotografías, dibujo, etc. El área queda definida por los márgenes mínimos expuestos en el ejemplo. El área prevista para el espacio será proporcional a X.



CONSTRUCCIÓN GRÁFICA

Los principios de construcción de los elementos del logotipo son los mismos del logo, se dibuja sobre una trama modular, donde cada módulo tiene un valor X.



ÁREA DE RESERVA

Las condiciones para este espacio son las mismas que para el logo. El área queda definida por los márgenes mínimos expuestos en el ejemplo y el tamaño del área debe ser para todas las reducciones y ampliaciones proporcional a X.



EL LOGOTIPO

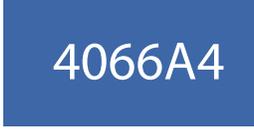
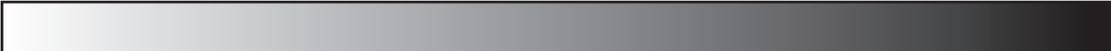


REDUCCIÓN MÁXIMA

La reducción del logo está limitada para no desvirtuar sus características de identidad. Sus proporciones no deben ser menores a 5,25cm de ancho por 2cm de alto.

COLORES COORPORATIVOS:

Son los colores determinados por la institución que van a representarlos. Son colores planos ubicados dentro de un registro de color, como PANTONE. Por lo general estos colores son los únicos permitidos por la institución para ser utilizados en cualquier elemento de reproducción : papelería, señalización, publicaciones, etc.

| | | | | |
|------------------|---|--|---|---|
| PANTONE |  NEGRO |  BLANCO |  PANTONE 660 EC |  PANTONE 142 EC |
| COLOR WEB |  000000 |  FFFFFFFF |  4066A4 |  FEC353 |
| ESCALA DE GRISES |  | | | |

El objetivo de presentar la papelería es el de unificar la identificación de cualquier espacio referente a la secretaría, dentro de la comunidad universitaria, así como criterios estéticos-funcionales y coherentes con la imagen de la Facultad.

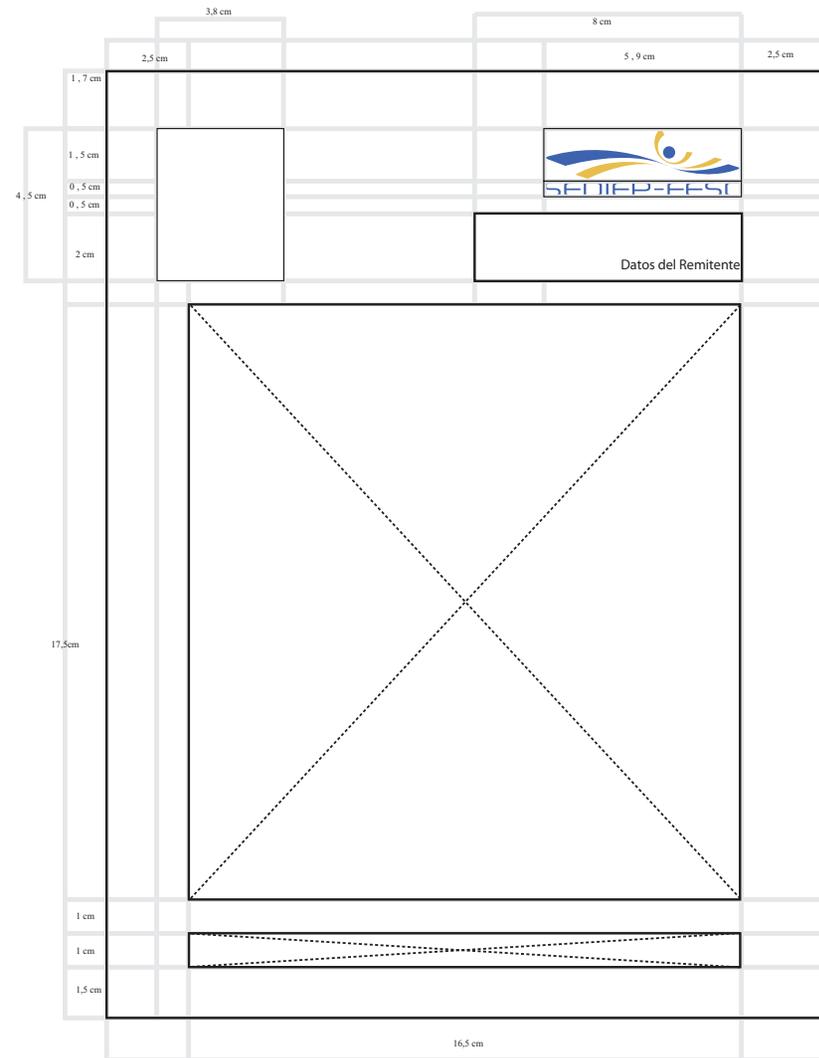
HOJA CARTA

La configuración de la página empieza con un margen superior de 1.7 cm, el izquierdo de 2,5 cm, el derecho de 2,5 cm y el inferior de 1,5 cm.

El logotipo se ha situado a la izquierda superior para darle el primer nivel en cuanto a la distribución de las jerarquías, siendo éste el elemento más importante de la composición. Sus márgenes están calculados para darle el área de reserva que necesita. Su tamaño no debe ser menor de 2 cm de alto por 5,9 cm de ancho, y siempre respetando las proporciones y su construcción gráfica.

Un espacio de .05 cm separan los datos del remitente del logotipo. Está alineada a la izquierda, en fuente Times New Roman regular, tipo título de 12pts. El área de redacción es de 17.5 cm de alto por 16.5 cm y se utilizarán minúsculas y mayúsculas, de necesitar resaltar algún texto, se puede utilizar las otras características de la fuente que son: negrita, cursiva y negrita cursiva.

Por último tenemos el bloque de texto para la dirección. Se encuentra separada por 1,1 cm del área de redacción y finaliza con el margen inferior. Está delimitada a los lados por los márgenes izquierdo y derecho, teniendo así, un área de escritura de 1 cm de alto y 16,5 cm de ancho. La dirección se escribe en Times New Roman regular, de 9pts.



TARJETA DE PRESENTACIÓN

La tarjeta de presentación puede ser impresa en una cartulina sulfatada blanca mate o brillante de 180gr. De 5cm por 9cm, con un area de reserva de 0.5cm por lado que proteja la impresión a la hora del corte.

La tarjeta posee el logotipo centrado con unas medidas de 5.25 por 2cm; la tipografía es New Times Roman de 12pts y 8pts. La alineación es centrada para el nombre y el cargo del funcionario los telefonos estan alineados a la derecha y el correo electrónico a la izquierda.

EL SELLO

El sello es un conjunto de textos y elementos que indican una dirección de jerarquía. Una marca de autenticidad para darle valor de documento oficial a una información escrita que va a ser dirigida a un receptor. El sello debe ir siempre a una sola tinta.



CAPÍTULO 2. SECRETARÍA DE DESARROLLO INSTITUCIONAL Y ESTUDIOS PROFESIONALES (SEDIEP)



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO



FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN
SECRETARÍA DE DESARROLLO INSTITUCIONAL
Y ESTUDIOS PROFESIONALES
OFICIO: FESC/SEDI/147/VI/2011

ASUNTO: se envían oficios de asignación

DRA. FRIDA MARÍA LEÓN RODRÍGUEZ,
JEFE DE LA UNIDAD DE ASUNTOS DEL PERSONAL ACADÉMICO

P R E S E N T E .

Sirva este medio para enviar a usted un cordial saludo y por este conducto, hacerle llegar los oficios de asignación firmados con acuse de recibido correspondientes al semestre 2011-II de los profesores que a continuación se enlistan:

| No. | NOMBRE |
|-----|-------------------------|
| 1 | GUERRERO RIVERA SANDRA |
| 2 | ROCANDIO PINEDA MARITZA |

Sin otro particular por el momento reciba un cordial y atento saludo.

Atentamente
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPÍRITU"
Cuautitlán Izcalli, Estado de México a 03 de junio 2011.

LA SECRETARIA

DRA. MARGARITA FLORES ZEPEDA

C.c.p. Archivo

Secretaría de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales
Edificio A10 planta alta, teléfonos: 5623 1963 / 5623 1965
Correo electrónico: margaritafz@fesc.cuautitlan2.unam.mx

FES-Cuautitlán



Dra. Margarita Flores Zepeda
Secretaría de Desarrollo Institucional
y Estudios Profesionales

Tel.: 5623-1963
5623-1965
Fax.: 5870- 7062

margaritafz@fesc.cuautitlan2.unam.mx





CAPÍTULO TRES

METODOLOGÍA PARA EL DESARROLLO DE
SISTEMAS MULTIMEDIA DESARROLLADA
POR LA DGSCA-UNAM, APLICADA AL
DISEÑO Y DESARROLLO DEL SITIO WEB
DE LA SEDIEP

En 1999 la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico de la UNAM DGSCA-UNAM desarrollo una metodología enfocada especialmente a formalizar el método de trabajo que había desarrollado por parte del departamento de multimedia de esta dependencia, con el fin de optimizar el desarrollo de los sistemas multimedia que ahí se elaboran.

Esta metodología divide sus procesos de producción en tres etapas: preproducción, producción, y posproducción, que a su vez se desarrollan en varias tareas que van ligadas una con otra. La manera en que se realizan estas tareas son de forma secuencial y algunas otras son paralelas, lo cual está determinado la complejidad del trabajo, así como de su información; se la da un enfoque principal en este método a la experiencia, el grado de integración y de la comunicación que existe entre los miembros del equipo de trabajo. Una de los aspectos más relevantes de esta metodología es su flexibilidad que permite adaptar las tareas del proceso de producción a otras organizaciones y grupos creadores de sistemas multimedia interactivos.

La DGSCA, ha establecido una serie de lineamientos orientados a una estandarización de la imagen institucional de los sitios Web que formen parte de la UNAM. Estos lineamientos permitirán al sitio Web resaltar su carácter institucional.

En este caso en donde se desarrollará un sistema interactivo multimedia que no tendrá el apoyo de un grupo de trabajo se harán las modificaciones que se consideren necesarias al proceso de producción.

3.1. Preproducción

El primer paso inicia, en el momento en el que surgen las ideas para crear un sistema multimedia y es la etapa donde se lleva el mayor tiempo de desarrollo, la cual es equivalente al 60% del trabajo. Aquí se definen los objetivos, características, aquellos recursos técnicos; tiempos de realización para desarrollar este sistema; es aquí donde se organiza la información, se hace una idea aproximada del diseño y el funcionamiento del sistema. Se define que elementos se necesitaran para comunicar y como se emplearan.

La preproducción se divide en:

- planteamiento del proyecto
- Investigación
- Diseño multimedia
- Desarrollo

Dentro del plan de desarrollo de la SEDIEP se plantea la necesidad de dar contar con un medio de difusión de mayor alcance que a su vez sea el vínculo mediante el cual la facultad entre en contacto de manera institucional con la industria, los sectores social y educativo, así como con la comunidad universitaria de la FES-Cuautitlán.

Uno de los principales problemas a resolver es el de mantener una estrecha comunicación con la comunidad académica y estudiantil ya que trabajo encabezado por la secretaria está encaminado a la búsqueda constante de la excelencia, tanto en los planes y programas de estudio que la facultad brinda a los alumnos, así como a la incesante necesidad de contar con profesores altamente capacitados en cada una de las áreas, tras entender las necesidades,

aterrizar ideas y definir objetivos; como una parte de un sistema de informativo que brinde apoyo la solución, se llegó a la alternativa del desarrollo de un sitio Web.

3.1.1. Planteamiento del Proyecto

Para el desarrollo de cualquier tipo de sistema multimedia, la metodología propone el planteamiento del proyecto a través de un estudio de factibilidad que permitirá decir o llegar a la conclusión de si es posible realizar el proyecto o no. Así como la tarea de delimitar el proyecto como tal.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.

El propósito de la SEDIEP es brindar información con respecto a los servicios que a través de sus profesores, alumnos, laboratorios y unidades de investigación, la Facultad ofrece dentro de su zona de influencia, así como mantener informada a la comunidad sobre los procesos y acciones institucionales que fortalezcan formación de universitarios comprometidos con la sociedad, la implementación de un sitio Web apoyará este propósito presentando información de manera específica.

Es importante resaltar que el estudio de factibilidad no es una propuesta del proyecto a desarrollar; es simplemente una evaluación detallada de la posibilidad para elaborar un sitio Web, tomando en cuenta la factibilidad, pertinencia y efectos de la realización del proyecto. Generalmente tiene el objetivo de demostrar la posibilidad de realizar el proyecto, desde el punto de vista social, técnico y económico.

Así, con el estudio de factibilidad se busca:

Definir los objetivos del sitio y el público al que va dirigido. Como se menciona anteriormente la SEDIEP, busca promover y difundir sus acciones dentro de la comunidad académica y estudiantil, dentro y fuera de la institución; que además le permita expandir sus acciones a través de un sitio web, el cual se convierta en una parte importante dentro del portal de la FESC, que le permita a la secretaría resaltar el carácter institucional de cada uno de los programas a su cargo. Uno de los aspectos clave para la secretaría es brindar información de fácil acceso para su público; conformado principalmente por académicos, investigadores, alumnos así como todas aquellas personas interesadas en establecer vínculos de colaboración entre la Facultad y los sectores productivos de la sociedad. Otro de los objetivos es el de presentar información veraz y oportuna, que permita conocer de manera clara las acciones emprendidas por la secretaría, orientadas a satisfacer necesidades de los sectores antes mencionados.

De acuerdo a lo anterior se considera que el Internet y su notorio avance tecnológico, así como sus novedosas estrategias de expansión que le permiten difundir información a cerca de cualquier servicio, se ha convertido en una poderosa herramienta de comunicación para las instituciones de educación superior. Es por ello que se considera sin lugar a dudas la mejor opción para promover los programas y servicios conferidos a la secretaría, para alcanzar una mayor audiencia.

Una vez establecidos estos requerimientos y de acuerdo con el estudio se determinó que el sitio Web brindará a la Secretaría de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales, un nuevo canal de comunicación que optimice los procesos y acciones que promuevan la interacción con otras instituciones educativas así como con los sectores productivos y con ello dar una imagen actual, que mejore

su eficiencia y garantice una mayor proyección de los servicios que la facultad ofrece.

Gracias a este estudio es posible definir el rumbo y los objetivos que deba alcanzar el proyecto; por ello, para el desarrollo del sitio Web es necesario contar con un guion conceptual, el cual, de acuerdo con esta metodología permitirá comprender de manera general la totalidad del proyecto.

GUIÓN CONCEPTUAL

Nombre del Proyecto.

Diseño y Desarrollo del sitio Web de la Secretaría de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales (SEDIEP), de la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, UNAM.

Objetivo General.

Diseñar y operar un sitio Web que sea un vínculo comunicativo, de enlace e intercomunicación entre la Secretaría de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales, con la comunidad académica interna de la FESC, la UNAM y los sectores educativos y empresariales.

Público al que va dirigido.

El sitio web busca primordialmente expandir la difusión de los programas institucionales enfocados a sus principales usuarios; conformados por profesores, investigadores y alumnos, así como todas aquellas personas interesadas en establecer vínculos de colaboración entre la facultad y los sectores productivos de su área de influencia. Es importante resaltar que estos usuarios ya cuentan con gran experiencia en el uso de estas herramientas de comunicación, lo cual facilita el acceso a la información.

Contenido.

Dentro del contenido del sitio web se encontraran los siguientes temas:

- ¿Qué es la SEDIEP?: En esta parte se brinda información sobre los principios sustantivos, que guian el accionar de la secretaría, a demas de mostrar los departamentos que la conforman.
- Acciones: es en este apartado donde a traves de un menú desplegable se muestran las actividades encomendadas a la secretaría.
- Eventos: Proporcionara el calendario de eventos programados por la secretaría.
- Contacto: sera el enlace entre los usuarios y la SEDIEP, donde se contendran lo datos de localización como son: dirección, telefonos, correo electronico, asi como el nombre y fotografia del titular de la secretaría.

Descripción del sitio Web.

Contar con una página de inicio, 8 páginas de contenido con un tamaño de 900 x 600 pixeles, para monitores de 1024 x 768 pixeles, con el proposito de que el sitio sea lo mas accesible posible, encabezado institucional basado en los lineamientos establecidos por la DGSCA-UNAM, acompañado de una pelicula animada conformada por imágenes representativas de las actividades de la Facultad, o bien una serie de imágenes que cambian cada que se recarga la pagina. Contara con el logotipo y nombre de la secretaría, así como con el de la FESC, acompañados de elementos visuales relacionados con cada una de las actividades.

Estas acciones se mostraran en páginas individuales que permitan una visualización optima de los contenidos, programas y servicios que la institución brinda con la finalidad de que la navegaciñon dentro de ellas sea agil y facil para el usuario.

3.1.2. Investigación

Esta etapa permitirá recopilar la información que se presentara en el sitio web; misma que conformara el contenido textual de cada una de las páginas que formaran parte del sitio.

Esta información es de vital importancia para la secretaría; debido al carácter institucional de los procesos que realiza. Por ello esta información fue proporcionada por la Secretaria de Desarrollo institucional y Estudios Profesionales de la FES-Cuautitlán, UNAM.

Dentro de este proceso es importante resaltar que la DGSCA-UNAM, ha establecido lineamientos para el desarrollo de sitios Web institucionales, mismos que serán tomados en cuenta para el desarrollo del proyecto.

A raíz de conocer la información se logro comenzar con el proceso de investigación iconográfica y sonora, en el cual se busca compilar el material visual y sonoro (si es el caso) a utilizar dentro del sitio. Este material puede estar conformado por: fotografías, imágenes, texturas, logotipos, audio y video.

En el caso del logotipo, como se menciono anteriormente, la secretaría no contaba con una imagen propia. Por ello dentro de este mismo proyecto se diseño del logotipo de la secretaría.

Las imágenes que formaran parte o que estaran dentro del diseño del sitio, como las plecas, el encabezado, barra de menu, asi como las imágenes seran elaboradas y/o editadas en software especializado como Illustrator y Photoshop de la suite de Adobe.

3.1.3. Diseño Multimedia

Si bien esta claro que el diseño multimedia dentro de un sitio web responde a dos condicionantes fundamentales: la funcionalidad y la imagen que se le brinda al usuario. Dentro de esta etapa se comprenden tareas como: la organización de la información, aplicaciones multimedia, asi como la apariencia de cada una de las pantallas que permitirán a los usuarios interactuar a traves de la interfaz gráfica.

La organización de la información que contendra el sitio debera ser presentada de manera clara y efectiva. En este caso la SEDIEP, conoce exactamente lo que debe ir en cada parte del sitio, lo cual facilitara la estructuración y navegación dentro del proyecto. Dicha organización se presenta mediante un guión literario.

GUION LITERARIO

Página Principal

La FES-Cuautitlán, UNAM, es una institución comprometida con la sociedad y que a lo largo de su historia, busca de manera constante mejorar la educación que se imparte dentro de sus aulas, con el afán de brindar una educación de calidad a sus alumnos que les permita en un momento dado, proporcionar las alternativas adecuadas a las menadas de los sectores productivos, educativos y de la sociedad en general.

Por ello es necesario que profesores y alumnos participen constantemente en los procesos institucionales de los que la facultad es participe. Con el objetivo de mantener un estrecho contacto con los universitarios y fomentar la colaboración entre todos los personajes que conforman a la Universidad; la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán durante la presente administración integra sus esfuerzos por ofrecer una educación de calidad acorde a las demandas del mercado laboral buscando mejorar sus procesos y mantener actualizados los planes y programas de estudio que brinda a los estudiantes. Por ello la Secretaria de Desarrollo Institucional y la Secretaria de Estudios Profesionales, se fusionaron formando una la Secretaria de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales la cual busca resaltar el carácter institucional y profesional de la FES-Cuautitlán.

Página 2 Que es la SEDIEP?

La Secretaria de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales es la instancia encargada de dar proyección y llevar a cabo los procesos académico - administrativos institucionales de la FESC, es por ello que tanto la comunidad académica, estudiantil a si como todas las personas interesadas en conocer cuáles son los principios que rigen su accionar dentro de la universidad, permitiéndoles conocer de manera clara los objetivos y funciones principales.

Página 3 Estructura

Con el objeto de atender las demandas de la comunidad dentro y fuera de la Facultad la Secretaría divide sus acciones en tres departamentos:

1. Departamento de Desarrollo académico
2. Departamento de Apoyo al Fortalecimiento de Programas de Estudio
3. Departamento de Vinculación

Página 4 Acciones

1. Evaluación externa:
 - a) Evaluación Diagnóstica

Es el proceso de verificación, análisis y valoración que se realiza a un programa o a una institución educativa, a cargo de una entidad evaluadora. Es el proceso de construcción entre la institución académica y el organismo evaluador que permite conocer la realidad institucional de la dependencia. La evaluación externa permite constatar la veracidad de la autoevaluación que ha sido realizada por la propia institución educativa y del programa.

El concepto de evaluación va mucho más allá de examinar al programa educativo ya que cubre aspectos como docencia, planeación, administración, pertinencia y a los estudiantes.

- b) Acreditación:

Resaltar la importancia de la acreditación de programas académicos, como un medio para reconocer y asegurar la calidad de la educación superior. Buscar el reconocimiento público que otorgan los organismos acreditadores,

no gubernamentales en el afán de examinar de forma puntual a través de determinados criterios, indicadores y parámetros de calidad en su estructura, organización, funcionamiento, insumos, procesos de enseñanza y de pertinencia social.

2. Planes y Programas de Estudios:

La Secretaria de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales es la encargada de la revisión, modificación, actualización y creación de planes y programas de estudio con la finalidad de que estos cumplan las expectativas de formación profesional de los alumnos y de atender la demanda del sector social y productivo; formando así profesionales que cubran las necesidades que el mercado laboral y la sociedad les demandan.

3. Coordinaciones:

La SEDIEP funge como coordinador institucional de las 15 carreras a nivel licenciatura que la Facultad imparte; supervisando y dirigiendo las tareas encomendadas a las coordinaciones de carrera.

4. Programas Institucionales:

Exaltar la importancia de la participación de docentes y alumnos en programas como: Evaluación de la docencia y el programa de tutoría que se realizan de forma sistemática desde el semestre 2005-2 en tres carreras y que actualmente participan las 15 carreras en el caso de docencia, seguimiento de egresados, evaluación diagnóstica y 8 carreras en tutoría.

Cabe destacar que el objetivo primordial en ambos programas es el de identificar las fortalezas y debilidades tanto de profesores como de los alumnos, así como los aspectos que pueden mejorarse a fin de mejorar la calidad del personal docente así como elevar la calidad de la formación de los alumnos.

Página 5 Eventos

Con el propósito de que la comunidad se mantenga enterada de los eventos a realizar, la secretaría ofrecerá un calendario de actividades en el cual se podrá consultar de fechas, clausura de eventos, firma de convenios y visitas a las instalaciones. Lo anterior en el afán de mantener una participación constante de los alumnos, académicos e investigadores que conforman y dan vida a la Facultad.

Página 6 Contacto

SECRETARÍA DE DESARROLLO INSTITUCIONAL Y ESTUDIOS PROFESIONALES

Titular de la Secretaría: Dra. Margarita Flores Zepeda

Teléfonos: 56231963 /56231965

Fax: 58707062

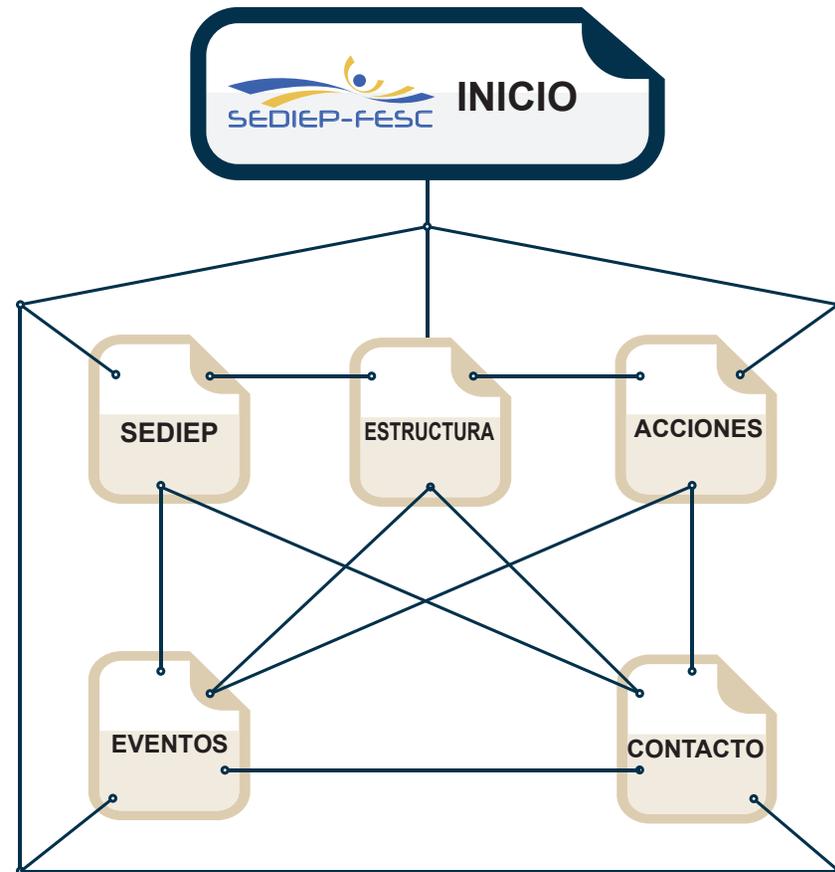
E-mail: margaritafz@fesc.cuautitlan2.unam.mx

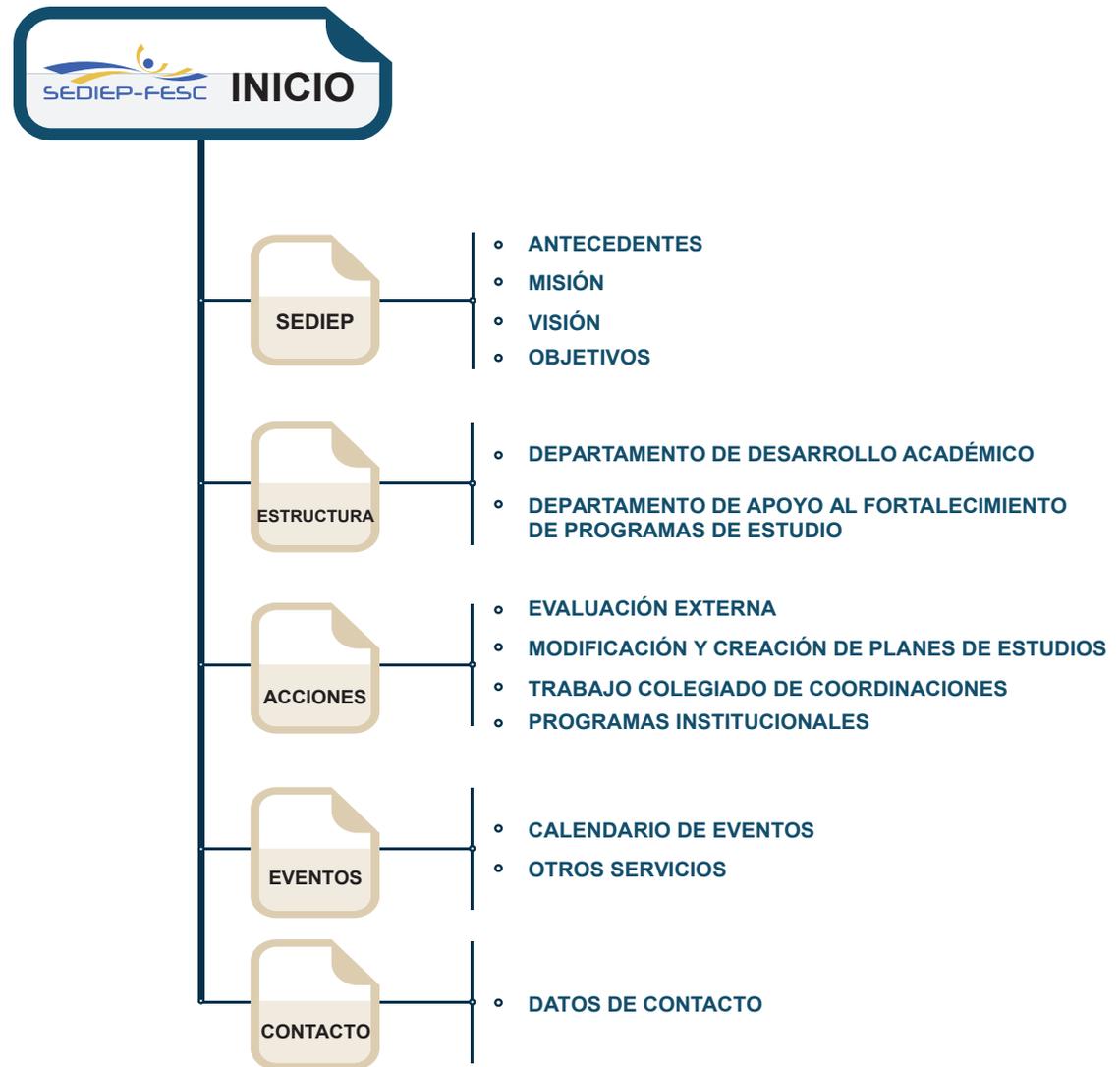
Ubicación: Edificio de Idiomas, planta alta FES-Cuautitlán Campo 4,
Carretera Cuautitlán – Teoloyucan, km. 2.5 Col. San Sebastián Xhala,
Cuautitlán Izcalli, Estado de México. C.P. 54740

Diseño de la navegación.

Un buen sistema de navegación es imprescindible en todo sitio Web. Es una parte importante de la organización de la estructura de la Web. La característica principal de la navegación es que el usuario sea capaz de moverse con soltura y facilidad por las distintas páginas del sitio, que encuentre lo que busca rápidamente, que no se pierda al ir de un enlace a otro sin saber donde está, que no quede colgado en una página sin poder navegar por otras o volver atrás. Son algunos de los aspectos que hay que cuidar en la navegación

El diseño de navegación define estructuralmente como estarán conectadas entre sí las páginas que formaran el sitio, como se muestra en la imagen anterior se construye de manera jerárquica o árbol, está puede esconder o mostrar tanta información como se desee. Esta estructura comienza con una página principal y presenta varias opciones que permite ir visualizando páginas más específicas





Cuadro 2: Organización de contenidos del sitio.

3.1.4. Desarrollo Diseño de la interfaz

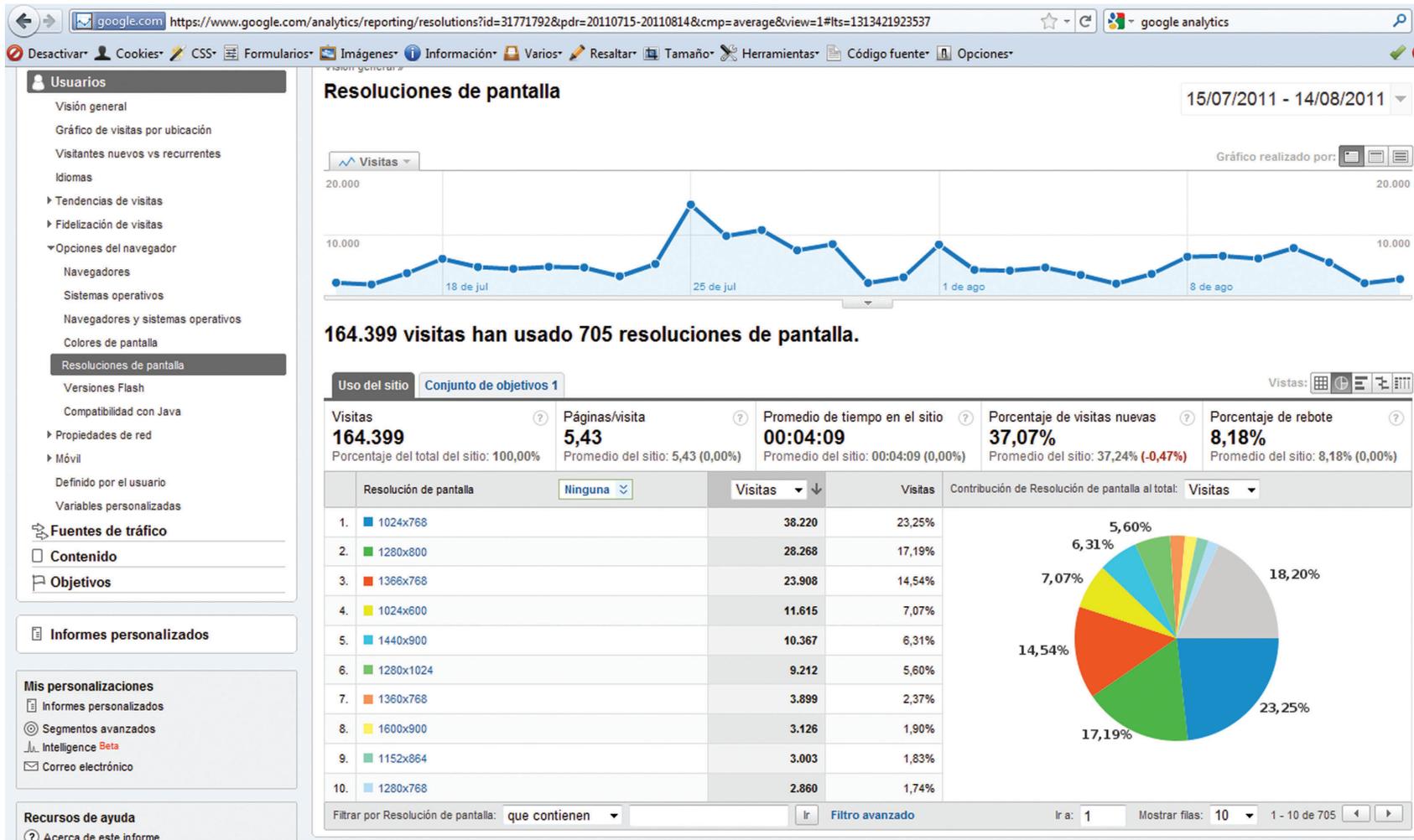


Es el sistema de estadísticas web de Google, que ofrece información agrupada según los intereses de tres tipos distintos de personas involucradas en el funcionamiento de una página: ejecutivos, técnicos de marketing y webmasters

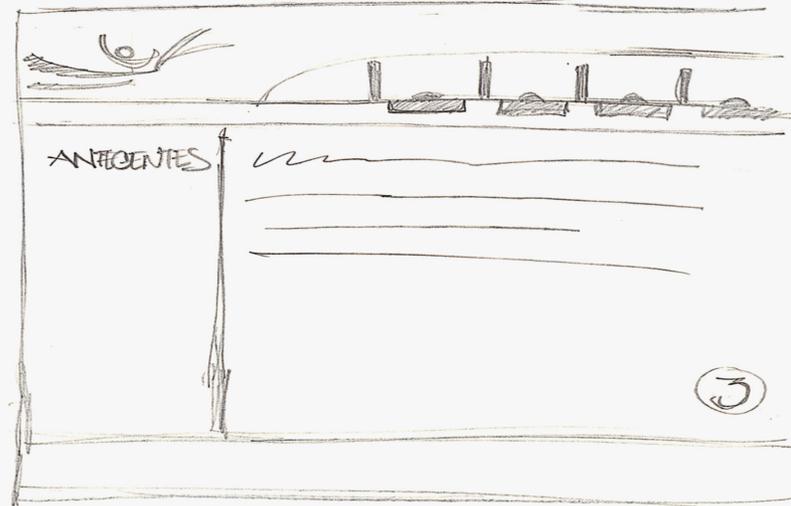
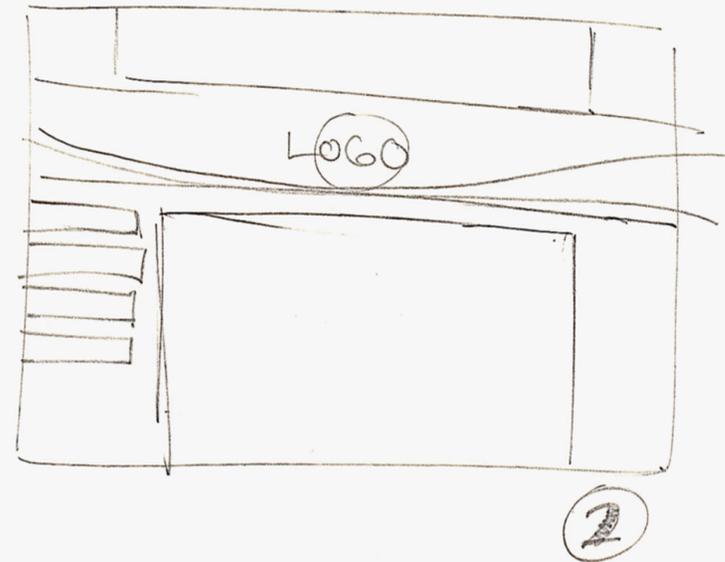
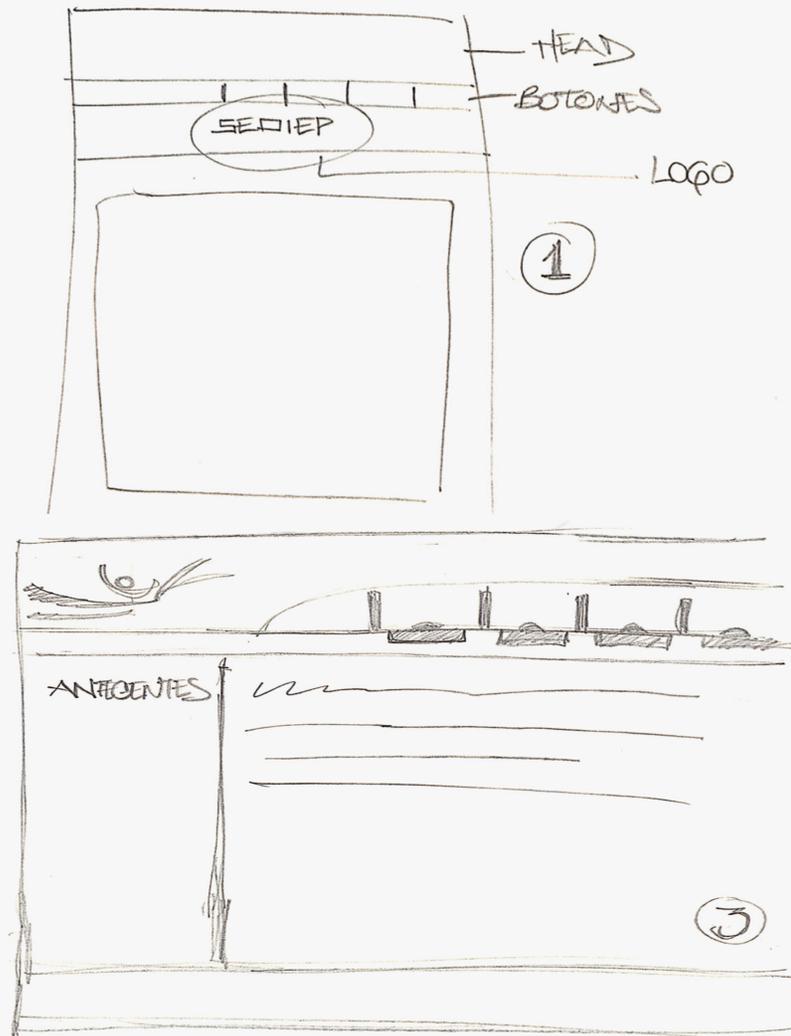
Al comenzar el proyecto de la página web de la Secretaría de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales, es necesario tomar en cuenta la información que se pretende presentar a la comunidad. Tomando como punto de partida que el sitio será visitado por monitores de 1024 x 768 px, es importante considerar las dimensiones y resolución del documento. Las dimensiones del sitio serán: 600px (alto) por 980px (ancho), con una resolución de 72 dpi, lo que permitirá no tener tanto espacio en blanco en el sitio.

De acuerdo con el portal de estadísticas web "*Google Analytics*" el 23.25% de los usuarios que visitan el portal de la FESC, utilizan monitores con una resolución de pantalla de 1024 x 768, seguido del 18.20% de usuarios con monitores de 1280 x 800 de resolución. Dicha información permitió establecer el tamaño del sitio permitiendo su óptima visualización en la mayoría de los monitores y en específico en los dos más utilizados por los usuarios.

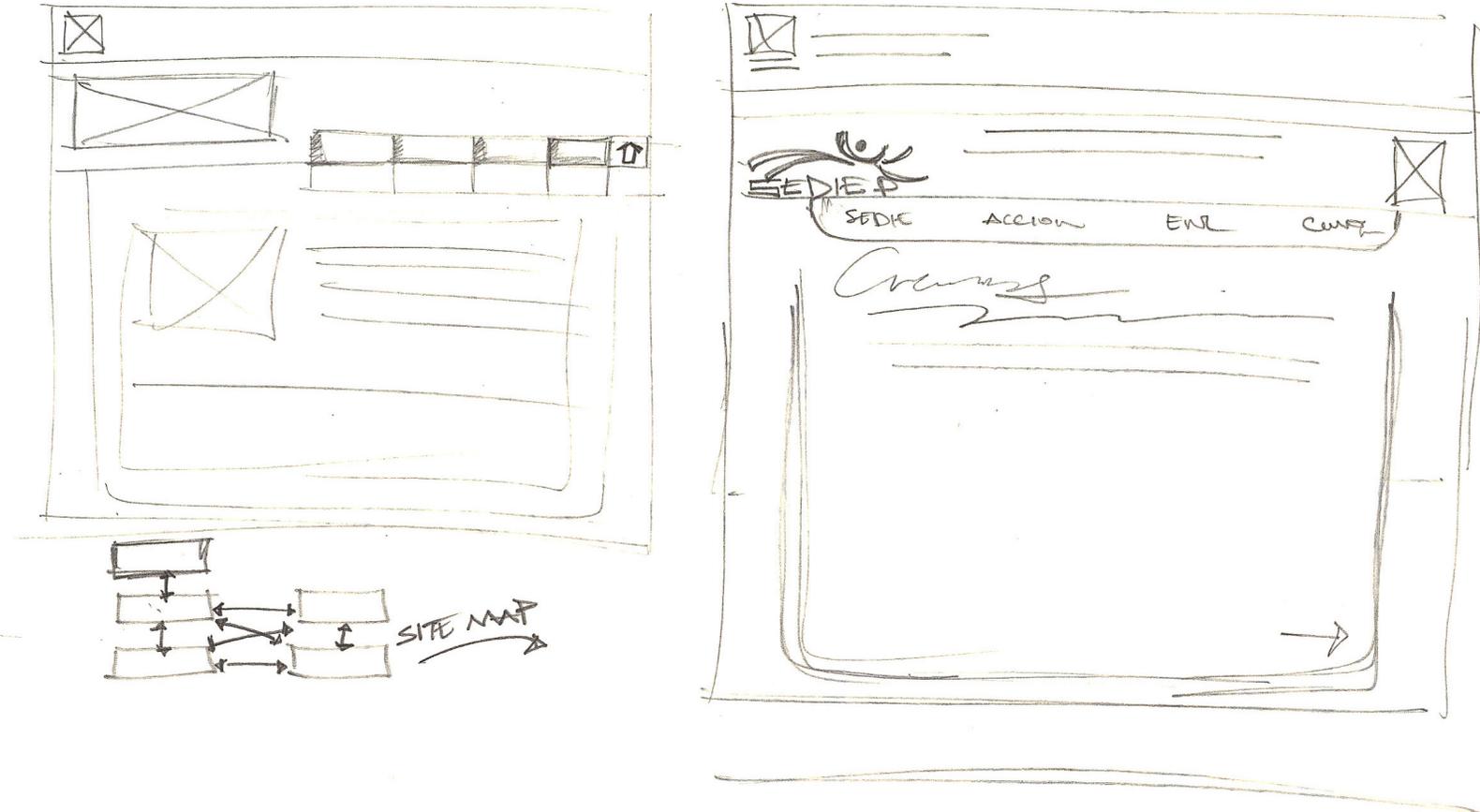
Al diseñar las propuestas de interfaz gráfica se busca definir un estilo visual que permita ubicar de mejor manera cada uno de los elementos en cada una de las pantallas, brindando una imagen atractiva y determinando su funcionalidad. Para ello es necesario tomar en cuenta varios factores de funcionalidad y accesibilidad y para ello la DGSCA-UNAM ha determinado ciertos lineamientos para el diseño de sitios web institucionales en los cuales estará basado el diseño del sitio.



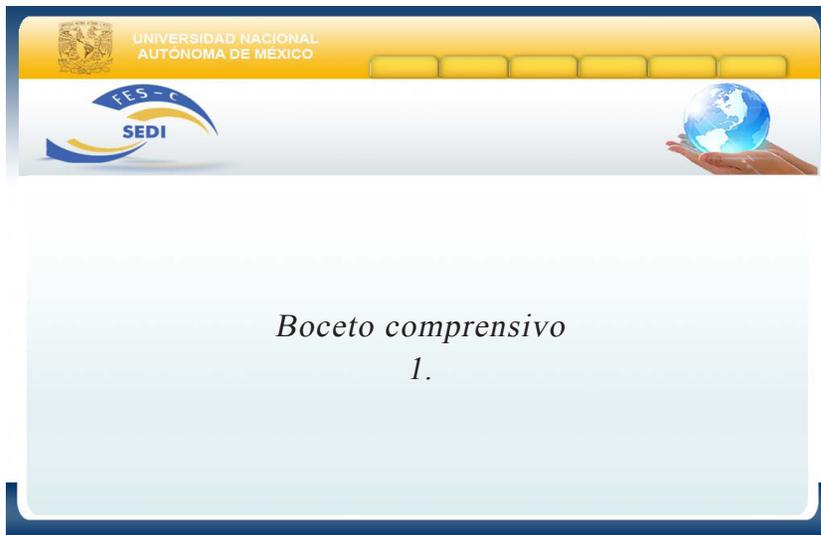
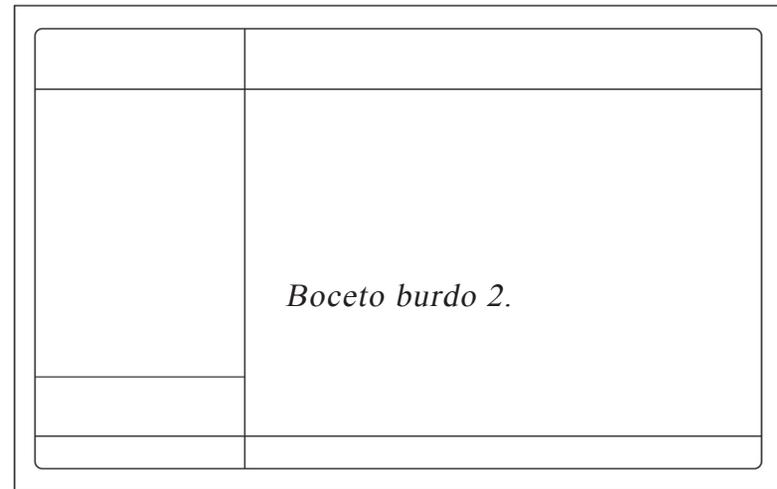
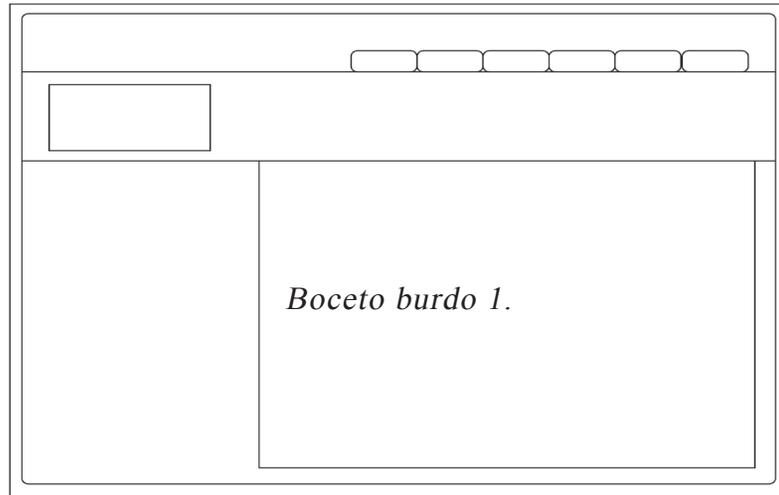
Cuadro 3. Grafica de las resoluciones de pantalla mas utilizadas por los usuarios que visitan el portal de la FESC

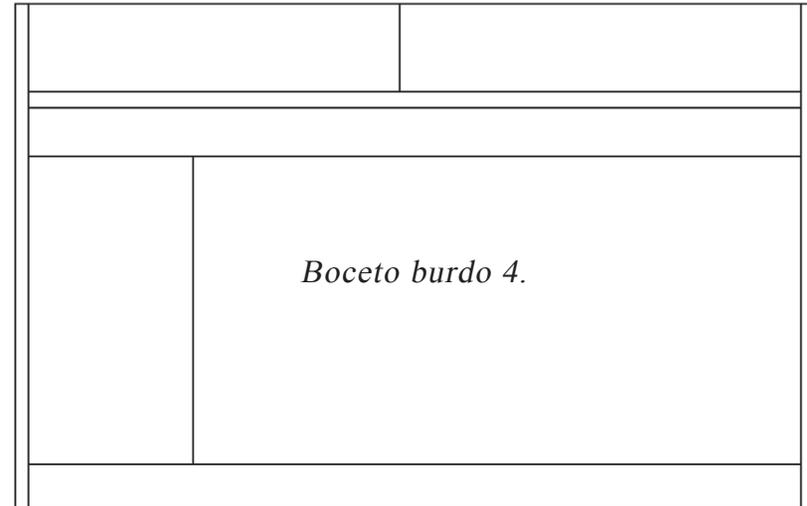
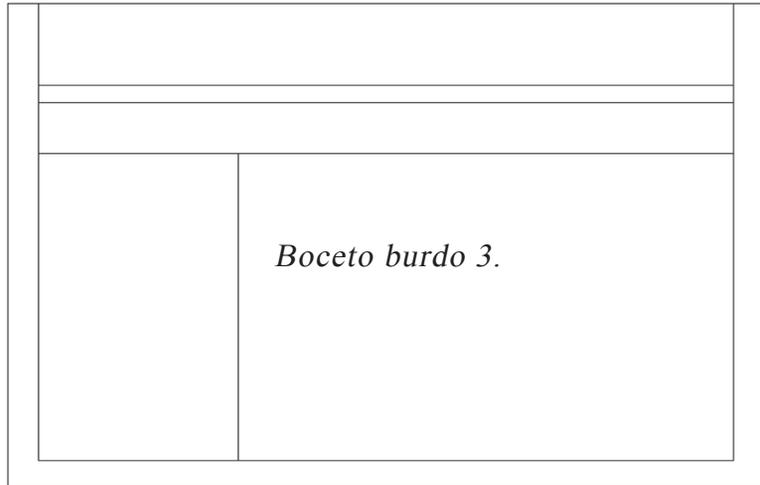


Proceso de Bocetaje de la Interfaz



Proceso de Bocetaje de la Interfaz





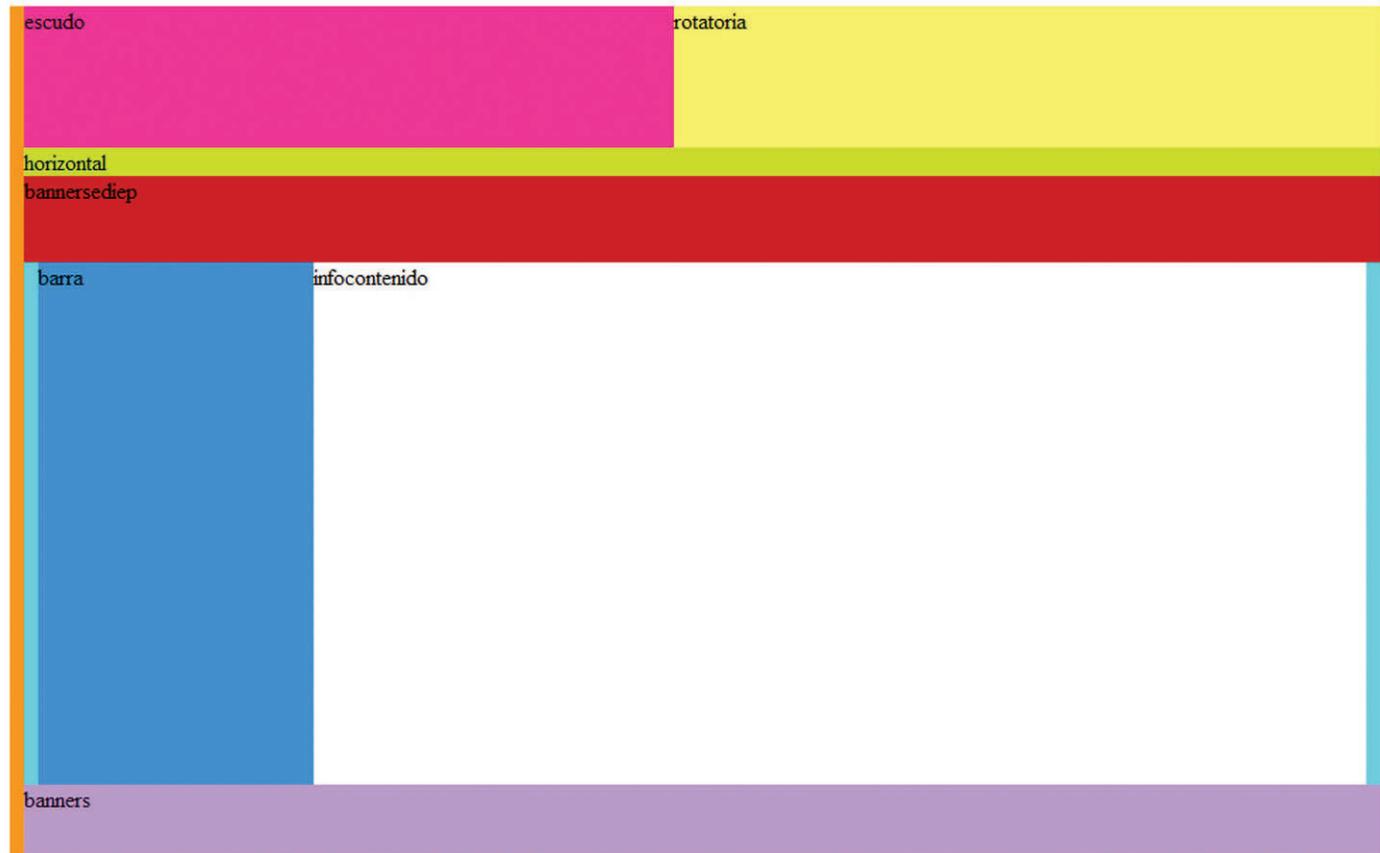
El análisis de los bocetos propuestos nos permite ver como estarán distribuidos los elementos dentro del sitio los cuales nos facilitaran la distribución y manejo de la información, con lo cual nos permite establecer que la mejor opción para el desarrollo del sitio Web es el boceto # 4. La utilización de los lineamientos institucionales nos brinda una organización espacial bastante atractiva para el usuario. La barra de navegación colocada en la parte izquierda permitirá que la interacción con el usuario sea fácil y placentera.

Una vez establecido cual será la línea de diseño a seguir es necesario contar con un guion técnico que permita representar el contenido del sitio, es decir es un documento organizador de las actividades futuras programadas como, la creación de gráficos, animaciones (si es el caso), y los medios en general que componen cada pantalla.

El guión técnico es una herramienta de comunicación que sirve para organizar las tareas tanto de la etapa de Producción, como de Pos-producción; debido a que, en este documento se encuentra toda la información necesaria sobre el diseño de cada pantalla y su relación en cuestión de vínculos o conexiones con otras. Es aquí, donde se especifican todos los medios (textos, imágenes, animaciones, videos y audios) y los controles de navegación que aparecerán en el sistema multimedia, sus características y la ubicación que tendrán en cada pantalla.

Como se menciona el guión técnico es una herramienta para el diseñador por lo tanto no es necesario que el guión sea comprensible para todos; pero si debe de ser lo suficientemente claro para que este pueda ser entendido sin que haya necesidad de que este un diseñador presente para explicarlo.

MAQUETACIÓN DE LAS PAGÍNAS DEL SITIO



El guión técnico debe contener los siguientes elementos:

- Nombre de la pantalla: **Página de inicio**
- Entradas: se puede acceder a la pagina mediante la dirección electrónica del sitio y mediante un link en el portal de la FES-CUAUTITLÁN
- Fondo: Degradado
- Textos: Mensaje de bienvenida
- Imágenes o secuencia de imágenes: logo-unam. png, logo-fesc. png, logo sediep. png, encabezado institucional, pleca y nombre de la secretaria formato jpg.
- Animaciones: slideshow de imagenes de la FESC
- Audio: sin audio
- Botones o áreas sensibles de interacción: botón 1 ¿Qué es la SEDIEP?, botón 2 Acciones, botón 3 Eventos, botón 4 contacto, ubicados en la parte superior debajo del segundo encabezado y al centro de la pantalla
- Botones de comando: Salidas: se puede ir a cualquier parte del sitio desde esta página.
- Boceto de un orden espacial tentativo de los elementos que estarán presentes en la pantalla.

file:///G:/SEDIEP/inicio.html

Desactivar Cookies CSS Formularios Imágenes Información Varios Resaltar Tamaño Herramientas Código fuente Opciones

UNAM Universidad Nacional Autónoma de México

SEDIEP-FESE Secretaría de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales

Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán

- INICIO
- SEDIEP
- ACCIONES
- EVENTOS
- CONTACTO

"La UNAM es uno de los espacios más importantes del país en el cultivo de las ciencias y las humanidades. Es una casa del pensamiento no sólo mexicano, sino iberoamericano. Ha producido nuevo conocimiento para beneficio de la sociedad a lo largo de sus cien años de existencia como Universidad Nacional; ha contribuido al desarrollo de instituciones de educación superior en México y en otros países. Además de casa de estudios, la UNAM es casa de cultura, de creación y de difusión. A través de sus espacios, la Universidad cumple con su función de extender los beneficios de las culturas mexicana, iberoamericana y universal."

Hecho en México, todos los derechos reservados 2011. Esta página puede ser reproducida con fines no lucrativos, siempre y cuando no se mutile, se cite la fuente completa y su dirección electrónica. De otra forma requiere permiso previo por escrito de la institución.

Sitio Web Desarrollado por: Alejandro Ocaña Cabrera

- Nombre de la pantalla: **SEDIEP**
- Entradas: se puede llegar a esta página desde cualquier parte del sitio.
- Fondo: Efecto de degradado con imagen.
- Textos: Véase Guión literario “Página 2. SEDIEP”
- Imágenes o secuencia de imágenes: logo-unam. gif, logo-fesc. gif, logo sediep. gif, encabezado institucional, pleca y nombre de la secretaria formato gif.
- Animaciones: sin animación
- Audio: sin audio
- Botones o áreas sensibles de interacción: botón 1 Inicio, boton 2 ¿Qué es la SEDIEP?, botón 3 Estructura, Boton 4 Acciones, botón 5 Eventos, botón 6 Contacto, ubicados bicados en la parte izquierda de la pantalla
- Botones o áreas sensibles de menú: se puede ir a cualquier parte del sitio desde esta página.
- Boceto de un orden espacial tentativo de los elementos que estarán presentes en la pantalla.



Universidad Nacional
Autónoma de México



Secretaría de Desarrollo Institucional
y Estudios Profesionales



-  INICIO
-  SEDIEP
-  ACCIONES
-  EVENTOS
-  CONTACTO

Antecedentes

Como resultado de la adecuación académica administrativa de la FESC en el 2006 se crea la SECRETARIA DE DESARROLLO INSTITUCIONAL (SEDI). Las funciones encomendadas a la SEDI fueron tres tareas básicas en la facultad: guiar los procesos de evaluación diagnóstica y acreditación de los programas educativos de licenciatura; ser la responsable de la revisión, actualización, modificación y creación de planes y programas de estudio de la oferta educativa a nivel licenciatura, posgrado y fortalecer la vinculación institucional y desarrollar estrategias de capacitación y formación didáctica pedagógica del personal académico. Lo anterior con el fin de buscar articular la docencia con las áreas de apoyo e incidiendo en los programas educativos, profesores y estudiantes, es decir la función sustantiva de docencia.

De esta manera la FESC, busco eficientar y optimizar la ejecución de su tarea sustantiva, por medio de la reorganización estructural, estableciendo secretarías y desapareciendo las divisiones.

Para atender estas funciones la recién creada SEDI, sustento la toma de revisión y creación de planes y programas de estudio en la sociedad del conocimiento que exige que la formación universitaria se oriente tanto en la construcción de conocimientos relevantes como al desarrollo de habilidades para la búsqueda, análisis y la comprensión eficaz y eficiente de la información. Ante lo cual la Facultad se ha comprometido a ser considerada como una institución con calidad, mediante el desarrollo con eficacia de sus tareas fundamentales de docencia, investigación, difusión y

Hecho en México, todos los derechos reservados 2011. Esta página puede ser reproducida con fines no lucrativos, siempre y cuando no se mutile, se cite la fuente completa y su dirección electrónica. De otra forma requiere permiso previo por escrito de la institución.

Sitio Web Diseñado por: Alejandro Ocaña Cabrera

- Nombre de la pantalla: **Estructura**
- Entradas: se puede llegar a esta página desde cualquier parte del sitio.
- Fondo: Efecto de degradado con imagen.
- Textos: Véase Guión literario “Página 3. Estructura”
- Imágenes o secuencia de imágenes: logo-unam. gif, logo-fesc. gif, logo sediep. gif, encabezado institucional, pleca y nombre de la secretaría formato gif.
- Animaciones: sin animación
- Audio: sin audio
- Botones o áreas sensibles de interacción: botón 1 Inicio, boton 2 ¿Qué es la SEDIEP?, botón 3 Estructura, Boton 4 Acciones, botón 5 Eventos, botón 6 Contacto, ubicados bicados en la parte izquierda de la pantallaBotones o áreas sensibles de menú: ubicados en la parte izquierda de la pantalla
- Salidas: se puede ir a cualquier parte del sitio desde esta página.
- Boceto de un orden espacial tentativo de los elementos que estarán presentes en la pantalla.

websediep

file:///C:/Users/Institucional/Desktop/SEDIEP/estructura.html

Desactivar Cookies CSS Formularios Imágenes Información Varios Resaltar Tamaño Herramientas Código fuente Opciones

Universidad Nacional Autónoma de México
UNAM

Secretaría de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales

SEDIEP-FESE

INICIO
ESTRUCTURA
SEDIEP
ACCIONES
EVENTOS
CONTACTO

Con el objeto de atender las demandas de la comunidad dentro y fuera de la Facultad la Secretaría de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales es la instancia encargada de dar proyección a los procesos académico - administrativos para ello la secretaría divide sus acciones en dos departamentos:

Departamento de Desarrollo Académico

Departamento de Apoyo al Fortalecimiento de Programas de Estudio

Hecho en México, todos los derechos reservados 2011. Esta página puede ser reproducida con fines no lucrativos, siempre y cuando no se mutile, se cite la fuente completa y su dirección electrónica. De otra forma requiere permiso previo por escrito de la institución.

Sitio Web Diseñado por: Alejandro Ocaña Cabrera

- Nombre de la pantalla: **Acciones**
- Entradas: se puede llegar a esta página desde cualquier parte del sitio.
- Fondo: Efecto de degradado con imagen.
- Textos: Véase Guión literario “Página 4. Acciones”
- Imágenes o secuencia de imágenes: logo-unam. gif, logo-fesc. gif, logo sediep. gif, encabezado institucional, pleca y nombre de la secretaria formato gif.
- Animaciones: sin animación
- Audio: sin audio
- Botones o áreas sensibles de interacción: botón 1 ¿Qué es la SEDIEP?, botón 2 Acciones, botón 3 Eventos, botón 4 contacto, ubicados en la parte superior debajo del segundo encabezado y al centro de la pantalla
- Botones o áreas sensibles de menú: ubicados en la parte izquierda de la pantalla
- Salidas: se puede ir a cualquier parte del sitio desde esta página.
- Boceto de un orden espacial tentativo de los elementos que estarán presentes en la pantalla.

websediep

file:///C:/Users/Institucional/Desktop/SEDIEP/acciones.html

Desactivar Cookies CSS Formularios Imágenes Información Varios Resaltar Tamaño Herramientas Código fuente Opciones

UNAM Universidad Nacional Autónoma de México

Secretaría de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales

ACCIONES

- INICIO
- ESTRUCTURA
- SEDIEP
- ACCIONES**
- EVENTOS
- CONTACTO

Evaluación Externa de Programas Educativos

Evaluación Diagnóstica

Es el proceso de verificación, análisis y valoración que se realiza a un programa o a una institución educativa, a cargo de una entidad evaluadora. Es el proceso de construcción entre la institución académica y el organismo evaluador que permite conocer su realidad institucional de la dependencia. La evaluación externa permite constatar la veracidad de la autoevaluación que ha sido realizada por la propia institución educativa y del programa.

Acreditación

La acreditación de programas académicos, es un medio para reconocer y asegurar la calidad de la educación superior. Busca el reconocimiento público por parte de organismos acreditadores, no gubernamentales en el afán de examinar de forma puntual a través de indicadores y parámetros de calidad, su estructura, organización, funcionamiento, insumos, procesos de enseñanza y pertinencia social.

Hecho en México, todos los derechos reservados 2011. Esta página puede ser reproducida con fines no lucrativos, siempre y cuando no se mutile, se cite la fuente completa y su dirección electrónica. De otra forma requiere permiso previo por escrito de la institución.

Sitio Web Diseñado por: Alejandro Ocaña Cabrera

file:///C:/Users/Institucional/Desktop/SEDIEP/acciones.html

- Nombre de la pantalla: **Eventos**
- Entradas: se puede llegar a esta página desde cualquier parte del sitio.
- Fondo: Efecto de degradado.
- Textos: Véase Guión literario “Página 5. Eventos”
- Imágenes o secuencia de imágenes: logo-unam. gif, logo-fesc. gif, logo sediep. gif, encabezado institucional, pleca y nombre de la secretaria formato gif.
- Animaciones: sin animación
- Audio: sin audio
- Botones o áreas sensibles de interacción: botón 1 Inicio, boton 2 ¿Qué es la SEDIEP?, botón 3 Estructura, Boton 4 Acciones, botón 5 Eventos, botón 6 Contacto, ubicados bicados en la parte izquierda de la pantalla
- Botones o áreas sensibles de menú: ubicados en la parte izquierda de la pantalla
- Salidas: se puede ir a cualquier parte del sitio desde esta página.
- Boceto de un orden espacial tentativo de los elementos que estarán presentes en la pantalla.

UNAM Universidad Nacional Autónoma de México

Secretaría de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales

CALENDARIO DE EVENTOS

| Actividades | Fechas |
|----------------------------------|---|
| Evaluación de la Docencia 2012-1 | Del 12 de Septiembre de 2011 al 10 de Febrero de 2012 |
| Evaluación de la Tutoría 2012-1 | Del 12 de Septiembre de 2011 al 10 de Febrero de 2012 |
| Visita de Evaluación CACECA | (Contaduría y Administración) Fecha por confirmar |

Hecho en México, todos los derechos reservados 2011. Esta página puede ser reproducida con fines no lucrativos, siempre y cuando no se mutile, se cite la fuente completa y su dirección electrónica. De otra forma requiere permiso previo por escrito de la institución.

Sitio Web Diseñado por: Alejandro Ocaña Cabrera

file:///C:/Users/Institucional/Desktop/SEDIEP/eventos.html

- Nombre de la pantalla: **Contacto**
- Entradas: se puede llegar a esta página desde cualquier parte del sitio.
- Fondo: Efecto de degradado con imagen.
- Textos: Véase Guión literario “Página 6. Contacto”
- Imágenes o secuencia de imágenes: logo-unam. gif, logo-fesc. gif, logo sediep. gif, encabezado institucional, pleca y nombre de la secretaria formato gif. Foto titular.jpg.
- Animaciones: sin animación
- Audio: sin audio
- Botones o áreas sensibles de interacción: botón 1 ¿Qué es la SEDIEP?, botón 2 Acciones, botón 3 Eventos, botón 4 contacto, ubicados en la parte superior debajo del segundo encabezado y al centro de la pantalla
- Salidas: se puede ir a cualquier parte del sitio desde esta página.
- Boceto de un orden espacial tentativo de los elementos que estarán presentes en la pantalla.

file:///K:/pag.websediep/SEDIEP/contact.html

tracera para cuatrimoto kawazaqui

Desactivar Cookies CSS Formularios Imágenes Información Varios Resaltar Tamaño Herramientas Código fuente Opciones

Universidad Nacional Autónoma de México
UNAM

Secretaría de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales
SEDIEP-FESC

- INICIO
- SEDIEP
- ESTRUCTURA
- ACCIONES
- EVENTOS
- CONTACTO**

Nombre del responsable:
Dra. Margarita Flores Zepeda



Ubicación:
Edificio de idiomas, Campo Cuatro
Carretera Cuautitlán - Teoloyucan km.2.5 Col. San Sebastian Xhala, Cuautitlán Izcalli, Estado de México

Contacto:
Tel.: 56231963 y 56231965
email. margaritafz@fesc.cuautitlan2.unam.mx

Hecho en México, todos los derechos reservados 2011. Esta página puede ser reproducida con fines no lucrativos, siempre y cuando no se mutile, se cite la fuente completa y su dirección electrónica. De otra forma requiere permiso previo por escrito de la institución.

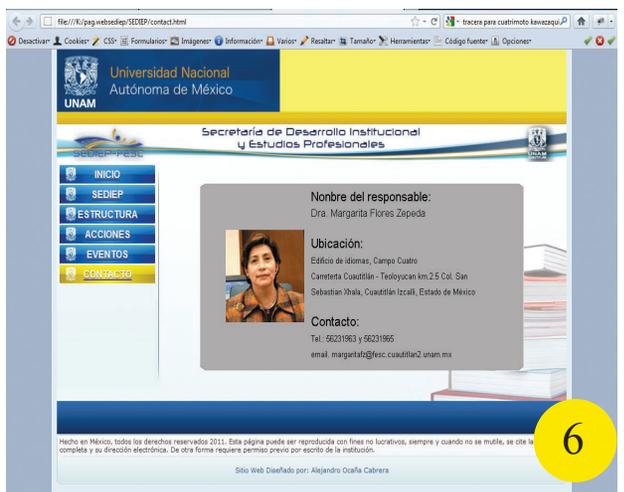
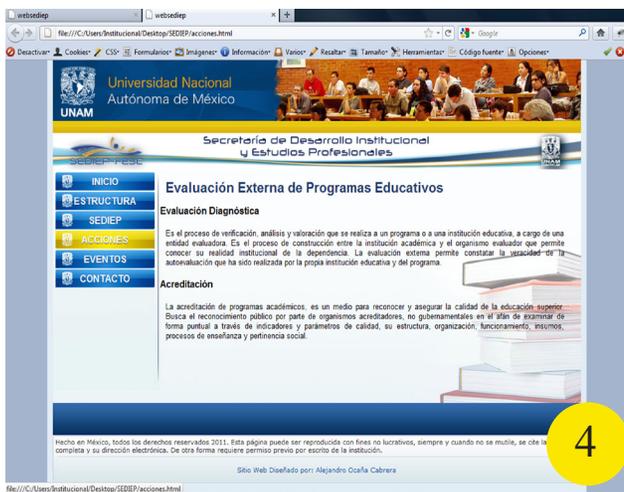
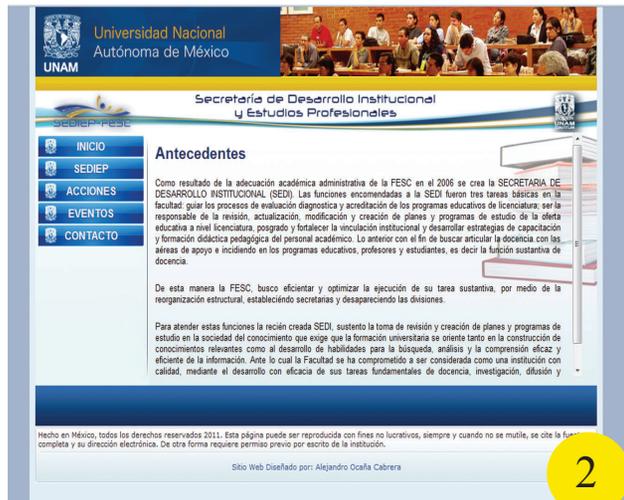
Sitio Web Diseñado por: Alejandro Ocaña Cabrera

3.1.5. Evaluación de Prototipos

La finalidad de esta tarea es la de implementar un prototipo que permita visualizar todo lo que se ha realizado hasta este momento, como: la navegación, la interacción, el diseño de la interfaz gráfica, etc. Por otro lado nos permite, realizar las pruebas necesarias para detectar errores de funcionalidad y usabilidad del sistema. Para poder presentar el prototipo ante el cliente y usuario final del sistema para saber si sus ideas están presentes, si entienden lo que se les presenta y, sobre todo, saber cómo utilizan el sistema.

La elección del prototipo requiere de un análisis minucioso de los elementos que lo conforman, ya que esto permitirá tener las bases necesarias para su desarrollo y saber qué es lo que se espera del sitio, también nos ayuda a saber si sus partes cumplen con las expectativas de los usuarios lo que representara la primera interacción entre la interfaz y el usuario.

Lo anterior representa una de las acciones fundamentales durante el desarrollo de las pruebas ya que estas nos ayudan a detectar tempranamente si el sitio resulta difícil de operar por el usuario, permitiendo realizar los cambios y ajustes que sean necesarios para el correcto funcionamiento.



3.2. PRODUCCIÓN Una vez que han sido resueltos los problemas de navegación, interacción, forma y contenido del sitio web, se inicia la tarea de producir todos los elementos necesarios del sitio, los cuales se encuentran previamente especificados en los documentos generados en la primer etapa.

La etapa de Producción consiste fundamentalmente de cuatro tareas:

3.2.1. Desarrollo de la Interfaz Gráfica

Con base a lo establecido en el guión técnico de la etapa anterior y la interfaz gráfica seleccionada (boceto #4) resulta ser la opción ideal por su sencillez , facilidad de uso y una adecuada integración de elementos, logrando así un impacto visual óptimo para cumplir con los objetivos planteados. A partir de esta premisa es posible comenzar a elaborar la interfaz gráfica.

Al diseñar las pantallas es necesario tomar en cuenta algunas consideraciones técnicas como:

La resolución de la pantalla: Las páginas Web institucionales deberán ser diseñadas para una resolución de 1024×768 pixeles preferentemente, aunque la dependencia podrá decidir la resolución de acuerdo con las necesidades de su público objetivo. Para el presente proyecto será de 980px (ancho) por 600px (alto), con una resolución de 72 dpi, lo que permitirá una visualización optima en diferentes resoluciones de pantalla.

El color: Se utilizara una paleta de 216 colores la cual se mostrarán bastante bien en monitores con 256 colores de resolución. Dicha paleta esta conformada por los colores que tienen prioridad en los navegadores web basados en los 256 colores que se muestran en los sistemas de 8 bits. Los 40 colores restantes son aquellos que suelen tener variación en los diferentes sistemas operativos.

Estos 216 colores, conocido como colores web seguros, son reconocidos por todos los navegadores web y sistemas operativos, lo que significa que estos colores se verán más o menos igual en cualquier navegador.

Sin embargo cada vez son más los monitores que pueden desplegar millones de colores Web. Incluso, la paleta Web puede no mostrarse de forma correcta en estos nuevos monitores. Independientemente de las opciones de color existentes, es necesario verificar que el sitio se visualice correctamente en varios navegadores.

La compresión de imágenes: El tamaño del archivo de gráficos debe ser lo más pequeño posible. Utilice el formato JPG para las fotos y el formato GIF para otros tipos de imágenes. La resolución de las imágenes debe ser de 72 dpi. El tiempo total para la descarga de una página no debe exceder el equivalente de nueve segundos a velocidades comparables a un módem de 56K.

La tipografía: Se recomienda utilizar las hojas de estilo en cascada (CSS) para el control de las fuentes tipográficas.

La fuente tipográfica se debe mostrar de forma correcta un buen ejemplo sería “Arial, Helvetica, sans lucida, sans-serif”.

Como pauta general, la medida de la tipografía debe ser el tamaño predeterminado. El tamaño relativo -1 puede ser usado para los elementos de menú, citas y derechos de autor. Si se llegaran a usar tamaños de fuentes, el mínimo recomendado para el cuerpo del texto es de 12px. Ningún texto, incluyendo el pie de página, debe ser inferior a 10px.

Los factores antes mencionados no solo determinan la calidad y funcionalidad del sitio sino que también afectan de manera considerable el desempeño del usuario frente a la computadora; retrasando el funcionamiento y reproducción en pantalla.

3.2.2. Producción y edición de medios

Es en esta etapa donde se retoman todas las aportaciones hechas en el guion literario y técnico para llevar a cabo la digitalización y edición de todos aquellos elementos que lo necesiten tales como: imágenes, animaciones, audio y video.

Para llevar a cabo esta tarea es necesario tener en cuenta lo siguiente:

1. El tipo de medio: si es imagen, video o audio.
2. La fuente de donde pueden obtenerlo: si es de un libro, fotografía, diapositiva, disco flexible, disco compacto, cinta de video o de audio (o si se requiere hacer la grabación en vivo), etc.
3. Las características técnicas del medio: resolución, número de colores, tipo de compresión y tipo de formato (dependiendo del tipo de medio del que se trate puede ser: avi, wav, gif, jpg, etc.).
4. Descripción de su función: si es icono, botón, barra de control, etc. Esto le da una noción al diseñador si el tipo de medio necesita un tratamiento especial.
5. Nombre: el cual se refiere al nombre físico del archivo. Sobre este punto, cabe mencionar que es importante tener una lista con los nombres que se

asignaron a cada uno de los archivos y respetar siempre el nombre que se le asignó a cada medio en la lista para tener un mayor control de los archivos.

En el presente estudio se realizó un trabajo de digitalización y edición de elementos como el logotipo de la SEDIEP el cual consistió en el scanneo de los bocetos previamente elaborados para su posterior vectorización en Adobe Illustrator, por lo que respecta a imágenes como el encabezado Institucional fue descargado desde la dirección: <http://recursosweb.unam.mx/recursos-web/lineamientos-unam/estructurales/plantilla-sugerida/>; para su posterior edición en Adobe Photoshop así mismo para los botones, plecas, logotipos y efectos especiales.

3.2.3. Integración de Medios

La integración de medios consiste en agrupar todos los elementos de la interfaz de usuario para ir dando forma al sitio. En realidad, este proceso puede iniciarse en cualquier momento de la etapa de Producción y, de hecho, cuando fueron creados los prototipos, fueron resueltos muchos de los problemas técnicos de programación del sistema. Así mismo, la integración puede desarrollarse aún sin tener todos los medios requeridos e ir armando el sistema colocando elementos no definitivos. De esta manera, el sitio web se irá formando poco a poco conforme a lo establecido en el mapa de navegación y en el guión técnico.

3.3. Post-producción

Es el proceso mediante el cual se realiza el control de calidad del sitio, donde se realizan las pruebas y depuraciones necesarias para el correcto funcionamiento del sitio terminado casi en su totalidad.

En otras palabras es la etapa decisiva del proceso, pues implica cómo va a quedar conformado finalmente el sitio. Es la edición, la inclusión de animaciones, audio, imágenes e información que se desea presentar.

La Posproducción consiste fundamentalmente de tres tareas:

- Programación de la instalación
- Pruebas y correcciones
- Evaluación final

Programación de la instalación

Es la etapa donde se realiza la publicación del sitio dentro del portal institucional que lo alojara. Por tratarse de un sitio institucional dicha instalación se llevara a cabo en el servidor con el que cuenta la FES-Cuautitlán, por medio del Departamento de Educación a Distancia, el cual se encarga de administrar el portal institucional de la Facultad.

Pruebas y correcciones

Una vez publicado el sitio es importante darle seguimiento a su funcionalidad ya que es inevitable que el sitio no contenga errores técnicos aún después de estar terminado, pues es solo en este momento que se pueden apreciar mejor pequeños detalles de ejecución. Es necesario asegurarse de que el sistema corre de manera adecuada y que tenga un buen desempeño.

Actualmente existen servidores virtuales los cuales ayudan a visualizar el sitio con todas sus aplicaciones, estas herramientas de software libre permiten realizar pruebas previas a la publicación del sitio con lo cual es posible corregir algunos defectos que pudiera tener el proyecto.

Evaluación final

Tiene la finalidad de tener una retroalimentación por parte de los usuarios que hagan uso del sitio; es importante resaltar que los resultados de esta evaluación podrán ser apreciados hasta que el proyecto haya sido concluido y se encuentre funcionando en su totalidad. Los comentarios y sugerencias que puedan surgir durante esta evaluación, brindaran valiosa información tanto para la Facultad como para el diseñador y/o administrador del sitio, tomando en cuenta las recomendaciones de los usuarios a si como para el diseño de estrategias de difusión.

CONCLUSIONES

Es indudable que en la actualidad el contar con un sitio Web es de gran importancia para las instituciones educativas, esta necesidad se incrementa día a día; no solo como medio de comunicación con fines promocionales sino como un nuevo modo de transmitir información determinada a un público específico. Si bien el Internet es una herramienta constituida como necesaria para la expansión de información que además se ha integrado a la sociedad de tal forma que ahora es parte de la vida cotidiana; de ahí su necesidad.

La imagen de una institución educativa como lo es la UNAM requiere del uso de tecnologías actuales que le brinden estrategias y canales de comunicación mucho más eficaces que le permitan articular y eficientar sus procesos. La Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán es y ha sido una parte importante dentro de la UNAM a través de sus 37 años de experiencia dedicados a la formación de profesionales de alto nivel comprometidos con su universidad y su país no puede ser indiferente a estas tecnologías. Si bien es cierto la FES-Cuautitlán ya cuenta con un portal institucional dentro de la UNAM, es importante que cada una de las dependencias que la integran cuente con un sitio que permita expandir y difundir los logros alcanzados.

Por ello se consideró una buena oportunidad la realización del presente trabajo de tesis con el fin de explotar aun más las herramientas con las que ya cuenta la Facultad que le permitan cubrir los problemas de comunicación y fomenten el carácter institucional de la misma. Por lo cual la elaboración del diseño del sitio web de la Secretaría de Desarrollo Institucional y Estudios Profesionales (SEDIEP) tiene como propósito el de que la secretaría cuente con un espacio propio dentro del portal institucional de la Facultad; donde se muestre de

manera detallada las actividades y acciones encomendadas a la misma.

Para llevar a cabo el diseño del sitio fue necesario realizar un proceso de investigación documental en el cual se incluyen la recopilación y análisis de información de distintas fuentes, así como tomar en cuenta los lineamientos institucionales que rigen la imagen de las dependencias de la UNAM. Lo anterior hace pensar sobre lo beneficioso que resulta la realización de un sitio web ya que requiere de una gran cantidad de conocimientos y con ello es necesario aprender cosas nuevas durante el proceso.

Como resultado se logro desarrollar una propuesta sencilla y usable para quienes visiten y hagan uso del sitio, respondiendo a la petición de la Secretaría. Cabe destacar que los objetivos planteados en el presente trabajo se han cumplido aunque es solo mediante su puesta en marcha que será posible el evaluar su eficacia, por ello es necesario que transcurran unos meses para ese fin; no obstante es importante dar seguimiento al funcionamiento del sitio y así poder realizar algunas modificaciones si fuese necesario.

REFERENCIAS

Berlo D. (2002). El Proceso de comunicación: Introducción a la teoría y la práctica. Buenos Aires: Ateneo

Flores M., Olvera I. (2010). “La Descentralización de la UNAM, en Unidades Multidisciplinarias: caso Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán” presentado el 14 de enero de 2010, en el “Segundo Encuentro Hidalguense de Historia de la Educación” en el marco de los festejos por el 141 Aniversario de la Erección del Estado de Hidalgo.

Francois F.(1973). El lenguaje: La comunicación. Buenos Aires: Nueva visión

Freeman J. (2008). 500 trucos y técnicas para web. Barcelona : Index book

Galeano C. (1997). Modelos de Comunicación. Argentina: Mucchi

Gôtz V. (2002). Retículas para internet y otros soportes digitales. Barcelona: Index book

Lloyd C. (1999) Logos, logotipos, identidad, marca y cultura. México: Mc. Graw Hill

Lynch P. Horton S. (2004) Manual de estilo web: Principios básicos para la creación de un sitio web. Barcelona: Gustavo Gili

Munari B.(1985) Diseño y comunicación visual. Barcelona: Gustavo Gilli

Powell T. (2001) Diseño de sitios web, Manual de referencia. Madrid: Mc Graw Hill

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Romero A. (1975). Teoría general de la información y de la comunicación. Madrid: Ediciones Pirámide

Wong W. (1991) Fundamentos del diseño bi y tridimensional. México: Gustavo Gilli.

Castells, M. (2001) "Internet y la Sociedad Red". Lección inaugural del programa de Doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento (UOC). Recuperado el 13 de mayo de 2010, de www.tecnologiaedu.us.es/revistaslibros/castells.htm).

<http://recursosweb.unam.mx/recursos-web/lineamientos-unam/>

Rodríguez, S. (2010) "Informe de 2010". Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, UNAM. Recuperado el 9 de agosto de 2011 , de http://www.cuautitlan.unam.mx/descargas/informes_programas_reglamentos/Informe2010.pdf

www.greenpeace.org/mexico/es

www.lasalle.edu.mx

www.sylviaji.com

www.santillana.com.mx

www.w3.org