



**UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN AUDIOVISUAL
TRABAJO DE GRADO**

***UCABISTAS: DISEÑO DE UN PORTAL INTERACTIVO
PARA ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA
UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO (UCAB)***

Tesista: María de los Ángeles Herrera Díaz

Tutor: Osvaldo Burgos García

Caracas, septiembre 2002

***El mundo es de aquellos que se atreven a dejarlo todo para
correr tras sus sueños...***

Celina Díaz Fernández

02/05/1946 - 10/10/2001

Agradecimientos

A mi mamita, porque siempre estuvo conmigo y aunque hoy las circunstancias nos separan, Dios inventó los sueños para poder acercarnos. Estoy segura que compartes mi alegría... Mami este triunfo es para ti!

A mi papito, mi bastión, sin él nunca hubiese tenido fuerzas para lograrlo. Papi, gracias por apoyarme aunque no quise estudiar economía...te la debo.

A mi tía Carmen, mi segunda madre, gracias por cuidarme y por entenderme.

A Georle, porque en definitiva siempre estuvo ahí. Hermanita, te quiero...

A Juanchi, mi hermano, mi compañero de aventuras. Qué capacidad no?

A mi tía Chabela, por ayudarme a no equivocarme tanto. A Anita, a Georgina y a Nano... un gran apoyo para la familia.

A todos aquellos que hoy no están, pero que siempre me instaron a alcanzar mis metas: Isabel, Pelón, María Eugenia, Clara, Raimundo, Javier, Johan y Ela.

A mi tutor, porque siempre creyó que sería capaz de lograrlo, pese a todos los pronósticos.

A William, mi papá putativo, que soportó mis ataques hipocondríacos con una tranquilidad impresionante. Gracias, sé que desde dónde esté, mami te lo agradece.

Al Sr. Bisbal, por tener una paciencia increíble conmigo y por todos los permisos que me dio durante este último año. Es el mejor jefe que he tenido!

A las Chicas Súperpoderosas!! Vane, Macu y Chelito: Las mejores amigas del mundo. No sé qué habría hecho sin ustedes.

A Weena, mi compinche de rumbas y viajes... Gracias por no dejarme varada!

A Harold, mi amigo y compañero de trabajos. No creas que estando en Australia te podrás librar de mi...

A todos los miembros del CDCN y sus allegados, porque entre reunión y reunión, hicieron mucho más llevadero este Karma...

A Vivi y Jorgis, mis amigos del trabajo, porque lidiaron conmigo en medio de mis ataques tesísticos.

'Al amigo', por ayudarme con los trabajos de la universidad, por estar ahí pese a las peleas y por apoyarme cuando más lo necesitaba. Entonces, LCT según quién??

A Dani, Ángel, Jesús, Iván y a todos los panas que me distrajeron y me auxiliaron.

A Mayra Rincón, Verónica Plaza, Carlos Rodríguez, Miguel Ángel Blanco, Omar Franco, Yasmín Trak, Verónica Gallego y Michelle Dernasissian, por toda la información que gentilmente aportaron para el desarrollo de esta investigación.

A María Soledad Hernández, Néstor Garrido, Pedro Primavera, Laura Valdivieso y Francesco Pellegrino, por darme todas las herramientas necesarias para mi desenvolvimiento profesional.

y a todos aquellos a quienes no pude incluir, pero que de alguna manera contribuyeron con la realización de este proyecto.

Índice

Introducción	14
<hr/>	
I. Antecedentes de la Investigación	18
<hr/>	
1.1.- Investigaciones precedentes	18
1.2.- Propuestas electrónicas anteriores	22
II. Planteamiento del Problema	26
<hr/>	
2.1.- Definición conceptual	29
III. Marco Teórico	30
<hr/>	
3.1.- Internet: impacto en los procesos de comunicación tradicionales	30
3.1.1.- Internet como Medio de Comunicación	31
3.1.2.- Enfoques opuestos	33
3.1.3.- Elementos para reflexionar	36
3.2.- Hipertexto	39
3.2.1.- Antecedentes del hipertexto	42
3.2.2.- Estructura básica del hipertexto	44
3.2.3.- Complejidad de la red	45
3.2.4.- Hipermedios: la evolución del hipertexto	46
3.3.- Diseño de sitios web	49
3.3.1.- Diseño de información o contenido	52
3.3.1.1.- Esquema lineal	53
3.3.1.2.- Esquema jerárquico	54

3.3.1.3.- Esquema en red o reticular	55
3.3.1.4.- Esquema paralelo	56
3.3.1.5.- Esquema matriz	57
3.3.1.6.- Esquema de superposición	58
3.3.1.7.- Esquema de zoom espacial	59
3.3.1.8.- Esquema de jerarquía ampliada	60
3.3.2.- Diseño de la identidad	63
3.3.3.- Diseño de interactividad	68
3.3.3.1.- Elementos para un diseño adecuado de la GUI	72
3.3.3.2.- Evolución del funcionamiento del sitio web	76
3.3.4.- Metodología DADI: Definición, Arquitectura, Diseño e Implantación	79
3.3.5.- Portales de información	80
3.3.6.- Elementos prácticos para el desarrollo de sitios web	82
3.3.6.1.- Software y hardware	83
3.3.6.1.1.- Desarrollo del sitio web	84
3.3.6.1.2.- Edición de imágenes	88
3.3.6.1.3.- Construcción de grafismos bidimensionales y tridimensionales	90
3.3.6.1.4.- Animaciones	92
3.3.6.2.- Selección del nombre de dominio y del servidor web	94
3.3.6.3.- Proceso de actualización de sitios web	97

3.4.- El estudiante de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)	100
3.4.1.- Escuela de comunicación Social de la UCAB	101
3.4.2.- Limitaciones de los estudiantes de Comunicación Social	103
3.4.3.- Características del estudiante de Comunicación Social de la UCAB	104
3.4.3.1.- ¿Internauta Postmoderno?: Aspectos generales de la investigación	106
3.4.3.1.1.- Utilización de medios electrónicos por parte del alumnado	107
3.4.4.- Intentos comunicacionales electrónicos por satisfacer las necesidades de los estudiantes de Comunicación Social de la UCAB	111
3.4.4.1.- Centro de Estudiantes de Comunicación Social (CECOSO)	111
3.4.4.2.- <i>La Aldea</i>	114
3.5.- Otras propuestas de comunicación electrónica interuniversitaria	116
3.5.1.- Propuestas dirigidas a universitarios	117
3.5.1.1.- <i>Letras</i>	117
3.5.1.2.- Centro Nacional de Tecnologías de Información (CNTI)	119
3.5.1.3.- <i>Eureka</i>	121
3.5.2.- Portales y sitios web interuniversitarios: ejemplos concretos	122
3.5.2.1.- <i>Univerxity</i>	123

3.5.2.2.- <i>Universia</i>	124
3.5.2.3.- <i>La Simón</i>	126
3.5.2.4.- <i>Decanato Digital</i>	127
IV.- Marco Metodológico	129
<hr/>	
4.1.- Objetivo general y objetivos específicos de la investigación	129
4.1.1.- Objetivo general	129
4.1.1.- Objetivos específicos	129
4.2.- Justificación de la investigación	130
4.3.- Tipo y diseño de la investigación	133
4.3.1.- Fases que conforman la investigación	136
4.3.2.- Descripción de las actividades realizadas	137
V.- Análisis y Discusión de Resultados	158
<hr/>	
5.1.- Resultados obtenidos	158
5.1.1.- <i>Univerxity</i>	158
5.1.1.1.- Información introductoria	158
5.1.1.2.- Evaluación del sitio web	159
5.1.2.- <i>Universia</i>	162
5.1.2.1.- Información introductoria	162
5.1.2.2.- Evaluación del sitio web	163
5.1.3.- <i>La Simón</i>	167
5.1.3.1.- Información introductoria	167
5.1.3.2.- Evaluación del sitio web	169

5.1.4.- <i>La Aldea</i>	172
5.1.4.1.- Información introductoria	172
5.1.4.2.- Evaluación del sitio web	173
5.1.5.- <i>Decanato Digital</i>	175
5.1.5.1.- Información introductoria	175
5.1.5.2.- Evaluación del sitio web	177
5.2.- Análisis comparativo	180
5.2.1.- Análisis de los resultados obtenidos a través de las entrevistas	180
5.2.2.- Análisis de los resultados obtenidos a través del sistema de observación	182
VI.- Desarrollo y Publicación	193
<hr/>	
6.1.- Definición del proyecto	193
6.1.1.- Objetivos de <i>Ucabistas</i>	193
6.1.2.- Comprender el escenario competitivo	194
6.1.3.- Identificar el contenido del proyecto	195
6.1.4.- Determinar el perfil del target de <i>Ucabistas</i>	196
6.1.5.- Identificar el medio de ejecución	197
6.1.6.- Explorar los productos tecnológicos	197
6.1.6.1.- Hardware	197
6.1.6.2.- Software	197
6.1.7.- Determinar el tiempo	199
6.1.8.- Determinar el presupuesto	201

6.2.- Arquitectura del proyecto	203
6.2.1.- Definición de los mensajes principales	203
6.2.1.1.- Esta semana en <i>Ucabistas</i>	203
6.2.1.2.- Mercado laboral	203
6.2.1.3.- Corcho	204
6.2.1.4.- Comunicando	204
6.2.1.5.- D'Rumba	204
6.2.1.6.- Novedades UCAB	205
6.2.1.7.- Cinéfilos	206
6.2.1.8.- Links	206
6.2.1.9.- Eventos	206
6.2.1.10.- Última hora	207
6.2.1.11.- Fechas importantes	207
6.2.1.12.- La merma	207
6.2.2.- Definición de los tipos de información y funcionalidad	209
6.2.3.- Definición de las relaciones lógicas	210
6.2.3.1.- Principal	210
6.2.3.2.- Mercado laboral	211
6.2.3.3.- Corcho	211
6.2.3.4.- Comunicando	212
6.2.3.5.- D'Rumba	213
6.2.3.6.- Novedades UCAB	213

6.2.3.7.- Cinéfilos	214
6.2.3.8.- Links	214
6.2.3.9.- Eventos	215
6.2.3.10.- La merma	215
6.2.4.- Recursos interactivos empleados	216
6.2.5.- Definición de las conexiones entre los tipos de información	217
6.3.- Diseño de identidad	218
6.3.1.- Tipo y tamaño de las fuentes	218
6.3.2.- Color de los textos y fondos	219
6.3.3.- Diseño del logo de <i>Ucabistas</i>	220
6.4.- Implementación	222
6.5.- Control y seguimiento	223
6.6.- Manual de estilo	224
6.6.1.- Consideraciones generales	224
6.6.2.- Fuentes informativas	225
6.6.3.- Organización de la información	227
6.6.4.- Observación final	229
Conclusiones y Recomendaciones	230
Fuentes de Información Consultadas	241
Glosario	250
Anexos	265

Anexo A: Organigrama de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)	265
Anexo B: Modelo de entrevista	266
Anexo C: Sistema de observación	267
Anexo D: Matriz de análisis de usabilidad e interactividad de los sitios web	273
Anexo E: Evaluación de usabilidad e interactividad (Degen, 2001)	274
Anexo F: Fichas descriptivas	275

Índice de Tablas y Figuras

Figura N° 1:	Esquema Lineal	54
Figura N° 2:	Esquema Jerárquico	55
Figura N° 3:	Esquema Reticular	56
Figura N° 4:	Esquema Paralelo	56
Figura N° 5:	Esquema Matriz	57
Figura N° 6:	Esquema Matriz	58
Figura N° 7:	Esquema de Superposición	59
Figura N° 8:	Esquema de Zoom Espacial	60
Figura N° 9:	Esquema de Jerarquía Ampliada	61
Figura N° 10:	Esquema de Estrella	62
Figura N° 11:	Diferentes tipos de estructura	62
Tabla N° 1:	Cuadro técnico metodológico	143
Tabla N° 2:	Fallas en los vínculos de <i>Univerxity</i>	159
Tabla N° 3:	Fallas en los vínculos de <i>Universia</i>	164
Tabla N° 4:	Fallas en los vínculos de <i>Decanato Digital</i>	177
Tabla N° 5:	Análisis de usabilidad e interactividad de <i>Univerxity</i>	188
Tabla N° 6:	Análisis de usabilidad e interactividad de <i>Universia</i>	189
Tabla N° 7:	Análisis de usabilidad e interactividad de <i>La Simón</i>	190
Tabla N° 8:	Análisis de usabilidad e interactividad de <i>La Aldea</i>	191
Tabla N° 9:	Análisis de usabilidad e interactividad de <i>Decanato Digital</i>	192

Figura N° 12:	Página de inicio de los portales <i>Univerxity</i> y <i>Universia</i>	194
Tabla N° 10:	Cronograma de actividades	200
Tabla N° 11	Presupuesto anual de <i>Ucabistas</i>	202
Tabla N° 12:	Descripción del contenido de las secciones de <i>Ucabistas</i>	208
Figura N° 13:	Logo de <i>Ucabistas</i>	220
Figura N° 14:	Metáfora que identifica el correo electrónico	220
Figura N° 15:	Metáforas de la sección <i>Corcho</i>	221

Introducción

La llegada de la red global de comunicación digital por computadora, mejor conocida como Internet, produjo sustanciales cambios en el desarrollo de las relaciones humanas, comerciales, políticas y culturales. Las implicaciones de este nuevo medio son tan variadas, y el proceso evolutivo de la tecnología que lo caracteriza es tan veloz, que los teóricos de la comunicación aún no finalizan sus estudios al respecto.

La nueva cultura, producto de estas variaciones, está signada por la globalización de las comunicaciones, la interactividad como principio clave y la concepción de la información como insumo primordial del hombre. Este nuevo medio permite que los procesos de socialización se enriquezcan ante un sinnúmero de comentarios y opiniones de personas sumamente disímiles entre sí; la comunicación ya no está determinada por el espacio geográfico que se ocupa, pues cada día adquiere mayor universalidad. Sin embargo, en contraposición a lo anterior, se ha abierto una brecha infranqueable entre los llamados ‘inforicos’ e ‘infopobres’.

El número de internautas en el mundo se estima en un promedio de 300 millones, de los cuales 160 pertenecen a Estados Unidos y sólo 2 millones son aportados en conjunto por toda Latinoamérica. Por otra parte, en Venezuela solamente el 5% de la población puede acceder a Internet, lo cual equivale a cerca de 1.2 millones de usuarios en el territorio, cifra conformada mayoritariamente por profesionales y estudiantes con ingresos superiores a la media, pertenecientes a las clases socioeconómicas A, B y C¹.

¹ Información extraída del estudio “Los indicadores de penetración de Internet en Venezuela” (Datanálisis, 2002).

Los estudiantes universitarios son uno de los grupos sociales más beneficiados por los avances de la tecnología electrónica, debido a que sus casas de estudio se esfuerzan por llevar hasta ellos las ventajas que ofrece Internet, mediante la creación de salas computarizadas de consulta, cursos para aprender a utilizar software de diversas aplicaciones y creación de departamentos en apoyo a la informática. Lo anterior explica por qué cada vez son mayores las iniciativas electrónicas creadas por y para los estudiantes a lo largo del territorio nacional.

Además de los proyectos electrónicos estudiantiles, cada una de las universidades venezolanas ha desarrollado su propio sitio web, para dar a conocer, tanto a los futuros alumnos como a los estudiantes regulares, informaciones académicas relevantes, entre ellas datos sobre los procesos de inscripciones, descripción de las carreras impartidas y listas de contacto con los profesores. Sin embargo, estos sitios sólo logran satisfacer los requerimientos académicos de su target, pues no tienen como objetivo cubrir el resto de las necesidades informativas del alumnado.

Dentro de este marco surge *Ucabistas*, un portal creado para los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) del núcleo ubicado en Caracas, cuya finalidad es la difusión de información de interés para su público, con la 'infoentretención' como principio clave.

Para llevar a cabo este proyecto se analizaron propuestas electrónicas similares precedentes dentro del país, específicamente *Univerxity*, *Universia*, *La Aldea*, *La Simón* y *Decanato Digital*, mediante la aplicación de entrevistas y la administración de un sistema de observación a cada sitio web. Los resultados del estudio profuso de estas alternativas comunicacionales, en

conjunción con las conclusiones extraídas de varios trabajos de grado anteriores que describen las características y necesidades informativas del estudiante de comunicación social de la UCAB, permitieron la creación de *Ucabistas*.

Paralelamente, se llevó a cabo la revisión bibliográfica para poder estructurar el basamento teórico necesario dentro de la investigación, el cual incluye información relativa al impacto social generado por la aparición de Internet, el desarrollo del diseño web, las características y necesidades del público al cual va destinado el proyecto y una breve descripción del surgimiento de herramientas comunicacionales de índole electrónica en Venezuela.

El desenvolvimiento de la investigación requirió la utilización de varios instrumentos metodológicos, propios de las distintas fases ejecutadas, entre ellas la exploratoria, documental, evaluativa y descriptiva. Así mismo, se empleó la metodología DADI para definir los elementos estructurales, de contenido y diseño que se incluirían en el desarrollo de *Ucabistas*. Todos estos aspectos se explican con detenimiento en el Capítulo IV, correspondiente al Marco Metodológico del proyecto, apartado que se complementa de forma directa con los Capítulos V y VI, en los cuales se analizan los resultados obtenidos a través de los instrumentos de recolección de datos elaborados y se describe el proceso mediante el cual se diseñó y publicó el portal en la red.

Con la intención de que el proyecto perdure en el tiempo se incluyó un pequeño manual de estilo, que podrá ser utilizado como guía inicial por aquellos que pretendan darle continuidad a *Ucabistas*, en el cual se incluyen

consejos prácticos para mantener la uniformidad de los criterios que rigen actualmente el portal informativo.

Finalmente se añaden algunas de las conclusiones y recomendaciones extraídas en el transcurso de la elaboración de *Ucabistas*, portal que espera convertirse inicialmente en el espacio de encuentro de los estudiantes de comunicación social de la UCAB, un lugar abierto al debate, donde los alumnos puedan encontrar toda la información que necesitan para su desenvolvimiento tanto dentro como fuera de las aulas.

I.- Antecedentes de la Investigación

1.1.- Investigaciones precedentes

La aparición de Internet en Venezuela trajo consigo múltiples herramientas a ser implementadas en el campo educativo. Opciones diversas como Foros de discusión en línea, teleconferencias, listas de correo electrónico, páginas web y portales de información, han contribuido a enriquecer el proceso formativo de estudiantes de todos los niveles.

Lo anterior ha propiciado la realización de diversas investigaciones relacionadas con la aplicación de los recursos ofrecidos por Internet a productos elaborados dentro de la industria cultural y con las características definitorias de los públicos diversos que acceden a este medio. Varios de estos estudios fueron empleados como base para la realización del presente trabajo de grado, entre ellos:

- *La Aldea: Espacio Virtual Interescuelas de Comunicación Social de Venezuela*

Este trabajo de grado, elaborado por Edith Oronel, Verónica Plaza y Claudia Sisco en 1999, para obtener la licenciatura en Comunicación Social, plantea el diseño de un sitio web dirigido a estudiantes de comunicación social del país. Para su realización, fue necesario llevar a cabo un estudio previo de las características y necesidades informativas de los estudiantes de comunicación social de las diferentes escuelas nacionales; así como también, se hizo necesario el manejo de conocimientos especializados en el

diseño web, que para la época se encontraban poco extendidos en Venezuela.

Algunas de las conclusiones del estudio revelaron que para 1999 Internet era un medio muy utilizado por los estudiantes de comunicación social, quienes accedían a él al menos una vez a la semana para realizar labores diversas. Por otra parte, las autoras mostraron una particular inquietud debido a la carencia de medios similares que contribuyesen a estrechar los vínculos existentes entre estudiantes de todo el territorio que tenían intereses en común, derivados del hecho de cursar una misma carrera.

La utilidad de este trabajo investigativo radica tanto en la riqueza informativa que se presenta el marco teórico, como en el valor que posee el análisis exhaustivo de las características y requerimientos de los estudiantes de comunicación social del país, incluidos los de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), y el planteamiento de una metodología específica aplicada al diseño de sitios web.

- *Evaluación del funcionamiento y utilización de un sitio web: Caso La Aldea*

Trabajo de grado realizado por Elian Degen en el año 2001, para obtener el título de Licenciado en Comunicación Social. El objetivo de esta investigación fue determinar qué utilización le daban los estudiantes de Comunicación Social del país a la propuesta electrónica *La Aldea*, a través de la evaluación de la adecuación del sitio a las necesidades informativas de sus usuarios.

Los resultados obtenidos, luego de aplicar diversas pruebas de usabilidad a *La Aldea*, revelaron las múltiples fallas de diseño y programación que posee. Sobre la base de lo anterior, Degen (2001) plantea la reformulación del sitio web para propiciar el cumplimiento de los objetivos iniciales establecidos por sus creadoras.

El valor de esta investigación radica en que las recomendaciones planteadas fueron tomadas en cuenta para la elaboración de una nueva propuesta de La Aldea, desarrollada en el año 2002 por los estudiantes de quinto semestre de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), bajo la dirección del Profesor Osvaldo Burgos.

- *¿Internauta Postmoderno? Perfil del internauta universitario en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, Montalbán, en función de la postmodernidad*

Tesis de grado elaborada por Valentina Raventós en el año 2001, para optar por el título de Licenciada en Comunicación Social. El principal objetivo de esta investigación consistió en determinar cuáles son las características más resaltantes que presenta el estudiante de comunicación social de la UCAB cuando accede a Internet, estudio que al ser comparado con otros precedentes, permite determinar indirectamente de qué manera se ha visto afectado este público por la aparición de los medios electrónicos.

Los resultados de este estudio demuestran que Internet es uno de los medios más empleados por los futuros comunicadores, quienes utilizan las herramientas ofrecidas por él para obtener información académica, para comunicarse con otras personas y para entretenerse en sus ratos de ocio (Raventós, 2001).

Cabe destacar que una de las principales fortalezas de este estudio es su profundidad de análisis con respecto a las características que definen a los estudiantes de comunicación social de la UCAB, público que coincide con el target al cual va dirigido el proyecto *Ucabistas*.

1.2.- Propuestas electrónicas anteriores

En el segmento correspondiente a la educación superior se han desarrollado una serie de iniciativas *no institucionales* destinadas a propiciar el intercambio informativo entre el alumnado, proceso que ha contado con el apoyo fehaciente de las diferentes casas de estudio del país, que han intentado poner a disposición de los estudiantes la plataforma tecnológica más adecuada, en función de los recursos de los que disponen (Oronel, Plaza y Sisco, 1999).

De esta manera, en Venezuela se han diseñado portales y sitios web para satisfacer tanto las necesidades de la comunidad universitaria en su totalidad, como las de un segmento específico de esa población.

Planteamientos específicos de comunicación electrónica universitaria como *La Aldea* (<http://laaldeia.8m.net>) y *La Simón* (www.lasimon.net), surgieron en el mercado venezolano en el año 1999 y 2002, respectivamente; mientras que otras iniciativas globales como *Univerxity* (www.univerxity.com) y *Universia* (www.universia.edu.ve), comenzaron a operar en el país durante los años 2000 y 2001. Lo anterior permitió el desarrollo de otros proyectos regionales de menor escala, como la página web *Decanato Digital* (www.geocities.com/decanatodigital/), creada en el año 2001.

A continuación se describirá brevemente cada una de estas iniciativas utilizadas como base para la creación de *Ucabistas* (www.ucabistas.com),

información que será ampliada en el marco teórico y en el análisis de resultados de la presente investigación:

- Univerxity:

Sitio web desarrollado en el año 2000 por un grupo de jóvenes recién graduados que buscaba atender las demandas de los estudiantes universitarios de Venezuela, proceso en el cual resulta fundamental la intervención de los distintos factores que componen una casa de estudio: directivos, profesores, alumnos, empleados y proveedores de servicios. Este portal emplea a cada uno de esos elementos como generadores de contenido para el sitio, pues son ellos los que mejor conocen qué contenidos son de interés para el alumnado (Pérez, 2001).

Entre los servicios ofrecidos por *Univerxity* están el acceso a correo electrónico gratuito, utilización de buscadores de información y de empleo, realización de compras en línea, publicación y revisión de guías, trabajos y exámenes, etc. (Univerxity, 2002).

- Universia:

Sitio web interuniversitario que pretende conectar a todas las instituciones educativas de habla hispana de países como España, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, Portugal, Puerto Rico y Venezuela (Universia Venezuela, 2002).

Su misión primordial es convertirse en el mejor portal para estudiantes universitarios de Ibero América, capaz de compendiar información

académica, científica, cultural y de investigación, de interés para su target. Para lograrlo ofrecen noticias diversas sobre la vida universitaria de cada país, información sobre becas, programas de intercambio estudiantil, empleos, pasantías, eventos culturales, etc. Adicionalmente, *Universia* brinda salas de chat y correo electrónico gratuito para los visitantes que se encuentran registrados, proporcionando 7 Megabytes de espacio virtual, una novedad en el mercado virtual de administradores de archivos.

Universia Venezuela comenzó a operar el 15 de noviembre de 2001, bajo el amparo del Banco de Venezuela Grupo Santander y con el apoyo inicial de 38 universidades y del Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas (IVIC), cifras que representan al 90% de la población estudiantil del país (Universia Venezuela, 2002).

- *La Simón:*

Portal universitario dirigido a los estudiantes de la Universidad Simón Bolívar (USB), puesto en funcionamiento a partir del año 2002. En el ámbito académico, *La Simón* presenta una guía de actividades estudiantiles detallada; sin embargo, no se limita a suministrar ese tipo de información, pues incluye cartelera actualizada de cine, guía de entretenimientos, foros de discusión en línea, chat y cuentas de correo electrónico gratuitas para los estudiantes registrados. De igual manera, contiene datos que el alumnado necesita diariamente, como el menú del cafetín y los horarios del transporte gratuito que ofrece la universidad, están disponibles (Rincón, comunicación personal, 10 de marzo, 2002).

- *Decanato Digital:*

Página web desarrollada desde el año 2001 por un grupo de alumnos de medicina de la Universidad Centro-Occidental “Lisandro Alvarado” (UCLA), pertenecientes al núcleo de Barquisimeto. Esta iniciativa pretende vincular al estudiante de medicina con el entorno electrónico, mediante un sitio web en el que se pueden encontrar informaciones de tipo académico, entre ellas artículos de opinión escritos por los estudiantes, apuntes de las materias impartidas, datos sobre cursos en línea relativos o no a la carrera de medicina y noticias generales sobre su casa de estudios (Rodríguez, comunicación personal, 14 de mayo, 2002).

- *La Aldea:*

Espacio Virtual de contacto entre las diferentes escuelas de Comunicación Social de Venezuela, diseñado en 1999 con la finalidad de promover el intercambio de información académica y profesional relativa al área de las comunicaciones. El interés de este sitio web es convertirse en el punto de encuentro de los estudiantes y comunicadores sociales del país, deseosos de enriquecer sus conocimientos mediante el contacto directo con conocedores de la materia (Oronel et al., 1999).

II.- Planteamiento del Problema

(...) debemos tratar de perfeccionar el falible universo real y consolidar el mundo virtual como el sendero del hypercrecimiento de una humanidad deseosa de jeans, ideas, chocolates, música, autos y algo de fe. Ahora bien, ¿cómo aceleramos la participación en un mundo totalmente tecnocrático? (Méndez, 2002)

Desde sus inicios, Internet fue concebida como una red académica creada para facilitar el intercambio informativo entre profesionales universitarios especialistas en distintas áreas de interés. La evolución de las tecnologías electrónicas permitió la expansión de las características utilitarias propias de este nuevo medio, que progresivamente comenzó a ser empleado con fines comerciales y de entretenimiento (Burgos, comunicación personal, 8 de julio, 2002).

El rápido desarrollo de Internet, aunado a las facilidades propuestas por la mayoría de las instituciones educativas de ámbito mundial –en su carrera por enriquecer el proceso formativo del alumnado– propició la integración de los estudiantes de todos los niveles que comenzaron a disfrutar de las ventajas de este medio.

Internet comenzó a ser una herramienta insustituible, debido a las infinitas posibilidades ofrecidas, que pueden ir desde la realización de compras en línea y la lectura de periódicos y revistas, hasta la planeación de eventos y la verificación o movilización de saldos bancarios.

A comienzos de los años 90, surgió en Venezuela la Red Académica de Centros de Investigación y Universidades Nacionales (REACCIUN) –ahora llamada Centro Nacional de Tecnologías de Información (CNTI)– la compañía internacional *Compuserve* y los *Bulletins Boards Systems* (BBS), las cuales han propiciado la evolución de la “cultura telemática” (Ramos, 1996). A partir de ese momento, el auge de los sitios web ha sido bastante provechoso. Han aparecido buscadores especializados, páginas web de carácter académico, portales de entretenimiento y páginas de compra-venta de productos.

De igual manera, se han desarrollado portales dirigidos al exigente público universitario que busca encontrarlo todo en un mismo sitio, desde el libro que necesita adquirir para aumentar sus conocimientos en determinada área, hasta el lugar de moda al cual irá a disfrutar del fin de semana con sus amigos, pasando por los trámites que deberá llevar a cabo para finalizar adecuadamente su proceso de inscripción universitaria.

En su afán por alcanzar la practicidad requerida en un mundo donde la información es considerada como un insumo básico, estudiantes de las distintas universidades venezolanas han desarrollado páginas y portales tendientes a satisfacer sus particulares demandas (Degen, 2001). Así surgieron los portales *Universia* (www.universia.edu.ve) y *Univerxity* (www.univerxity.com), de alcance global, y otras propuestas más específicas como *La Aldea*, *La Simón* (www.lasimon.net) y *Decanato Digital* (www.geocities.com/decanatodigital/).

Tomando en consideración las iniciativas anteriormente descritas, se plantea la necesidad de crear un portal pensado inicialmente para permitir la interconexión de los estudiantes de la Escuela de Comunicación de la

Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), por ser estos unos de “los que acceden con mayor frecuencia a Internet y los más estudiados respecto a sus características como usuarios frecuentes del medio” (Blanco, comunicación personal, 3 de mayo, 2002). Pese a que el proyecto piloto de *Ucabistas* está dirigido de forma exclusiva a ese segmento, se espera que en poco tiempo se propicie su extensión al resto de las carreras impartidas en la UCAB. De esta manera, los alumnos no sólo serán capaces de aportar una fracción importante del contenido a publicar en el sitio web, sino que además podrán beneficiarse con la existencia de un medio dinámico cuyo principio esencial es la ‘infoentretención’.

2.1.- Definición Conceptual

Ucabistas: Diseño de un portal interactivo para estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)

- **Ucabistas:** nombre del portal informativo diseñado, cuyo origen se encuentra en la denominación otorgada a todos los estudiantes que conforman la comunidad educativa de la Universidad Católica Andrés bello (UCAB), los cuales comparten muchas de sus características definitorias; este elemento favorece la identificación del target con el sitio web, concediendo cierto valor agregado a la página.
- **Portal Interactivo:** esta expresión se relaciona con los fundamentos que constituyen el medio electrónico en el cual se desenvolverá *Ucabistas* y con el tipo de ventajas que se ofrecerán a los usuarios del sitio web diseñado, el cual posee unas características especiales que lo diferencian de otras iniciativas que pueden encontrarse en la red, tales como sala de chat, encuestas en línea, etc.
- **Estudiantes de Comunicación Social:** mediante esta frase se pretenden delimitar los alcances del proyecto; de esta manera, la información incluida dentro de *Ucabistas* tendrá como objetivo fundamental satisfacer los requerimientos informativos de los estudiantes de comunicación social de la UCAB.
- **Universidad Católica Andrés Bello (UCAB):** el enunciado final precisa aún más los límites impuestos por la expresión anterior, pues se refiere exclusivamente a los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB. Debido a que esta casa de estudio posee varios núcleos en el interior del país, se decidió tomar en cuenta únicamente el núcleo ubicado en Caracas.

III.- Marco Teórico

3.1.- Internet: impacto en los procesos de comunicación tradicionales

Internet es un nuevo espacio que construye un tipo de identidad (...) por lo que podríamos decir que esta cyberherramienta va más allá de ser un medio para obtener información, o un espacio para interactuar con amigos virtuales, o, incluso, construir cyber-relaciones, con el fin de intervenir social, política y económicamente, o una vía que crea una realidad imaginada de deseos y placeres, o un medio que fortalece el consumismo, o una nueva forma de crear cultura (Scarano, 2001)

Los Medios de Comunicación Masiva son ‘agentes socializadores’ que se configuran frente a una cultura urbana en evolución constante y que diariamente proponen diferentes formas de ver e interpretar (Rey, s/f en Bisbal, 1996). Constituyen especies de ventanas que le permiten al usuario observar lo que ocurre a su alrededor.

Cada medio de comunicación tiene la necesidad de adaptarse a las características de la sociedad en la cual se desenvuelve, hecho que usualmente implica el desarrollo de un lenguaje propio, que le permita la transmisión adecuada de los mensajes.

Anteriormente, la distinción entre los medios impresos, radiales y audiovisuales era radical, cada uno de ellos tenía un público diferenciado y unos elementos definitorios; sin embargo en la actualidad “las divisiones tradicionales en el sector de la comunicación se están difuminando debido a

la convergencia tecnológica” (Colina, 1996). Específicamente, la aparición de los hipermedios y la tecnología multimedia, ha propiciado la desaparición progresiva de las fronteras existentes entre las industrias culturales conocidas, debido a que hoy día cada medio ahora puede hacer uso de los elementos característicos de sus homólogos según sus necesidades particulares, teniendo lugar una convergencia nunca antes vista.

La sociedad actual está signada por cambios comunicacionales que, directa o indirectamente, afectan las formas culturales y socializadoras, es decir, las formas de relacionarse, vivir, aprender, trabajar, etc. Hoy día, las nuevas tecnologías comunicacionales contribuyen con la libertad y con el intercambio de conocimientos mediante la interconexión de una red que posee todo tipo de información desde académica hasta comercial. La época de la globalización de la información se inició y avanza aceleradamente, lo cual trajo y traerá implícitos cambios comunicacionales excepcionales (De Moragas, 1997).

Estos cambios comunicacionales son el resultado de unos procesos tecnológicos complejos en los que convergen múltiples componentes que involucran sectores de gran valor estratégico y que representan la unión de distintos ámbitos, entre ellos los culturales, comunicativos, telecomunicacionales, educativos, políticos y comerciales, han demostrado una tendencia a perder su autonomía.

3.1.1.- Internet como Medio de Comunicación

Internet es un medio con un significativo poder de penetración mundial, pese a que aún no ha logrado llegar por igual a todos los sectores sociales de los distintos países que integran el globo. Esta ‘herramienta’ ha

modificado sustancialmente la concepción arraigada que el ser humano tenía de la realidad, generando nuevos pensamientos e ideas y variadas formas de interacción social adaptadas al complejo contexto de este medio digital (Cebrián, 1998).

Las fronteras físicas que otrora condicionaban los procesos de socialización del hombre, han sido desdibujadas con la aparición de Internet. Las personas 'conectadas' logran comunicarse entre sí independientemente de la distancia geográfica que las separe de su interlocutor, sólo basta disponer de una computadora que posea suficiente capacidad, de un módem medianamente veloz con una línea telefónica disponible, o si se quiere de una conexión satelital o por fibra óptica, para que la comunicación pueda fluir.

La aparición de Internet ha propiciado el afianzamiento de las bases de la 'aldea global' de Mc Luhan y Power (1989), hecho que ha dado paso a la 'sociedad de la información' en la cual el saber es el insumo principal, y el adecuado intercambio de los conocimientos resulta primordial. Respecto a este particular, se puede señalar que "la codificación del saber y la creación de mensajes son los recursos estratégicos para el funcionamiento de esta sociedad" (Méndez, 1997 en Raventós, 2001).

Internet, como medio, es "una gran 'red de redes', donde todas se comunican a una gran velocidad por medio de la Suite de Protocolos de TCP/IP y que funciona como una sola red virtual cooperativa, proporcionando una conectividad universal" (García, 1997 en Oronel et al., 1999). Para que esa red tenga la estructura interconectada que la caracteriza existen los hipervínculos, encargados no sólo de facilitar la búsqueda de la información necesaria para el usuario, sino de propiciar la interacción hombre-máquina

(interactividad), al tener una base similar a la forma como está estructurado el pensamiento humano. Jakob Nielsen (2000) realiza una curiosa analogía entre el uso de Internet y el acto de halar de una cuerda de dimensiones considerablemente grandes, señalando que la ruptura de alguno de los vínculos genera una disolución general; en otras palabras, la interactividad se ve severamente afectada ante existencia de la más mínima brecha entre un vínculo y el destino que le es propio.

Para que el acceso a esa red sea fluido, se hace necesaria la presencia de ciertos requerimientos básicos, entre ellos un proveedor de servicios (los más comunes en Venezuela son *Telcel*, *CANTV*, *Tutopia*, *Etheron*, *Infonet* y *Supercable*), una computadora que posea como mínimo 64 MB de Memoria RAM, un módem mayor a 28.800 Kbps, un software (Dial-Slip/PPP) y las aplicaciones de uso frecuente como el correo electrónico y el navegador, browser o visualizador, dentro de este último aspecto Netscape y Explorer destacan como los más utilizados (Franco, comunicación personal, 7 de enero, 2002).

3.1.2.- Enfoques opuestos

Cuando los usuarios logran ingresar exitosamente a Internet, se enfrentan a un mundo multicultural, un espacio basado en la simulación, donde el intercambio entre los sujetos se lleva a cabo, ya no en términos de volúmenes como se hace en el mundo real, sino en términos de bits. Entre los internautas reina un clima de desarraigo, pues se consideran ciudadanos del mundo ante la aplastante cantidad de elementos que circunda la 'sociedad de la información' de la cual forman parte. Cebrián (1998) habla de la reconfiguración que sufrió el concepto de sociedad conocido hasta ahora,

en virtud de los constantes cambios que afectan a los ciudadanos interconectados.

Internet no es un medio que pueda ser visto sólo desde un enfoque, es más bien una especie de espada de doble filo, pues según el uso y la perspectiva desde la cual sea observado, se podrán determinar tanto ventajas como desventajas. En relación con las bondades de esta nueva tecnología, Internet resulta un medio de fácil acceso, en el que cualquier tipo de información puede ser relativamente rápida de ubicar. Los datos proporcionados –incluso hoy día con las sencillas herramientas existentes para la publicación de documentos– mantienen cierto grado de confiabilidad y, aunque su nivel de penetración es limitado por los elevados costos, resulta comparativamente económico en función del tiempo invertido por el usuario en la realización de determinadas labores y la calidad de los resultados obtenidos en dichas tareas. Además, es un medio que propicia el enriquecimiento de los usuarios debido a los intercambios culturales que se desarrollan entre aquellos que tienen intereses más o menos comunes.

Por sus propias características, Internet es un medio que presenta un perfil estructural disímil del de los medios de comunicación masivos hasta ahora conocidos. Hualde Martínez y Salom Rincón (1997) realizaron un trabajo de grado titulado *La página web como medio eficaz para transmitir mensajes publicitarios*, de él se pueden extraer tres conclusiones básicas sobre dichas diferencias:

- Mientras en los medios tradicionales la comunicación está orientada a las masas, en Internet las informaciones están dirigidas a los individuos. Lo anterior se evidencia en la existencia del hipertexto como base de la estructura de Internet, ya que ‘brincar’ entre un

vínculo y otro, es la forma que más se asemeja a la organización del pensamiento humano.

- Contrario a los Medios de Comunicación Masivos (MCM), donde los contenidos son impuestos en un determinado momento por el emisor, en Internet el que navega decide cómo, cuándo y dónde iniciar y finalizar el proceso comunicacional.
- El efecto de los mensajes difundidos por los MCM sólo puede ser medido por estudios analíticos posteriores a la transmisión, ante esta realidad Internet es un medio capaz de responder de manera inmediata cuando se desea conocer el efecto que, sobre los que navegan, ha generado una determinada información publicada.

En cuanto a las desventajas que presenta Internet como medio, existen varios autores que han desarrollado el tema. Por una parte, se encuentra el inconveniente de los altos costos, situación que se acentúa particularmente en los países en vías de desarrollo, por la falta de penetración de las compañías de banda ancha. Sin embargo, este no es el único factor que influye en el tiempo dedicado a la navegación, pues el hombre postmoderno carece de abundantes momentos de ocio en virtud de sus múltiples ocupaciones. Independientemente de la velocidad que posean los servidores para transmitir una gran cantidad de datos, es el usuario el que adolece del suficiente tiempo para que la interactividad realmente se materialice (Cebrián, 1998). Por otra parte, existen variables sociales, culturales y educativas que determinan el acceso a este instrumento técnico, debido a que no todos los individuos cuentan con la formación y las herramientas necesarias para 'navegar' por la complejas redes de la superautopista de la información (De Los Reyes, 1996).

Los elementos anteriores son importantes en cuanto a la interactividad, empero, existen aspectos que denotan con mayor claridad las desventajas de vivir 'conectados' a la red. Este tema ha sido ampliamente tratado por los llamados 'neoapocalípticos' (De Moragas, 1997), que visualizan esta nueva era de las comunicaciones como un período donde los grandes triunfadores serán la disgregación social, la incomunicación y la división, cada vez más evidente, entre la emergente clase social de los conectados o 'inforicos', en contraposición a los no conectados o 'infopobres'. En tal sentido, cobran vida las palabras de Mauro Wolf (1991), expresadas en su libro *La Investigación de la Comunicación de Masas*, donde hace mención del fenómeno de la privatización de lo público, anomalía que se agrava continuamente con el desarrollo de las nuevas tecnologías relacionadas con Internet, pues ahora las personas no necesitan salir de sus hogares para disfrutar de los placeres de hacer sus compras, ver espectáculos, leer libros y revistas, asistir a museos, etc.

3.1.3.- Elementos para reflexionar

Independiente de la perspectiva desde la cual sea visto, Internet es un medio cuya presencia no puede ser ignorada, es necesario concientizar su uso, tal y como se aprendió en el pasado a utilizar el resto de los medios de comunicación tradicionalmente conocidos. Para algunos autores, entre ellos Negroponte (1995), la evolución de la red traerá consigo a la postre la democratización de la información, en otras palabras, la desaparición progresiva de las fronteras que separan a los inforicos de los infopobres. Sin embargo, Oronel et al. (1999) plantean que ante la abrumadora velocidad de las innovaciones tecnológicas, "¿no parece probable que cuando Internet sea accesible a un número considerable de seres humanos en los países más

pobres, en los países más desarrollados habrá otro tipo de tecnología más avanzada, distante para el resto?” (Oronel et al., 1999).

Respecto a lo anterior, De Moragas (1997) señala que se deben reconocer los desequilibrios que tienen lugar debido a la implantación de estas nuevas tecnologías para poder determinar cuáles son las tendencias generales del proceso, de esta manera se podrán analizar a profundidad las implicaciones directas e indirectas de este hecho.

Así mismo, De Moragas (1997) propone cuatro aspectos sobre los cuales se debe trabajar para estudiar los posibles efectos de la superautopista de la información sobre las distintas sociedades mundiales:

- *Contenidos Específicos.* La comunicación masiva imperante en los medios de comunicación tradicionales, se sustituyó por una comunicación más sectorial y específica. Ahora es mucho más simple que los usuarios de los medios seleccionen los contenidos a consumir, incluso la segmentación es mayor, existiendo productos culturales creados según las necesidades particulares de los distintos nichos del espectro comunicacional.
- *Las comunicaciones pasaron de ser globales o locales a ser ‘glocales’².* Las políticas de comunicación para los medios electrónicos del futuro deberán tomar en consideración el paralelismo existente entre lo regional y lo global, de tal manera que puedan desarrollar contenidos adecuados para el entorno; evaluando, además, las implicaciones de la desaparición de las fronteras físicas, lo cual se evidencia en las

² Término utilizado por los analistas de medios electrónicos para designar la fusión de los conceptos global y local, en el desarrollo de un producto cultural (Revista Poder, 2001).

comunicaciones que de ahora en adelante estarán dirigidas a cualquier persona que cuente con un acceso a la red, independientemente de su país de origen y de su ubicación espacial.

En este mismo orden de ideas, la Revista Poder, en su artículo *El Mercado Glocal*, brinda una visión que sirve para actualizar lo que hasta ahora había planteado Miquel De Moragas (1997), al señalar que:

Uno de los principios más afincados de la nueva economía es el de que Internet es una industria global pero a la vez local. Los presidentes de las grandes compañías repiten a diario que sólo a través de contenidos locales -que satisfagan las necesidades directas de los usuarios- es posible tener éxito en la red. (Revista Poder, 2002)

- *La importancia que cobra la 'producción' de comunicación.* En la sociedad de la información ya no resulta tan importante el despliegue de mecanismos para la difusión adecuada de los productos culturales, pues eso es algo que se ha simplificado sustancialmente con los software diseñados para el manejo y publicación de los contenidos en la red. Ahora nuevamente cobra vida el mensaje, lo que se dice, perdiendo sentido la conocida frase de Mc Luhan en la que el medio es considerado como el mensaje (Mc Luhan & Power, 1989). Ante la sobresaturación de información que circula por la red, la selección de los mensajes a 'digerir' viene dada por el contenido de los mismos.

- *Consecuencias del bombardeo excesivo de mensajes: cansancio y vuelta a las formas comunicacionales tradicionales.* Este autor señala que ante la sobresaturación informativa, que llega a niveles altos de invasión del espacio íntimo personal, es posible que los seres humanos tomen conciencia de las bondades de los medios tradicionales y tenga lugar un repliegue considerable hacia ellos.

3.2.- Hipertexto

El hipertexto no se debe utilizar para segmentar una historia lineal extensa en múltiples páginas. (...) en vez de ello, divida la información en fragmentos coherentes y que cada uno se centre en un determinado tema (Nielsen, 2000:12)

Las actuales concepciones de centro, margen, jerarquía y linealidad, utilizadas como patrón en los medios impresos, han sufrido una renovación producto de la aparición de los medios electrónicos (Landow, 1995). Autores como Nelson, Van Dam, Derrida y Barthes han propuesto un nuevo lenguaje acorde con estos avances tecnológicos, donde los términos de multilinealidad, nodo, nexos y red van adquiriendo sentido.

Landow, personaje clave en el desarrollo del nuevo ideal de textualidad denominado hipertexto, vislumbró sus ventajas definiéndolo como:

(...) un texto compuesto de bloques de palabras (o de imágenes) electrónicamente unidos en múltiples trayectos, cadenas o recorridos con una textualidad abierta, eternamente inacabada y descrita como nexos, nodos, red, trama y trayecto. En este texto ideal, abundan las redes (réseaux) que actúan entre sí sin que ninguna pueda imponerse a las demás; este texto es una galaxia de significantes y no una estructura de significados; no tiene principio, pero sí diversas vías de acceso, sin que ninguna de ellas pueda calificarse de principal (...). (Landow, 1995 : 14 -15)

El hipertexto es una forma de relacionar información textual. Los documentos forman una serie de nodos en red, que permiten consultar las diferentes informaciones, asociados entre sí mediante enlaces, hecho que le

otorga al texto una estructura en red a la cual el lector puede acceder de manera no lineal según sus requerimientos informativos personales. Las nociones de los enlaces de hipertexto constituyen la fundamentación de la World Wide Web.

El término hipertexto fue utilizado por primera vez en el año 1965, por Theodor Nelson para referirse a un tipo de escritura no secuencial, definiéndolo como un “tipo de texto electrónico, una tecnología informática radicalmente nueva y, al mismo tiempo, un modo de edición” (Nelson, 1981 en Landow, 1995). De igual manera, Nelson agrega que el hipertexto permite que el lector determine qué camino desea tomar en su proceso de lectura, entre las múltiples opciones ofrecidas (Landow, 1995).

El hipertexto es un método de presentación de la información donde determinadas palabras visualizadas en el documento pueden ser expandidas para obtener datos adicionales referentes a ellas. El principio de acceso no lineal al contenido, utilizado en el hipertexto, posee una relación directa con los hipermedios y la tecnología multimedia, pues se nutre de ambos para poder dotar de practicidad y de atractivo visual a los documentos con soporte digital.

El seguimiento de referencias individuales y la navegación por todo el campo de interrelaciones, se ve facilitada por la existencia del hipertexto. Este cambio afecta tanto la experiencia de la lectura como la naturaleza de lo leído, difuminándose las fronteras entre el lector y el escritor. El hipertexto es una herramienta para ambos sujetos, sus documentos permiten relacionar datos que amplían la información y que han sido creados por otros autores. El lector se pasea por estos sin que posean un orden secuencial. Las notas al pie de página utilizadas en los libros, son sustituidas por símbolos de

referencia que forman documentos independientes (textos subsidiarios), de allí que sea un imperativo la presencia de un lector activo que se encuentre en capacidad de afrontar los retos impuestos por esta nueva realidad.

La escritura hipertextual surge en contraposición al libro impreso. Landow (1995) hace referencia a la linealidad y centralidad que establecen los autores de textos impresos, frente a la dispersión y la ilimitada extensión material de los textos electrónicos. El hipertexto supone para este autor la destitución, o por lo menos la degradación, del rol protagónico del autor como personaje, frente a los nuevos lectores como sujetos activos.

Dos vertientes nutren el pensamiento teórico de Landow: por una parte, la teoría crítica acuñada por Barthes, Bajtín, Derrida o Foucault que concibió al hipertexto como idea mucho antes de su explícita invención; por otra, la tradición informática desde la cual se elaboró la plataforma tecnológica para la producción del hipertexto.

Ambas ideas coinciden, según Landow (1995), en la recusación de los principios teóricos y filosóficos que le dan sostén al texto impreso, contribuyendo a la aparición de nuevas formas de escritura donde el elemento fundamental sea la derogación de las jerarquías y el descentramiento.

Por consiguiente, el elemento distintivo del hipertexto se encuentra en su configuración en términos de red antes que de línea. De esta manera, sus formas de articulación se desplegarían de forma trans-textual³.

³ El término *trans-textual* entendido como "la trascendencia textual del texto", o como "todo lo que pone al texto en relación, manifiesta o secreta, con otros textos" (Genette, 1989).

A pesar de que el hipertexto posibilita la interacción directa con el sistema y la toma de decisiones sobre el seguimiento de la lectura y el consumo de la información, el usuario no posee la disposición de acceder a textos interminables, éste desea algo más que simplemente hacer clic en cada hipervínculo para apreciar despliegues de ventanas frente a sus ojos. El público estará más interesado en la medida en que pueda obtener información dirigida a todos sus sentidos, de allí la contribución de los hipermedios, pues estos integran a los datos hipertextuales, una serie de estímulos auditivos y visuales (gráficos y animaciones).

Pese a lo anterior, Landow (1995) destaca la importancia del establecimiento de una línea imaginaria a la hora de realizar la integración de los conceptos de hipertexto e hipermedios, pues no se debe incurrir en la sobresaturación, se trata sólo de enriquecer lo más posible el sistema, para extraer del medio digital las ventajas a las que el libro impreso no puede llegar a tener acceso.

En relación con lo anterior, el hipertexto no debe ser empleado por el escritor como un recurso para segmentar una historia cuya linealidad es notoria, de manera tal que el usuario se vea obligado a visitar varios nodos para poder completar sus conocimientos sobre un área determinada. La información debe ser dividida en fragmentos coherentes, permitiéndole al lector la profundización en sus temas de interés (Nielsen, 2000).

3.2.1.- Antecedentes del hipertexto

A mediados del año 1945 el investigador norteamericano Vannevar Bush, antiguo asesor del Presidente Franklin D. Roosevelt, ideó un sistema

que de ser llevado a la práctica permitiría el almacenamiento organizado de datos que podrían ser visualizados en conjunto con cierta facilidad. El *Memory Extension* (Memex), como fue denominada dicha creación, fue concebido como un sistema que interconectaba informaciones relacionadas entre sí, pues Bush fue uno de los primeros en tomar en cuenta esta potencial necesidad (Landow, 1995).

Bush siempre criticó las formas tradicionales de almacenamiento de datos (específicamente los archivos), porque dificultaba el proceso de búsqueda por parte del usuario, ya que los criterios utilizados en la organización diferían considerablemente de la forma como el hombre estructura sus pensamientos. Lo anterior fue utilizado como punto de partida para el desarrollo de un medio que respondiese al sistema asociativo de ideas imperante en la mente humana, donde se pudiesen añadir imágenes y notas de texto durante la lectura, pero lo más importante, donde el lector definiese la ruta a seguir en la búsqueda de datos (Landow, 1995). Si bien el Memex nunca pudo materializarse, su influencia fue notable en la vida de científicos e investigadores posteriores inquietos ante tales planteamientos.

Quince años más tarde Douglas Engelbart, un científico del Instituto de Investigaciones de la Universidad de Stanford en Estados Unidos, diseñó un software para ser utilizado como ambiente de planificación organizacional. El Augment, como fue denominado, permitía el acopio y la clasificación de documentos empresariales (principalmente notas y memorandos), la comunicación entre lugares distantes y la planificación de proyectos para los investigadores (Micronet, S.A., 1995).

Sin embargo, Theodor Nelson fue el que acuñó el término luego de desarrollar el sistema *Xanadú*, un dispositivo desarrollado para recavar la

información literaria de ámbito mundial. Empero, algunos investigadores posteriores como Bouzá se inclinan a pensar que la escogencia del término se debió a su sentido futurista y no a la definición dada por Nelson para el innovador ideal de textualidad (Castillo & Pereira, 1998).

Luego de 1987, cuando el desarrollo de los sistemas hipertextuales llegó a ser empleado para plataformas PC y MAC, sólo quedaba un camino, la fusión del hipertexto y la tecnología multimedia era inminente. A partir de este momento la evolución se dio en función de los hipermedios como nuevos medios de almacenamiento de información digital.

3.2.2.- Estructura básica del hipertexto

El hipertexto cuenta con una estructura gráfica dotada de *nodos* que permiten la interconexión de la información almacenada mediante los *nexos*, de esta manera los vínculos se convierten en todas las vías posibles que le posibilitan al usuario el acceso a la una data específica, por medio del desplazamiento entre las distintas áreas que conforman un documento hipertextual.

El hipertexto “implica un texto compuesto de fragmentos de texto (*lexias*) y los nexos electrónicos que los conectan entre sí” (Barthes, 1982 en Landow, 1995). De allí que Landow (1995) afirme que los nexos electrónicos posibilitan la unión de las ‘lexias’ tanto internas como externas a la obra, hecho que facilita la lectura ‘multiseccional’ que el lector lleva a cabo.

La evolución del entorno electrónico ha permitido que los conceptos de ‘lexias’ y ‘nexos’ se simplifiquen para la mejor comprensión de aquellos que recién acceden a este tipo de conocimientos. Ejemplo de ello es la

conceptualización descrita en Enciclopedia Universal (Micronet, S.A., 1995), sobre los elementos requeridos para dar curso a una estructura hipertextual, que básicamente son los siguientes:

- Nodos: unidad de información interconectada con otras similares mediante uniones. Sólo están compuestas por conceptos simples que adquieren mayor profundidad dependiendo de los enlaces con los que cuenten.
- Enlaces o vías de navegación: asociaciones entre las distintas informaciones. El tiempo empleado por el usuario para trasladarse de un nodo a otro es mínimo, por ello la búsqueda de la data suele ser rápida.

Los enlaces se encuentran representados por elementos gráficos diversos que contribuyen a mejorar la interacción hombre – máquina, bien por medio de botones que se encuentran fuera del área de texto, o bien por las llamadas “*hotwords*” o palabras calientes, que no son más que segmentos de texto resaltados para facilitar el reconocimiento por parte del usuario.

3.2.3.- Complejidad de la red

La búsqueda de información dentro de una red hipertextual puede resultar intrincada, contribuyendo a la desorientación y a la disminución del interés del usuario, hecho en gran parte atribuido al exceso informativo y a las fallas de construcción de los enlaces. La evolución de los sistemas de hipertexto ha determinado la inclusión, prácticamente obligatoria, de los mapas de navegación como importante herramienta para los lectores (Franco, comunicación personal, 7 de enero, 2002).

Los mapas de navegación contribuyen a incrementar los niveles de eficiencia de las consultas realizadas. Sin embargo, en relación con el target del sistema y el tipo de información a ser plasmada en él, se emplean distintas tipologías de mapas. De esta manera existen los *índices*, útiles para aquellos usuarios que dominan un determinado tema y la terminología básica utilizada en su estructuración dentro de la red hipertextual; en segundo lugar, se encuentran los *esquemas*, encargados de exponer algunos segmentos de información y las vías de navegación existentes para llegar a ellos; por último, se encuentran los mapas *gráficos*, similares a los esquemas pero enriquecidos con particulares atractivos visuales, contribuyendo al desarrollo de la intuición del lector (Cáceres, 2000).

Los mapas de navegación poseen una amplia gama de funciones que pueden ser explotadas a plenitud por los usuarios. Más allá de proporcionar información sobre la posición del lector en un momento dado, describiendo con exactitud el camino que ha seguido hasta ese momento, permitiendo el acceso rápido a algunos de los nodos visitados, posee una aplicación estratégica al almacenar las consultas de cada usuario para futuras búsquedas. Sin embargo, y pese a su utilidad, la función estratégica no es tan común en las redes hipertextuales como las anteriores.

3.2.4.- Hipermedios: la evolución del hipertexto

Es común la confusión entre los términos hipertexto, multimedia e hipermedios, sin embargo, sus diferencias conceptuales y utilitarias son notables. El hipertexto es el antecesor de los hipermedios, debido a que este sistema surgió al enriquecerse el primero con otro tipo de data en la cual podrían incluirse imágenes, sonidos y animaciones. A través de los

hipermedios, la información que se desea transmitir puede presentarse utilizando distintos recursos, como archivos ejecutables y de texto, gráficos, audio, video, animaciones o imágenes (Microsoft Corporation, 1996).

Los hipermedios también incrementaron sus posibilidades en combinación con la tecnología multimedia, diferenciándose de esta última en el nivel de interacción y las características del tipo de navegación realizada por el usuario, pues “el concepto de hipermedios aumenta enormemente las posibilidades que ofrecen de forma individual los sistemas de aplicaciones hipertextuales y multimediales” (Micronet, S.A., 1995).

El formato masivo utilizado en la World Wide Web para introducir documentos hipermediáticos es el determinado por el código HTML (Hypertext Markup Language), que constituye una aplicación SGML (Standard Generalized Markup Language) cuya función primordial es la descripción de los elementos estructurales contenidos en el hipertexto, lo que permite determinar la estructura de los documentos transmitidos vía Internet.

Este lenguaje es parecido a lenguajes como el TeX o L^AT_EX , con la particularidad de que incluye elementos que permiten la estructuración de menús, textos con diferentes niveles de organización, catálogos de objetos, etc. Además, define la manera de construir los enlaces de navegación y determina la inclusión de información de tipo no textual dentro del documento, hecho que facilita el acceso a la data incluida en una página web (Cáceres, 2000).

La característica clave de los hipermedios es la interactividad, ya que el usuario controla el desenvolvimiento de su consulta y la profundidad del aprendizaje a desarrollar; el sistema da determinadas respuestas a sus

acciones y es él el que decide en qué dirección navegar y en qué momento debe detener el viaje. La retroalimentación del sistema es primordial para que el público pueda interactuar con los contenidos.

La primera condición de transformación radical es la interactividad. En la comunicación social tradicional el lector recibe la información y apenas puede responder. (...) Internet hace posible que el lector responda de inmediato y de modo efectivos (Hernández, 1999 en Terán, 2000: 74)

3.3.- Diseño de sitios web

Existen cuatro razones principales para que los usuarios vuelvan a algunos sitios web y a otros no (...):

- Contenido de gran calidad.
- Actualizado a menudo.
- Mínimo tiempo de descarga.
- Facilidad de uso (Nielsen, 2000:380)

Hablar de sitios web implica hacer mención a las computadoras encargados de difundir las páginas web en el World Wide Web. Los documentos publicados constituyen hipermedios, pues poseen elementos gráficos, imágenes, vídeos, sonidos, etc.

Todas las definiciones de página web resultan coincidentes entre sí:

Una página Web es la unidad básica del World Wide Web. (...) es un documento electrónico 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 (...). (Informática Milenium, 2002)

(...) es un documento electrónico capaz de compendiar textos, imágenes, audio, vídeo, programas y enlaces, que se encuentran almacenados en una computadora conectada a Internet, permitiendo a cualquier usuario que cuente con un programa navegador tener acceso a los datos almacenados en ella (Delnardo, comunicación personal, 10 de julio, 2002).

El funcionamiento óptimo de una página web requiere que el 'web site'⁴ del cual forma parte, ejecute un programa denominado 'servidor', que da curso a las solicitudes de información hechas por los usuarios; cada uno de los documentos que componen la red posee una dirección propia e irrepetible denominada URL (Microsoft Corporation, 2001a).

Todo sitio web está conformado por un conjunto de páginas que cuentan con una unidad tanto temática como gráfica, los documentos que contiene están interconectados entre sí por medio de enlaces, permitiendo que el usuario acceda a toda la información que desee.

Para lograr ingresar a cualquier página web es imprescindible la conexión a Internet, bien sea a través de líneas telefónicas, cable o satélites; por otra parte, se requiere de la instalación de un software de navegación especial en la computadora, los más conocidos son *Netscape Navigator* e *Internet Explorer*.

Los documentos web poseen características diversas como la interactividad, la accesibilidad a la información, el manejo de bases de datos, la agrupación de elementos hipertextuales, etc. Lo anterior está al servicio del usuario para que pueda tener mayor facilidad a la hora de profundizar en la búsqueda de información. Sin embargo, la clave dentro de una página web está en la posibilidad de navegación que puede desarrollar el internauta mediante los enlaces hipertextuales claramente visualizables en el cuerpo del documento.

⁴ En adelante denominado sitio web.

Los enlaces permiten al que navega acceder a los distintos espacios del sitio web en una acción libre e intuitiva, según sus propios intereses, esto lo realiza mediante 'vínculos virtuales' que no se fundamentan en entidades u organismos vivos, sino en espacios interconectados en la red (Cáceres, 2000).

Un sitio web, como publicación hipermedial, posee el reto de convertir la información que se desea expresar, en conocimiento real de utilidad para los usuarios de la red (Friedlander, s/f en Barret & Redmond, 1997).

Si bien es cierto que existen muchos profesionales que brindan información en la red sobre el desarrollo eficaz de sitios web, pocos de ellos han logrado elaborar teorías de utilidad global. No obstante, Clement Mok (1998), Sarah Horton (1998), Patrick Lynch (1998) y Jakob Nielsen (2000), son personajes conocidos dentro de esta nueva ramificación de la industria cultural, no sólo por sus múltiples consejos sobre la creación de espacios virtuales, sino por el éxito que han logrado obtener de sus publicaciones electrónicas e impresas.

La mayoría de los teóricos del diseño web coinciden en tres aspectos que deben ser considerados a la hora de desarrollar un sitio; lo ideal es que éstos se encuentren integrados, formando parte de un todo, pero a la vez, que conserven cierto grado de autonomía. Básicamente se toma en cuenta el tipo de contenido a incluir y la estructura organizativa de la información, la identidad o el aspecto visual del cual estará dotada la página, y la capacidad que podrá tener el usuario de interactuar con el sistema. Cada autor que se ha referido al tema, le ha dado una nomenclatura diferente a dichos elementos, aunque las consideraciones han sido similares.

3.3.1.- Diseño de información o contenido

“Al final, los usuarios visitan el sitio web por su contenido. Todo lo demás es accesorio. El diseño existe para permitir a la gente acceder al contenido” (Nielsen, 2000).

La información es el elemento de mayor peso dentro de toda publicación, sea o no electrónica. La importancia de este aspecto va a depender de la sujeción existente entre el tipo de contenido y la forma de expresión que posea; en otras palabras, el vínculo forma-fondo se convierte en un principio clave.

Lo reseñado en un sitio web debe ser útil e interesante para el internauta, tanto a nivel conceptual como en el plano de expresión visual, de allí que todo sitio requiera la actuación de profesionales de distintas áreas, entre ellas la del diseño gráfico, la redacción, la musicalización, etc. (Nielsen, 2000).

El contenido puede organizarse de distintas maneras, obedeciendo tanto al criterio del diseñador como al target específico al cual va dirigido el producto. La información plasmada debe poseer una estructura coherente que le facilite al lector la visualización de los contenidos de una forma fácil y clara. A juicio de los creadores del sitio Maestros del Web, es conveniente que la organización se base en un esquema sencillo adaptado al tipo de tema a tratar, de esta manera podrá seleccionarse la clase de estructura más adecuada para el sitio web. Sin embargo, Mok (1998) señala que es común la integración de varios modelos a la hora de diseñar publicaciones electrónicas.

Clement Mok (1996) señala que el diseño de información “consiste en evaluar, precisar y estructurar relaciones entre ideas y la forma en la cual son visualizadas. (...) es el arreglo de los modelos de la organización que provee un contexto y un significado a la información”.

Patrick Lynch y Sarah Horton (1998) señalan que en la organización de los sitios web se manejan conceptos similares a los empleados en los medios impresos; contrario a ello, Mok (1996) defiende la idea de que los medios digitales cuentan con una estructura particular y por ello no pueden emplearse los mismos principios rectores de otros medios. En virtud de la consideración anterior, Mok (1996) describió siete modelos que pueden ser utilizados a la hora de estructurar la información en la red:

3.3.1.1.- Esquema lineal:

Pese a su simplicidad, es poco usado por la rigidez de su diseño. No le brinda al público la posibilidad de interactuar con el sistema, por ello sólo está justificado cuando se quiere que el lector siga un camino fijo y guiado evitando distracciones ante la posibilidad de hacer enlaces con otras páginas.

El esquema lineal permite que se revise la información de manera similar a la lectura de un documento impreso, de tal forma que al leer una página se puede decidir si se pasa a la próxima o se regresa a la anterior para poder aclarar algún tipo de duda. Un ejemplo de esta clase de estructura está en los tutoriales dictados en Internet y los tours de visitas guiadas a organizaciones, museos, etc.

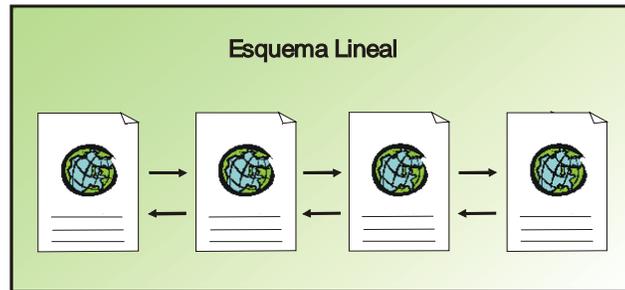


Figura N° 1: Esquema lineal
(Oronel et al., 1999. Adaptación personal)

3.3.1.2.- Esquema jerárquico:

Implica la estructuración de los contenidos según los distintos niveles de importancia que el diseñador le otorga a la data utilizada, usualmente el criterio indica iniciar con lo general para luego ir a lo particular.

El diseño va acompañado por íconos y enlaces que le permiten al usuario acceder a la información según los diversos grados de profundidad en que se subdivide. Este tipo de estructura está compuesta por una página principal o 'Home Page', que conduce al internauta a los subtemas que conforman el sitio.

La desventaja de esta clase de organización está en que el público se pierde a medida que ahonda en cada tema, además de que no se pueden hacer cambios entre los subtemas que se encuentren en el mismo nivel de jerarquía pues para avanzar necesariamente se debe retornar al 'home'.

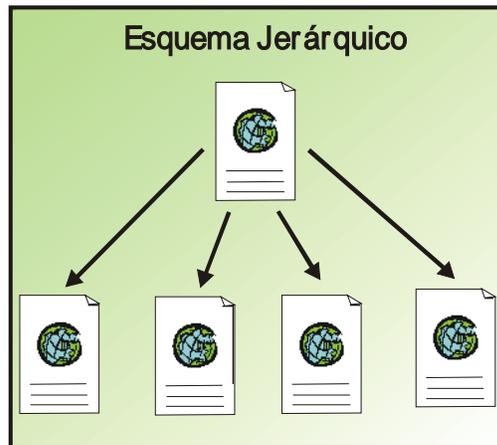


Figura N° 2: Esquema jerárquico
(Mok, 1998. Adaptación personal)

3.3.1.3.- Esquema en red o reticular:

En esta estructura, aparentemente no existe una organización previa del material, pues para su realización su creador parte de la premisa de que es el usuario el que deberá otorgarle mayor o menor importancia a la información dependiendo de sus necesidades específicas. El diseño básico es jerárquico pero posee uno en paralelo que es hipertextual.

El modelo de red es sumamente libre, de allí el peligro que se corre, pues si el usuario no se encuentra bien informado sobre su ubicación dentro del sitio web, puede perderse o no llegar a encontrar la información que está buscando. La utilización de este esquema generalmente se realiza asociando el sitio a una estructura previamente conocida por el usuario, para evitarle molestias a la hora de la navegación.

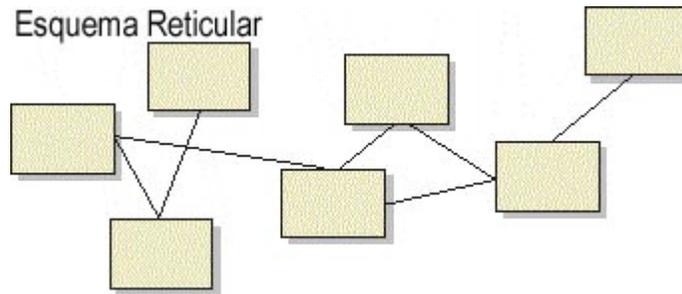


Figura N° 3: Esquema reticular
(Mok, 1998)

3.3.1.4.- Esquema paralelo:

El esquema de distribución de la información es similar al lineal, pero brinda la posibilidad de acceder a otras estructuras lineales superpuestas. “Permite visualizar en una misma pantalla y al mismo tiempo, diversas informaciones creadas en diferentes medios” (Castillo & Pereira, 1998 en Oronel et al., 1999).

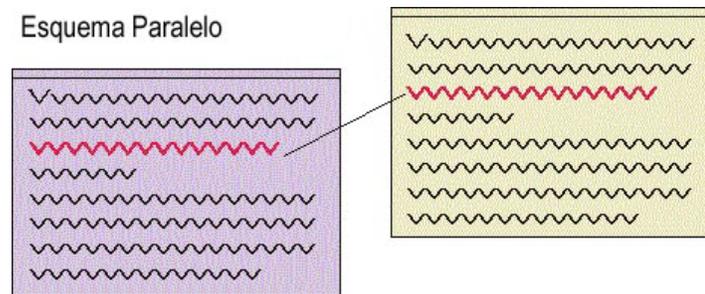


Figura N° 4: Esquema paralelo
(Mok, 1998)

3.3.1.5.- Esquema matriz:

Debido a que Mok (1998) menciona modelos de organización de la información que no sólo son aplicables al World Wide Web, al hacer mención del esquema matriz, se refiere básicamente a la utilización de diagramas o tablas comparativas donde cada unidad de información es capaz de suministrar datos por sí sola, además, de que al formar parte de un todo completa los conocimientos generales que el autor desea difundir.

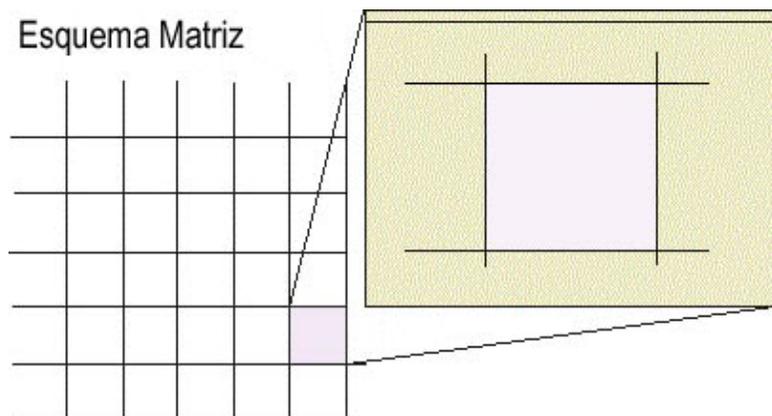


Figura N° 5: Esquema matriz
(Mok, 1998)

Sin embargo, en la actualidad el concepto del esquema matriz ha evolucionado hasta llegar a ceñirse estrictamente a las necesidades de la red, es por ello que hoy en día implica la visualización de un espacio seleccionado en pantallas adicionales que evitan romper con la cadena de revisión de data que el usuario ha venido realizando a lo largo de su experiencia de navegación (Franco, comunicación personal, 7 de enero, 2002).

Este tipo de esquema resulta ideal para que el usuario del sitio web ahonde en cada tema a su gusto, pero manteniendo una cierta organización del material revisado.

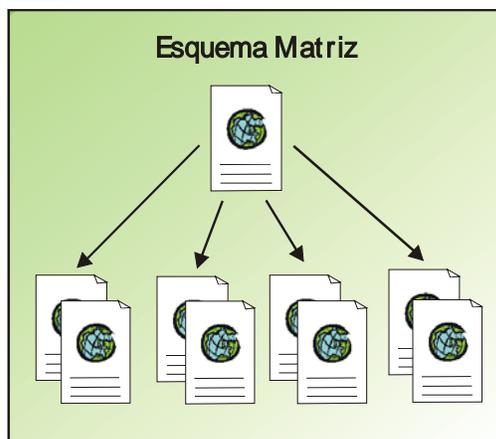


Figura N° 6: Esquema Matriz

(Franco, comunicación personal, 7 de enero, 2002)

Este modelo establece una organización jerárquica de la información, sin embargo, cada subsección está dotada de pantallas alternas que se despliegan cada vez que el usuario desea profundizar en algún aspecto determinado. Cuando siente que ha finalizado su proceso de adquisición de conocimientos en esa área, simplemente cierra la ventana. El esquema matriz se justifica cuando se desea hacer mención a temas complejos que requieren de conocimientos de diversa índole.

3.3.1.6.- Esquema de superposición:

Este tipo de estructura es utilizada cuando se desea que una serie de datos transmitan información individualmente o formando parte de un

conjunto, según los intereses particulares del usuario y dependiendo del tipo de conocimiento a difundir.



Figura N° 7: Esquema de superposición
(Mok, 1998. Adaptación personal)

3.3.1.7.- Esquema de zoom espacial:

En este modelo se presentan pantallas que contienen determinado tipo de información, generalmente gráficos e imágenes. Los detalles de estos recursos visuales pueden ser observados con mayor amplitud y detenimiento por los usuarios según sus necesidades específicas.

El creador de la página web estructura la información de tal manera que el internauta, intuitivamente y por medio de algunas herramientas de

diseño, pueda saber con exactitud cuáles son las representaciones gráficas en las que puede profundizar.

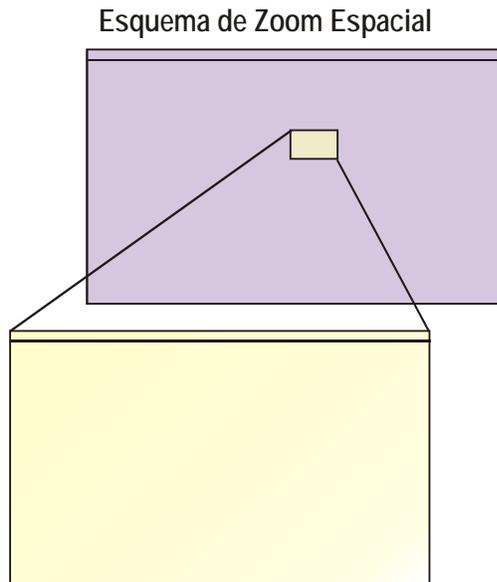


Figura N° 8: Esquema de zoom espacial
(Mok, 1998)

Adicionalmente, Sarah Horton y Patrick Lynch (1999) hacen referencia a otro modelo para organizar la información a ser publicada en la red:

3.3.1.8.- Esquema de jerarquía ampliada:

Modelo híbrido de la estructura jerárquica y la lineal. Los temas están organizados de manera jerárquica, pero se puede seguir la estructura lineal para acceder a todo el contenido del sitio mediante las ramificaciones existentes entre las subsecciones.

La ventaja de este esquema radica en la posibilidad que posee el usuario de rectificar y retornar a la página principal cuando perciba que sus necesidades informativas se modificaron; además, este modelo le evita al internauta tener que dar el paso intermedio de retorno a la página de inicio para poder dirigirse al siguiente aspecto.

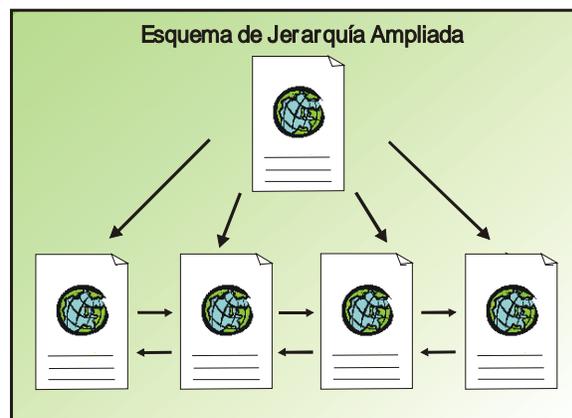


Figura N° 9: Esquema de jerarquía ampliada
(Horton & Lynch, 1999. Adaptación personal)

Robin Williams (2001) en su libro *Web Design Workshop*, simplifica los modelos de estructuración de la información para sitios web a sólo dos:

- Modelo Piramidal: emplea los mismos principios del esquema jerárquico.
- Modelo de estrella: en el cual la información general se encuentra ubicada cerca del centro y a medida que el usuario se va desplazando hacia fuera, los datos comienzan a ser mucho más específicos.

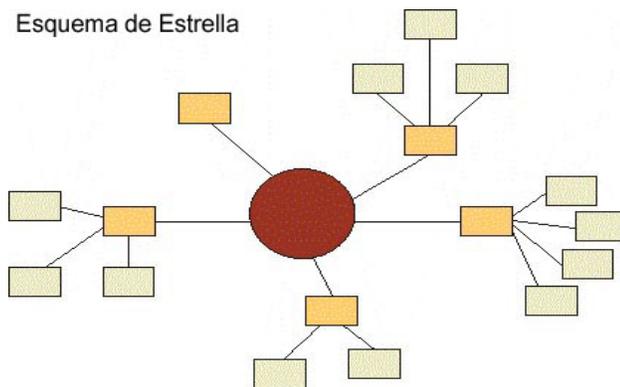


Figura N° 10: Esquema de estrella
(Williams, Tollett & Rohr, 2001)

Lynch y Horton (1999) crearon un diagrama en el que comparan los tipos de esquemas concebidos por ellos (lineal, jerárquico, rejilla y en red) según su complejidad, el tipo de narrativa utilizada y la audiencia a la cual va dirigido el sitio web:

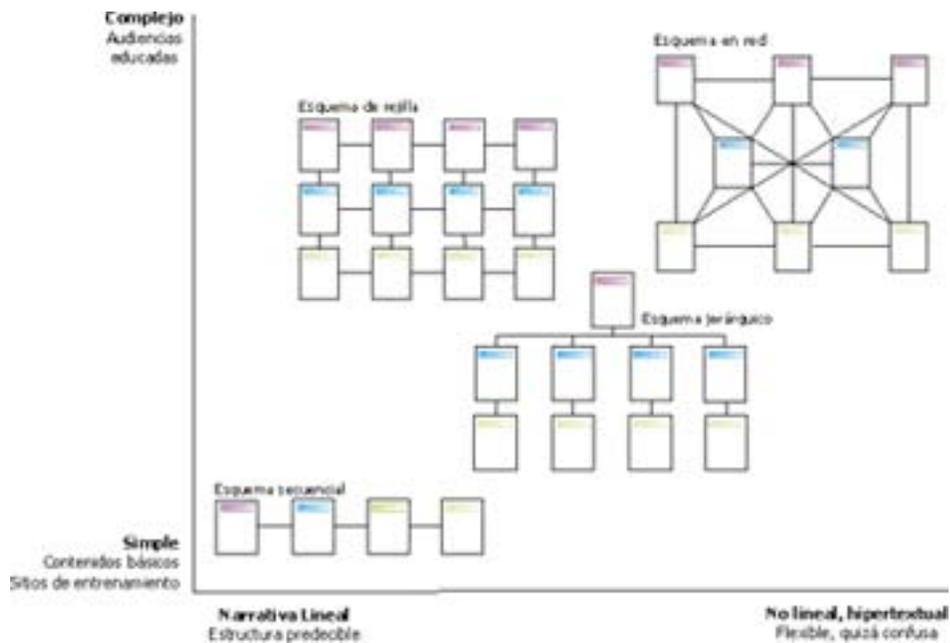


Figura N° 11: Diferentes tipos de estructura
(Horton & Lynch, 1999)

Jakob Nielsen (2000) hace referencia a la importancia que tiene para los lectores la presentación de los contenidos, debido a que de ello depende la atracción que puedan llegar a sentir por el sitio web. En relación con lo anterior, este autor ofrece tres directrices indispensables a la hora de realizar el diseño informativo:

- **Ser Sucinto:** los textos deben ser breves, comparables a no más de la mitad de la información que se publicaría en un medio impreso. Pese a la poca extensión, es fundamental que lo descrito esté dotado de una personalidad propia.
- **Escribir para que el usuario pueda encontrar las cosas:** en este aspecto se incluye tanto la adecuada organización del material, como el empleo de gráficos que ilustren la información y el uso de recursos visuales (viñetas y subencabezados) que separen bloques de texto.
- **Usar el hipertexto:** para dividir la información de considerable extensión en varias páginas, esto permite que el usuario profundice en función de sus necesidades personales.

3.3.2.- Diseño de la Identidad

“La identidad se ocupa de las acciones y cultura de una compañía, así como de su logotipo, sistema de diseño gráfico y manuales de estándares gráficos” (Mok, 1998). Sin embargo, Mok aclara que no se trata solamente de la parte visual, pues el reto actual para los diseñadores es desarrollar sistemas que se adapten y evolucionen en el tiempo dentro de un mercado globalizado.

Anteriormente, los distintos productos se promocionaban a través de los medios de comunicación masivos; sin embargo, la aparición de Internet ha posibilitado que las empresas mantengan un canal de comunicación permanente con millones de individuos alrededor del mundo, lo cual para Mok (1998) constituye un problema, debido a que cada vez se torna más compleja la evaluación de la adecuación de la identidad de un sitio web. Esta problemática ha ayudado a que el diseño de la identidad de un sitio, pasara de ser uno de los elementos a considerar, a ser una de las partes fundamentales a la hora de crear productos para la red, e inclusive para el sector multimedia.

La identidad es esencial dentro de una página web ya que permite la identificación del usuario con el sitio, propiciando el posicionamiento de ésta en el mercado, de allí que para su concepción puedan ser aplicables muchos de los conceptos empleados en el diseño de la identidad corporativa de una empresa (Degen, 2001).

El diseño de la identidad comprende tres elementos claves: el aspecto *visual*, el *icónico* y el *cromático*.

La parte visual se encuentra relacionada con el manejo de signos y códigos por parte del diseñador gráfico que lograrán darle forma al mensaje que desea transmitir la empresa (misión, visión, valores y objetivos). Castillo y Pereira (1998) hacen referencia a tres signos que componen la identidad visual:

Lingüística: “El signo lingüístico es una entidad biplana, está formado por *significante* o expresión y *significado* o contenido. (...) El significado del

signo lingüístico es el concepto o idea que evoca en la mente el significante”. (Microsoft Corporation, 2001b).

La parte lingüística viene dada por el símbolo del producto o la empresa, designación verbal conocida como logotipo, que puede ser definida como el “dibujo o símbolo gráfico adoptado por una empresa, entidad o institución para usarlo en sus productos, publicaciones, cartas, etc., como distintivo o etiqueta característica” (Microsoft Corporation, 2001c). Además, se puede añadir que “es el punto de partida de la imagen de una compañía, es normalmente la primera impresión que nos causa la compañía, (...) razón por la que el diseño es tan importante” (Mok, 1998).

El logotipo tiene la utilidad de ser “un elemento denotativo y legible mediante códigos de escritura y (...) un elemento gráfico visible” (Costa, 1993 en Castillo & Pereira, 1998). Castillo y Pereira (1998) afirman que mientras la parte gráfica debe ser legible y simple, pero a la vez visualmente estética; la parte verbal debe procurar ser breve y fácilmente pronunciable, pero al mismo tiempo debe ser sugestiva y factible de recordar con rapidez.

En cuanto al elemento icónico, consiste en el distintivo gráfico que caracteriza a la empresa. “Signo en que hay una relación de semejanza con lo representado” (Microsoft Corporation, 2001d). Según Castillo y Pereira (1998) el icono puede llegar a sustituir al logotipo si tiene un carácter suficientemente universal.

Finalmente, el aspecto cromático, está relacionado directamente con los colores utilizados en el diseño. Castillo y Pereira (1998) hacen referencia al carácter psicológico y emocional que tienen los colores a la hora de ser percibidos por los usuarios. Al respecto, Acosta (2000) menciona las

diferencias existentes en los medios impresos y electrónicos en cuanto al uso del color, lo cual se entiende no sólo por las disímiles configuraciones de las pantallas de los internautas, sino básicamente porque “el color computacional está compuesto de luz proyectada y píxeles, no de pigmentos de tinta y patrones de puntos” (Weinman & Heavin, 1997 en Acosta, 2000).

La conjunción de los tres elementos del diseño de la identidad permite que la percepción sea exitosa, lo cual abarca cuatro niveles: el nivel de percepción racional dado por el logotipo que se encarga de denotar a la empresa e informar sobre ésta; un nivel estético dado por las características del logotipo; un nivel sensorial por el impacto que los símbolos y los colores empleados producen; y un nivel de percepción subliminal por el influjo psicológico que poseen las distintas tonalidades cromáticas utilizadas (Costa, 1993 en Castillo & Pereira, 1998).

El diseño de identidad en los medios electrónicos mantiene una estrecha relación con la interfaz gráfica de usuario, cuyo rasgo esencial es la presencia de elementos icónicos que fungen de mediadores en el proceso de interacción entre el sistema y el internauta.

Para algunos autores es importante el establecimiento de “la imagen del homepage y de las páginas internas, con definiciones precisas en materia de backgrounds (fondos), fonts (tamaño, tipo, color y tratamiento tipográfico), elementos ordenadores, módulos para la composición gráfica, métrica, etc” (Ramírez, 2001). Lo ideal es que el diseño se mantenga a lo largo del sitio, presentando pocas variaciones, de esta manera la página podrá adquirir una personalidad propia (Degen, 2001).

A la hora de hablar de identidad existen dos elementos claves a considerar: look (expresión visual de la identidad) y feel (sensaciones que transmite el diseño de un sitio en el usuario). El look y el feel son fácilmente manejables en los medios impresos puesto que el preceptor puede utilizar todos sus sentidos a la hora de interactuar con el producto; sin embargo, el mantenimiento del feel se torna difícil en los medios electrónicos, ya que la experiencia interactiva se limita a sólo dos de los sentidos, vista y audición. (Mok, 1996 en Oronel et al., 1999)

Varios autores manifiestan posiciones contrapuestas en torno al tratamiento estilístico y de redacción que debe ser dado a los sitios web. Algunos, como Sarah Horton y Patrick Lynch, consideran que “la forma de desarrollarlos no tiene mucha diferencia con respecto a los medios impresos” (Horton & Lynch, 1998 en Oronel et al., 1999), razón por la cual muchos sitios web pueden ser estructurados siguiendo las reglas y orientaciones planteadas en los manuales de estilo de publicaciones impresas destacadas:

La mayoría de los conceptos utilizados para estructurar la información provienen del modo como se organizan los libros y los periódicos impresos, además del sistema de indexación de las bibliotecas y los catálogos que se han desarrollado en torno a la información impresa” (Lynch & Horton, 1998 en Oronel et al., 1999: 136).

La postura anterior se ve contrastada con la posición de otros conocedores de la materia, entre ellos Jakob Nielsen y Clement Mok. “El método habitual de hacer proyectos web a partir de las experiencias anteriores no relacionadas con la Web suele ser un fracaso. La Web es un medio nuevo, por lo que requiere un planteamiento distinto” (Nielsen, 2000). Así mismo, Mok hace mención a las características de los distintos medios de comunicación tradicionales (impresos, audiovisuales y electrónicos)

señalando que “la combinación de estos elementos crea la riqueza de este medio (Internet)” (Mok, 1998); además añade que “a medida que el medio impreso, los medios audiovisuales y el medio informático se fusionan, también lo hacen las industrias y profesiones que utilizan estos medios” (Mok, 1998).

Según Degen (2001), elaborar contenidos para la red implica conocer a profundidad las posibilidades del hipertexto como herramienta, además, es básico que el escritor se desprenda por completo de sus nociones de linealidad y comience a diseñar en función de los gustos y necesidades del usuario.

Miguel Ángel Blanco, periodista asignado a la Intranet de CANTV, afirma que “Internet es el medio de los medios” y por ello posee unas características específicas que lo diferencian del resto (Blanco, comunicación personal, 3 de mayo, 2002). Esa afirmación es avalada por la *Revista Internet World*, en su artículo *1997: Un año tras los cables de la red*, en el cual se hace referencia a la inmediatez y la capacidad de cobertura que caracteriza a los medios electrónicos, lo cual no es comparable con los medios de comunicación tradicionales; además, se añade:

No se trata de demostrar rivalidad o instintos de supremacía entre Internet y la radio, la televisión o el periodismo escrito, por citar algunos. Internet está compuesta de todos ellos, ha permitido el paso a otra dimensión de lo que supone el hecho de comunicar e informar. (Larrazábal, 1997).

3.3.3.- Diseño de interactividad

Según Clement Mok, el desarrollo de la interactividad creado por un diseñador web, se manifiesta a través de las pistas que guían las acciones

del usuario y tiene como finalidad ofrecer una respuesta determinada para cada acción específica que éste realice: “En el entorno digital, cada arte de la interacción resulta en una acción dirigida que genera respuestas cognitivas o captura un proceso que revela una acción” (Mok, 1998).

El proceso de diseño compendia todas las acciones necesarias para lograr la interactividad del medio mediante el uso de sonidos, objetos que cambian de lugar con el cursor o cualquier signo que le indique al usuario que su acción está generando una respuesta por parte del sistema. Inclusive, la emisión de mensajes de espera debe ser tomada en cuenta dentro del diseño de la interactividad, ya que el tiempo de espera del usuario antes de que comience a impacientarse es de dos segundos.

La construcción de un sitio debe contar con una Interfaz Gráfica de Usuario (GUI) efectiva, aspecto relacionado con el diseño de identidad, que incluye tanto la imagen visual como las metáforas propuestas para el desarrollo del concepto del medio.

Negroponte (1995) explica que la interfaz es un concepto que no sólo tiene que ver con el aspecto y manejo de una computadora, se encuentra muy relacionado con la creación de una personalidad, con el diseño de la inteligencia y con la construcción de máquinas capaces de reconocer las órdenes que el usuario envía.

La interfaz es el espacio donde convergen el sistema humano y el sistema de la máquina, esta conjunción les permite interactuar y favorece el establecimiento de una relación interdependiente entre ambos componentes. Según Negroponte (1995) la interfaz se relaciona con la sensación que

despierta el diseño apreciado por el usuario de un sistema computarizado, a la hora de establecer un vínculo con él.

Por su parte, las metáforas son presentaciones conceptuales gráficas que acogen y aproximan al espectador a la experiencia interactiva. La alegoría corrobora el contenido, ayuda al usuario a encontrar y contextualizar la información, es creada sobre la base de las necesidades de los usuarios y los impulsos que el diseñador intuye que poseen éstos. Es importante resaltar que las alegorías deben estar sustentadas en significados literales bien comprensibles, además de que el creador debe establecer una metáfora global -que le permita al usuario convencional encontrar las vías para acceder a la información que requiere- y metáforas diversas para los subespacios.

Respecto a la interactividad, Mok (1998) señaló 10 principios o características que toda publicación digital debe tener, éstos determinarán si una experiencia interactiva resultará provechosa para los usuarios a los que está dirigido el sitio web:

- Predictibilidad: se debe tomar en cuenta lo pensado por el diseñador en el momento en el cual estaba creando el sitio, lo esperado por el usuario del sistema y lo que constituye el producto diseñado en sí.
- Consistencia: en cuanto a las respuestas que da el sistema ante las acciones del usuario.
- Progresión: se debe estructurar todo desde lo más simple hasta lo más complejo.
- Restricciones naturales: la interfaz debe estar diseñada para que se prevengan los errores sin que el usuario se percate de ello. “Un buen

elemento de interacción tiene una construcción invisible y una interfaz gráfica de usuario eficaz” (Mok, 1998).

- Visibilidad: “Los elementos apropiados deben ser visibles y su función aparente” (Mok, 1998), es decir, el usuario debe tener acceso a todos los dispositivos que le ayudarán en su experiencia interactiva, pero además, cada uno de éstos debe poseer una función utilitaria real.
- Transparencia: es preciso darle al usuario un camino simplificado para que obtenga la información, de tal manera que éste se concentre en el contenido y no en el formato en el cual están expresados los datos o en las condiciones de navegación que posee el sitio.
- Retroalimentación: las respuestas del sistema deben ser lo más inmediatas posibles. Para cada acción del usuario debe haber una reacción del sistema.
- Modos de operación: existen tres modelos utilizados por el internauta al navegar por la red. El modo comando, relativo al manejo de lenguajes de programación, el modo manipulación, en el cual se manejan objetos dispuestos en la pantalla, y el modo grabación que representa la entrada de datos que el interesado ingresa al sistema.
- Velocidad: la interfaz debe estar diseñada para darle al público la impresión de que son ellos los que solicitan la información y no los creadores los que la colocan en ese orden para que ellos accedan más rápido a ésta.
- Adecuación: la interfaz debe adaptarse a los requerimientos del público y no a la inversa.

3.3.3.1.- Elementos para un diseño adecuado de la GUI

Pressman (1993) hizo mención a ciertos elementos que deben ser tomados en consideración para la obtención de un adecuado y eficaz diseño de la interfaz gráfica del usuario.

Modelos de diseño: Cuando se va a diseñar una Interfaz Hombre Máquina deben tenerse en cuenta cuatro modelos:

- Modelo de diseño: Creado por el Ingeniero de Software.
- Modelo de usuario: Creado por un Ingeniero de interacción o por el Ingeniero de Software.
- Modelo del usuario o Percepción del Sistema: Desarrollado por el usuario final.
- Imagen del sistema: Estructurada por quienes desarrollan el sistema.

Aspectos de diseño: Según evoluciona el diseño de una interfaz de usuario, directa o indirectamente surgen cuatro aspectos de diseño comunes:

- Tiempo de respuesta del sistema: no debe exceder de dos segundos. En caso de que esta preferencia no sea admisible, se debería crear un mensaje indicativo del tiempo de respuesta aproximado del sistema para que el usuario no se desespere cuando aguarde por los resultados de sus acciones.
- Facilidades de ayuda al usuario.
- Manejo de la información de error: esto se refiere a la creación de mensajes de alerta a los usuarios para evitar que cometan errores, pero además se incluyen mensajes que pueden ser usados para guiar

al público en caso que haya incurrido en los errores que el realizador ha querido evitar.

- Asignación de nombres a las ordenes.

Evaluación del diseño: Una vez que se ha creado una versión operativa de la interfaz, ésta debe ser evaluada para determinar si satisface las necesidades del usuario. Para ello resulta clave la realización de pruebas a los usuarios y evaluaciones técnicas a los servidores y a la página para poder comprobar su adecuado funcionamiento.

Directrices para el diseño de interfaces: el diseño de una interfaz eficaz va a depender, en gran medida, de la experiencia que posea el diseñador y de la cantidad de artículos técnicos y bibliografías que haya revisado sobre un tema específico. Al respecto Pressman (1993) sugiere tres categorías de directrices a seguir:

- Interacción: el producto debe poseer consistencia entre el tipo de data a presentar y el diseño sobre la base del cual esta presentado, ofrecer una retroalimentación positiva para con el usuario, además de buscar despertar la parte intuitiva del público al momento de interactuar con la máquina.
- Visualización: los diseñadores sólo deben mostrar aquella información que resulte relevante dentro del contexto actual, esto para evitar sobresaturar la mente del usuario, además, de utilizar el espacio visual de la forma más eficiente posible.
- Entrada de datos: el creador debe procurar minimizar, dentro de los parámetros concebidos, la entrada de datos que el usuario debe

ingresar al sistema, esto para evitar importunar al público con acciones que quizá no esté dispuesto a realizar.

Por otra parte, respecto a la interactividad, Mok (1998) señala cuatro atributos a considerar para garantizar el éxito de la interacción de un proyecto, llamados por él "Parámetros 4C":

- Control: el usuario debe sentir que está en la capacidad de controlarlo todo.
- Consistencia: en cuanto a la apariencia de los elementos.
- Contexto: la interactividad debe guardar relación con la información.
- Corroboración: la interactividad debe lograr reforzar los contenidos.

De igual manera, el usuario resulta un elemento clave en el diseño web, toda vez que no es inteligente desarrollar configuraciones del sistema para cada tipo de usuario diferente, lo ideal es que el creador de un sitio tome en cuenta el perfil del target y considere nueve principios que Mok (1998) aplica a este particular:

Camino: el recorrido del internauta por la información debe ser evidente, debido a que el hecho de que sea intuitivo implica cierto razonamiento lógico por parte del usuario, que no debería ser necesario si el sitio está bien diseñado.

Dificultad: el nivel de información presentado deberá respetar tanto la inteligencia del usuario como el grado de conocimientos que este posee. Es el internauta el que debe determinar cuál es el nivel más apropiado de información para él.

Guía: los controles que ayudarán al usuario en la navegación deberán presentarse a medida que sean requeridos, en especial cuando la complejidad del sitio o de la información aumente.

Nivel de actividad: referido a la pasividad o participación activa que el usuario requiere para acceder a los contenidos.

Tipos de medios preferibles: hay usuarios que prefieren comprender una información dada mediante gráficos, imágenes y animaciones, mientras que otros gustan más de los textos explicativos.

Circunstancias especiales: la interfaz debe estar diseñada para que todos los usuarios puedan navegar por el sitio web, sin importar sus debilidades o los factores limitantes que posean. Respecto a este particular, Jakob Nielsen (2000) profundiza en las características específicas que debe tener un sitio web pensando en las discapacidades auditivas, motrices, visuales y cognitivas que pueden llegar a tener los posibles internautas.

Modo de expresión: el sistema debe mostrarle realmente al usuario lo que le interesa observar.

Zona: pensando en un público global la interfaz debe ser modular, debido a que esto evita que los diseñadores deban modificar todo el contenido para adaptarlo a usuarios específicos; los sitios web deben contar con traducciones a idiomas diferentes y con un esquema de organización de la información por países, regiones, ciudades, etc.

Inteligencia: el sistema debería estar diseñado para aprender de sus usuarios, utilizando la información que éstos dejan en las diferentes sesiones

de ingreso al sitio, de tal manera que se pueda predecir qué deseará hacer el internauta la próxima vez que acceda a la página web.

Perfil del usuario: la interfaz debe ser diseñada tomando en cuenta las características demográficas, etnográficas y la historia personal de los usuarios; debe brindarle a éstos la posibilidad de cambiar de opinión cuando lo deseen, debe intuir cuándo es oportuno desplegar las opciones de ayuda, etc.

Por último, Mok (1998) concluye que es necesario analizar otros elementos importantes para el diseño de un medio digital: los enlaces a establecer entre los diversos tipos de contenido, la lluvia de ideas que debe realizarse antes de estructurar el producto interactivo, la verificación que debe hacerse con respecto a los avances tecnológicos, la elaboración de pruebas de los diseños, la corroboración de que el modelo seleccionado es el más adecuado para que el usuario pueda obtener la data que requiere, etc.

3.3.3.2.- Evaluación del funcionamiento del sitio web

Lo fundamental a la hora de crear el diseño de la interacción es pensar en los usuarios reales y potenciales del sitio web. Para ello, muchos autores han desarrollado conceptos que se ajustan a tal principio. Jakob Nielsen (2000) hace referencia a la usabilidad de las páginas web, como parámetro específico a evaluar para garantizar el éxito del producto realizado.

La usabilidad, de un sistema o herramienta, es una “medida de su utilidad, facilidad de uso, facilidad de aprendizaje y apreciación para una

tarea, un usuario y un contexto dado” (Mercovich, 1999). Los directivos de la empresa *Conectu*, relacionada con el comercio electrónico, el diseño web y multimedia aseguran que el manejo de este término, incluye el conocimiento de otros conceptos relacionados con el desarrollo de un sitio web:

- Utilidad
- Efectividad
- Eficiencia
- Facilidad de uso
- Capacidad de aprendizaje
- Rendimiento
- Satisfacción del usuario

Por otra parte, la empresa *Conectu* (2002) define la usabilidad como la velocidad y destreza con la cual los usuarios pueden llevar a cabo las tareas al hacer uso de la interfaz; lo anterior permite reafirmar que la estructura de organización del contenido y la interactividad del sitio web siempre deben estar diseñadas pensando en el internauta.

Mercovich (1999) hace referencia a dos métodos complementarios que permiten determinar la usabilidad de un sistema:

- Análisis o Evaluación Heurística: va más allá de la identificación de los problemas que posee un sitio web, ya que propone soluciones a implementar. Nielsen define este análisis como “nombre genérico de un grupo de métodos basados en evaluadores expertos que inspeccionan o examinan aspectos relacionados con la usabilidad de una interfaz de usuario” (Nielsen, 2001 en Mercovich, 1999). Nielsen (2000) añade que es un tipo de evaluación informal puesto que sólo

recurre a opiniones de expertos; sin embargo, se realiza sobre la base de aspectos meramente teóricos.

Algunos de los elementos analizados son la consistencia en el tipo de presentación de la información, las características que definen el proceso de interacción del usuario con el sistema, los métodos que garantizan el flujo de entrada y salida de datos al sistema, el apego a los factores ergonómicos y humanos que definen al target del sitio web, etc.

- Test de Usabilidad: demuestran dónde se encuentran ubicados los principales defectos de un sitio web, al realizarse un análisis empírico del sistema. “Es una medida concreta y objetiva de la usabilidad de una herramienta o sistema tomada a partir de usuarios verdaderos con tareas reales (Mercovich, 1999). Los test tienen diferentes escalas de aplicación dependiendo de las características y el alcance del proyecto, pero generalmente se busca aplicar el enfoque “discount usability engineering” mediante el cual se pretende obtener resultados comparables al 80%, utilizando sólo el 20% de la inversión requerida originalmente.

Un test de usabilidad comprende tres etapas diferenciadas entre sí: en primer lugar, planificación, fase que implica el desarrollo del test, la escogencia de los participantes y la preparación de las herramientas a utilizar durante la implementación de la prueba; en segundo término, la evaluación del test creado y la elaboración de la herramienta de evaluación definitiva; y por último, se realiza un análisis de los resultados obtenidos, que será la base del informe final.

3.3.4.- Metodología DADI: Definición, Arquitectura, Diseño e Implantación

Mok (1998) señala que todo proyecto, esté o no relacionado con el diseño web, requiere de un marco de acción que defina los procedimientos a seguir para su estructuración. Las fases contempladas por este autor son:

- Definición: se basa en la recolección y el análisis de la información necesaria para llevar a cabo el proyecto, de esta manera se identifican claramente los objetivos y se propicia la implementación práctica, evaluando las implicaciones del proceso (presupuesto, tiempo de elaboración, etc.). Dentro de esta fase también se incluye la realización de un estudio para determinar el público al cual va dirigido el producto, además del benchmarking, un análisis del entorno para poder contemplar las acciones de la competencia evaluando las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de la propia empresa.
- Arquitectura: consiste en la jerarquización del contenido a difundir, utilizando alguno de los modelos de organización de la información propuestos por Mok. Así mismo, dentro de esta etapa se seleccionan, según el tipo de público y el tipo de data a reseñar, los diferentes medios a emplear para complementar la información (audio, video, animaciones, dibujos, gráficos, etc.).
- Diseño: en esta fase se aplican los conceptos derivados del 'diseño de identidad'; utilizando la creatividad el proyecto adquiere la apariencia que lo va a caracterizar, para ello se elaboran una serie de metáforas visuales que dotan al producto cultural de una personalidad propia. Antes de finalizar el diseño se pueden realizar varias pruebas para determinar la percepción de los futuros usuarios.

- Implantación: en esta etapa se realizan todas las evaluaciones de usabilidad del sistema para verificar si, además de visualmente atractivo, resulta funcional.

3.3.5.- Portales de información

A la hora de diseñar para la red es fundamental conocer a profundidad las características de la audiencia meta a la cual está dirigido el sitio, toda vez que el correcto análisis de sus intereses y necesidades, favorece la construcción de productos interactivos de calidad.

Hay sitios web que no sólo se limitan a presentar una determinada información de interés para una público objetivo, sino que están diseñados para ofrecer a los usuarios todas las ventajas de Internet, desde cuartos de chat, foros y correo electrónico, hasta las últimas noticias del día, pasando por los links más relevantes en función de los requerimientos informativos de los potenciales visitantes.

Gilberto Reyes, Webmaster de *Americandominios*, una empresa colombiana dedicada al diseño web, hace referencia a los elementos principales que caracterizan un portal informativo:

(...) un portal es básicamente la 'portada' de un grupo de Web Sites individuales que comparten la temática de su contenido, resumiendo la más relevante información de cada uno de éstos y permitiendo tener un panorama global (...). Al mismo tiempo, el portal funciona como trampolín hacia cada sitio en particular, permitiendo al usuario, si así lo desea, acceder a un caudal de información mucho más amplio y detallado. (Reyes, comunicación personal, 9 de julio, 2002).

Por su parte, Degen (2001) agrega que los portales constituyen la máxima expresión de la red, puesto que “derriban las barreras entre una función y otra y concentran todo en un mismo sitio”.

Los portales de información cuentan con ciertas ventajas que los benefician frente a las páginas web convencionales, entre ellas:

- Están orientados a un público específico, por ello tratan temáticas dirigidas especialmente a su target, brindando un servicio mucho más personalizado.
- Le permiten al usuario saber de antemano qué tipo de información puede ser ubicada en el portal, esto le ahorra tiempo y dinero invertido por costos de conexión.
- Al brindar servicios informativos (noticias, artículos de expertos en diversas áreas, etc.) y de entretenimiento (chat, foros, juegos, etc.), le permiten al internauta divertirse a la hora de acceder a la información que requiere.

No obstante, el diseño de portales de información plantea numerosos riesgos, que de no ser manejados correctamente pueden ocasionar la pérdida de interés por parte de los usuarios. Degen (2001) advierte los siguientes peligros:

- Es común que los portales surjan de un sitio web que inicialmente prestaba un servicio puntual; al ir adicionando páginas, se puede descuidar el cumplimiento de la función que en un primer momento atrajo a los usuarios al sitio.

- La intención de brindarle al internauta respuestas efectivas a la mayor parte de sus necesidades, puede desviarse a tal punto que se produzca una sobresaturación de las páginas, repletas de textos, imágenes, gráficos, animaciones, links, etc.
- El riesgo descrito anteriormente muy probablemente ocasionará la pérdida de interés por parte de los usuarios, debido a que los sitios sobrecargados de datos se tornan muy pesados y lentos a la hora de ser descargados al disco de la computadora, situación que se agrava cuando los servidores poseen un tiempo de respuesta tardío, lo cual se traduce en una larga espera para aquellos internautas que poseen una velocidad de conexión menor a 56K y/o una memoria RAM insuficiente.
- Por último, hay que tomar en cuenta la diferencia entre un sitio web personalizado pero que le permite ciertas libertades al usuario y otro que se torne tan específico que deje de lado temas de interés para los internautas, en su afán por apegarse al perfil analizado del tipo de público objetivo.

Es fundamental que se prevea que ciertas inclinaciones y necesidades de los clientes no se encuentran descritas en los estudios de mercado realizados previamente, en función de eso se deberán habilitar algunas opciones para darle libertad y ritmo al desempeño del visitante dentro del portal.

3.3.6.- Elementos prácticos para el desarrollo de sitios web

Para el diseño y la publicación de un sitio web se requieren una serie de conocimientos básicos sobre el hardware que posee la computadora en la

cual se va a llevar a cabo el proceso de creación, además de la disposición de ciertos software necesarios para elaborar los distintos elementos con los que va a contar el sitio. De igual manera, es importante seleccionar el nombre de dominio más adecuado para el sitio y el tipo de servidor más acorde con los objetivos planteados.

3.3.6.1.- Software y hardware:

Para desarrollar un sitio web de calidad se requieren ciertas condiciones mínimas que deben ser atendidas para evitar que el producto final no posea la calidad deseada. Tanto las características del hardware como de los software utilizados van a depender del tipo de equipo con el que se cuente, es decir, las PC y las MAC poseen ciertas diferencias que determinan las necesidades de diseñador web.

Reyes (comunicación personal, 9 de julio, 2002), señala que en el caso de las PC, los avances tecnológicos actuales obligan a utilizar como mínimo máquinas Pentium III, de 700 a 1000Mhz, con más de 128mb de memoria RAM, un disco duro libre de más de 50Mb, tarjeta de video de 16 MB, una pantalla de al menos 17”, conexión a Internet con un módem de más de 56K, además de unidades de disquete y CD-ROM. Así mismo, añade que para mejorar la calidad de los productos desarrollados, se debe tener acceso a ciertos accesorios adicionales como Escáner, Cámara Digital, disco Zip y quemadora de CD.

En el caso de las MAC, Reinaldo Aguilera, Webmaster de la Cámara Venezolana de la Construcción y empresas afines, señala que se debe contar con un procesador Power MAC G3 o superior, de más de 400Mhz, 256MB de memoria SDRAM, un disco duro libre de más de 60Mb, tarjeta de

video de 16MB, un monitor de al menos 17" y un fax módem de 56K. Así mismo, señala que son indispensables las unidades de disco Zip y CD-ROM, ya que en el caso de las MAC son más comunes que las unidades de disquete, un Escáner y una Cámara Digital, asegurándose de que la computadora posea su correspondiente puerto USB para poder conectar los accesorios y transmitir los datos correctamente (Aguilera, comunicación personal, 20 de mayo, 2002).

En relación con los software utilizados para el diseño web, los paquetes más comunes son creados por *Macromedia*, *Adobe* y *Microsoft*. Los distintos programas son requeridos para la realización de ediciones digitales de fotografías e imágenes, la construcción de gráficos y figuras en 2D y 3D, el desarrollo de animaciones, bases de datos y el montaje del sitio web en general.

3.3.6.1.1.- Desarrollo del sitio web⁵:

Lora (2001) señala que los editores web antiguos eran sumamente complicados de manejar y requerían de la intervención de expertos conocedores de lenguajes de programación como el HTML y el Java, actualmente, para beneficio de los diseñadores web, han surgido editores que permiten el desarrollo de páginas aunque se cuente con conocimientos mínimos en el área de programación. Entre ellos los más conocidos son:

⁵ La información dispuesta en esta parte del capítulo fue extraída en su totalidad de los sitios web oficiales de las empresas *Microsoft*, *Macromedia* y *Adobe*, distribuidoras de los software descritos.

FrontPage: aplicación de *Microsoft* distribuida con el paquete de programas Office, definida por sus creadores como una “completa solución de administración y contenido Web que proporciona a sus usuarios, desde el principiante hasta el experto, todo lo que necesitan para crear exactamente el sitio web que desean, controlarlo y administrarlo de forma confiable” (Microsoft, 2002).

FrontPage ofrece a sus usuarios diversas opciones bajo una interfaz de trabajo muy similar a la del resto de los productos de *Microsoft*, hecho que facilita la rápida adaptación al uso del software. Además, este programa permite agregar contenido dinámico a las páginas web desarrolladas mediante la inclusión de galerías fotográficas, el uso de las herramientas de dibujo, la generación automática de contenido web actualizado facilitado por los sitios *Microsoft MSN*, *MSNBC*, *Expedia* y *bCentral*.

Por otra parte, *FrontPage* permite la creación de páginas personalizadas según los requerimientos del target específico al cual esté dirigido el sitio web, logradas mediante el manejo de encuestas dinámicas en línea y la administración de foros de discusión, para ello no es necesario que el diseñador posea conocimientos de programación pues el software se encarga de generar los códigos. De igual manera, esta aplicación facilita las tareas de los usuarios a través de la activación de comandos de reconocimiento de voz y de escritura para la ejecución de tareas diversas.

FrontPage no funciona sobre el sistema operativo *Macintosh* y para su instalación en las PC se requiere de un Procesador Intel Pentium III, con sistema operativo Microsoft Windows 98, 128 MB de memoria RAM y 165 MB de espacio libre en el disco duro. Adicionalmente, para una utilización

óptima del programa se recomienda el uso de un monitor Súper VGA configurado a 800 x 600 con 256 colores.

Dreamweaver: inicialmente fue una aplicación empleada para la creación de sitios web que requería del trabajo conjunto con otros software; actualmente, la versión *Macromedia Dreamweaver MX* ofrece herramientas visuales de diseño, elementos para el desarrollo rápido de sitios web y un amplio soporte para la edición de los lenguajes de programación empleados, esto se logró mediante la integración de las características más resaltantes del *Dreamwaver UltraDev* y el *Macromedia HomeSite*.

Algunas de las cualidades de este software son:

- Integración con otros programas para la optimización del diseño web, entre ellos *Flash* y *Fireworks*.
- Creación de composiciones de calidad profesional mediante el empleo de formularios, plantillas accesibles y funciones de *JavaScript*.
- Desarrollo de aplicaciones de Internet comunes utilizando bibliotecas de código y formularios que permiten la inserción de bases de datos.
- Visualización simultánea de una ventana de diseño y otra de códigos de programación, permitiendo el control absoluto sobre el producto diseñado.

Para la instalación del *Dreamweaver MX* se requiere de un procesador Intel Pentium II de más de 300 MHz y del sistema operativo Windows 98 SE, en el caso de las PC; mientras que para las *Macintosh* se necesita un procesador Power MAC G3 con sistema MAC OS 9.1, además del MAC OS Runtime for Java (MRJ) 2.2. Para ambas plataformas se debe contar con 128

MB de memoria RAM, 275 MB de espacio libre en disco duro y una pantalla de 256 colores con resolución mínima de 800 x 600.

Web Easy Millennium: afianzada en la idea de sencillez y calidad del producto, la empresa *Ixla* desarrolló esta aplicación que permite la creación tanto de páginas web personales, como complejos portales de información.

Este software ofrece varios atributos, entre ellos la disposición de una completa guía de ayuda para usuarios principiantes, facilitándoles el diseño del sitio; el acceso a una interfaz gráfica de usuario sencilla; la incorporación de herramientas para la captura directa de imágenes desde dispositivos externos como escáneres y cámaras fotográficas y de video digital; la conversión automática de las ilustraciones a formatos adecuados para la red como JPG y GIF; la utilización de hasta cincuenta mil elementos predeterminados por el sistema listos para ser utilizados, entre ellos fotografías, animaciones y fondos; y facilidades para la administración y mantenimiento de sitios web una vez colocados en la red.

Web Easy Millennium sólo está disponible para Windows, para su instalación se requiere como mínimo de un microprocesador Pentium, sistema operativo Windows 95, 32 MB de memoria RAM y espacio disponible en disco duro de 100 MB.

Existen algunos software de menor uso que son empleados para el diseño web como el *Namo Web Editor*, de fácil manejo, soporta páginas simples creadas tanto en *Microsoft Word*, como las más complejas que utilizan lenguaje XML, permite la activación de sistemas de autocorrección, dispone de la inserción rápida de códigos y ofrece guías y cuadrículas de diseño; sin embargo, el software carece de opciones para la óptima gestión

del sitio web una vez desarrollado. Por otra parte, *Netscape Composer*, incluido dentro del paquete *Netscape Communicator 4.0*, es utilizado como un sencillo editor HTML, funciona como un procesador de texto pero permite la inclusión de imágenes, tablas y líneas, y la adición de enlaces con otras páginas o entre palabras de un mismo documento web, pero no existe la posibilidad de insertar sonido o video a menos que se utilice algún lenguaje de programación.

3.3.6.1.2.- Edición de imágenes:

Photoshop: este software desarrollado por *Adobe* es empleado comúnmente por diseñadores gráficos y publicitarios para el retoque fotográfico; sin embargo, ofrece una gama diversa de herramientas para la compresión de imágenes y la inclusión de efectos adicionales en ellas. Así mismo, permite el manejo vectorial de textos, el empleo de capas y la exportación de archivos a ser utilizados en otras aplicaciones.

Entre las opciones ofrecidas están la posibilidad de personalizar herramientas y guardarlas para usos posteriores, la deformación y distorsión leve de imágenes, la utilización de notas escritas o comentarios sonoros para indicar la necesidad de revisar o corregir archivos posteriormente, el trabajo conjunto con otras aplicaciones de *Adobe* y el flujo de trabajo uniforme entre las plataformas *Macintosh* y *Windows*.

La importancia de *Photoshop* en el diseño web radica tanto en la diversidad de opciones a emplear para la edición de imágenes, como en la posibilidad de disminuir el peso de los archivos al facilitar la conversión entre formatos.

En relación con los requerimientos mínimos para poder utilizar el programa, en el caso de *Windows* debe contarse con un Procesador Intel Pentium II de mínimo 300 MHz y sistema operativo *Microsoft Windows 98*; para las *Macintosh* se requiere un Power PC con sistema MAC OS 8.5. Para ambas plataformas se necesitan 64 MB de memoria RAM, 125 MB de espacio libre en el disco duro, un monitor con resolución de 800 x 600 y tarjeta de video de 8 bits.

Fireworks: programa creado exclusivamente para el diseño gráfico web, distribuido por *Macromedia* en conjunción con los productos *Flash* y *Dreamweaver*.

Fireworks ofrece varios atributos a los usuarios, entre ellos destacan:

- Edición de vectores y mapas de bits.
- La posibilidad de exportar rápidamente a formatos de archivo y estilos HTML admitidos.
- Utilización de asistente para gráficos y tablas.
- Facilidad para editar imágenes y composiciones creadas en *Photoshop* sin perder las propiedades de capas, máscaras y textos.
- Creación y ejecución de comandos complejos para ampliar y automatizar el manejo del software.
- Edición y actualización de imágenes y HTML, propiciando el trabajo interconectado con *Dreamweaver* y *Flash*.

El sitio web en español de la empresa *Macromedia* señala que los principales atributos del programa están en que es *fácil* de usar, puesto que se trabaja en un entorno simplificado obteniendo resultados sofisticados,

potente, debido a que dispone de todas las herramientas profesionales necesarias para el diseño web, y *abierto*, porque posee un amplio soporte que facilita la compatibilidad con la mayoría de los formatos de gráficos y editores de HTML disponibles en el mercado.

En cuanto a los requerimientos básicos, el usuario debe contar con un Procesador Intel Pentium II de 300 MHz y Windows 98 SE, en el caso de PC; para los que disponen de una *Macintosh* se requiere un Procesador Power MAC G3 con un sistema operativo OS 9.1. Para ambos tipos de plataformas se necesita un mínimo de 64 MB de memoria RAM, 80 MB de espacio disponible en disco, una pantalla a color de 800 x 600 de 8 bits (256 colores), además de la instalación previa del software *Adobe Type Manager Versión 4* o superior, para el manejo de diversas fuentes de texto.

3.3.6.1.3.- Construcción de grafismos bidimensionales y tridimensionales:

Illustrator: creado por *Adobe*, es un programa para generar gráficos vectoriales utilizados tanto en el diseño gráfico de medios impresos, como en la generación de imágenes para productos electrónicos.

En su última versión, *Illustrator 10* ofrece avances como las herramientas dinámicas de distorsión, el desarrollo de gráficos dinámicos, el empleo de capas para disponer objetos y la ventaja de exportar documentos para diseñar páginas web o para hacer animaciones en Flash.

La instalación de *Illustrator* supone los siguientes requerimientos mínimos: procesador Intel Pentium II y sistema operativo Microsoft Windows 98, en el caso de PC; y un Power PC G3 con sistema operativo MAC OS a partir de la versión 9.1, para las *Macintosh*. Adicionalmente para ambas

plataformas se necesitan 128 MB de memoria RAM y 180 MB de espacio disponible en disco para que el usuario se desenvuelva sin problemas al trabajar con las aplicaciones.

FreeHand: programa creado por *Macromedia* para la realización de ilustraciones basadas en el manejo de vectores, utilizadas tanto en medios impresos como en el diseño de páginas web.

FreeHand ofrece a los diseñadores la posibilidad de importar archivos de *Photoshop*, el manejo de códigos HTML y la utilización de fondos extraídos de *Flash*, sin perder las propiedades de animación desarrolladas previamente. Así mismo, la paleta de colores de la cual se dispone y sus múltiples opciones adaptadas a los estándares industriales, convierten a esta aplicación en una herramienta fundamental para el trabajo profesional.

En cuanto a los requisitos del sistema, son similares a los utilizados para la instalación de *Fireworks*, con la diferencia de que 32 MB de RAM y 70 MB de espacio libre en disco son suficientes para trabajar en la aplicación.

Adicionalmente, existen software utilizados en menor escala, entre ellos el más relevante es *CAD*, creado para la elaboración de diseños complejos a través del manejo de ficheros de dibujo vectorial. *CAD* posee opciones para el empleo de capas y transparencias, además es conocido por su compatibilidad con programas como *FreeHand* y *Corel Draw*, hecho que posibilita la reedición de las ilustraciones creadas.

3.3.6.1.4.- Animaciones:

Flash: herramienta avanzada diseñada por *Macromedia* para desarrollar animaciones Web. Sus creadores la describen como una aplicación sencilla en cuanto al uso, pero potente en relación con los resultados obtenidos.

Las ventajas ofrecidas son diversas, entre ellas resaltan:

- Utilización de videos, aplicaciones multimedia y desarrollo de aplicaciones dinámicas.
- Generación de archivos de peso reducido, facilitando su descarga en línea.
- Inclusión de transparencias.
- Mayor control en la transformación de los elementos a ser animados, proceso mejor conocido como *Morphing*.
- Disposición de una mayor cantidad de herramientas que facilitan el desarrollo de diseños interactivos más atractivos para los usuarios.
- Completa integración con *Macromedia Fireworks*, lo cual facilita la exportación e importación de archivos.

En el caso de las PC, los requisitos para la instalación de Flash MX incluyen la utilización de un procesador Intel Pentium superior a 200 MHz con sistema operativo Windows 98 SE; mientras que para las *Macintosh* se necesita un procesador G3 con sistema MAC OS 9.1. En ambos casos es recomendable disponer de 64 MB de memoria RAM, 85 MB de espacio libre en el disco duro y un monitor configurado a 1024 x 768 con una tarjeta de video de 16 bits. Adicionalmente, debe procurarse la instalación de los controladores de video más recientes para el tipo de tarjeta de video de la

cual dispone el usuario del software para facilitar la adecuada ejecución y visualización de las tareas realizadas.

LiveMotion 2.0: competencia directa de *Flash*, este software creado por Adobe permite la creación de elementos dinámicos e interactivos en formatos variados, incluyendo *Macromedia Flash* y *QuickTime*; así mismo, su “compatibilidad con *ActionScript*, junto con las herramientas de diseño, codificación y depuración, permite crear contenidos animados y versátiles para Web y otros medios” (Adobe, 2002).

Algunas de las características más resaltantes de este software son:

- Integración absoluta con otras herramientas de Adobe útiles en el diseño web, entre ellas *Photoshop*, *GoLive* y *After Effects*.
- Inclusión de herramientas más intuitivas pero de mayor alcance, permitiendo una reducción sustancial en los tiempos de producción.
- Manejo profesional de las capacidades de codificación, para incrementar la eficiencia en la labor sin complicar el flujo de trabajo o la visualización del diseño.
- Conversión de archivos realizados en *Photoshop* e *Illustrator* en objetos listos para ser animados, manteniendo la posibilidad de reedición en sus aplicaciones de origen.

Para la instalación del software los requerimientos son similares a los descritos para el *Illustrator* tanto en *Macintosh* como en PC; sin embargo, resultan suficientes 50 MB de espacio disponible en el disco duro.

Los vertiginosos cambios en la tecnología modifican diariamente las tendencias de los medios electrónicos. Un procesador y un programa

adquiridos hoy, mañana serán parte de la historia pues constantemente se introducen innovaciones para optimizar los beneficios de las herramientas utilizadas, en una perenne carrera contra el tiempo para lograr adaptarse mejor a los requerimientos de los clientes. Sin embargo, en cuanto al diseño web, la importancia radica en el contenido más que en cualquier otro elemento, debido a que los equipos pueden ser repotenciados cada cierto tiempo y los software antiguos mantienen cierta vigencia porque es posible que coexistan con los nuevos.

Jakob Nielsen (2000) utiliza la expresión “los datos nunca mueren” para complementar las afirmaciones anteriores, pues para él la información plasmada en las páginas web debe tener un ciclo de vida mayor al del hardware y el software utilizado para el diseño web. Así mismo, este autor agrega que “aunque la mayoría de los usuarios vayan a páginas nuevas, las páginas antiguas siguen siendo del interés de algunos usuarios” (Nielsen, 2000).

3.3.6.2.- Selección del nombre de dominio y del servidor web:

El Servidor de Dominio, conocido por sus siglas en inglés DNS (Domain Name Server), es el encargado de “traducir la dirección que enviamos con formato texto, en una dirección IP” (Lora, 2001). La elección del nombre de dominio de una página web es un factor fundamental, puesto que aunque no es propiamente un elemento que tenga relación con la interfaz gráfica de usuario, se ha convertido con el tiempo en un elemento de diseño (Nielsen, 2000).

Con el auge de las páginas web y el bombardeo informativo diario, resulta poco factible que los usuarios logren recordar nombres de dominios

largos o complejos, la idea es utilizar un nombre que genere poder de recordación en la mente de los consumidores potenciales, puesto que “si los usuarios pueden recordar el nombre de un dominio, al menos podrán llegar a la página de inicio” (Nielsen, 2000).

Luego de que un internauta ubique la página principal de un sitio, sólo el buen diseño y estructura del mismo garantizará su navegación.

Nielsen (2000) recomienda tres opciones para la creación del nombre de dominio:

- Ejecución conjunta de las palabras claves: esto permitirá formar una nueva “palabra de Internet” que logre posicionarse en la mente de los usuarios.
- Utilización de abreviaturas: constituye una alternativa válida para agrupar dos o tres palabras que juntas serían difíciles de recordar o de compleja escritura.
- Empleo de guiones: este elemento queda prácticamente descartado por Nielsen, debido a que es común que se preste a confusión o sea olvidado por el internauta, hechos que pueden generar problemas de usabilidad.

Por otra parte, existe una interrelación evidente entre el nombre de dominio y el tipo de servidor seleccionado para hospedarlo. Un servidor web es aquel que se encarga de prestar el servicio de almacenamiento, acceso y mantenimiento de los archivos y documentos que conforman un sitio web. Lora (2001) señala que las compañías o particulares que poseen una página web deben escoger entre la adquisición de un dominio propio o el alquiler de un dominio proporcionado por una compañía adicional.

El alquiler de un espacio en un servidor es menos costoso, pero debe tomarse en cuenta si existe la posibilidad de utilizar un nombre de dominio propio o si se debe emplear el subdominio de la empresa. En el primer caso no se ve afectado el URL al cambiar de proveedor, pero en el segundo de los casos, cambiar de servidor implica perder el nombre de dominio. En contraste con lo anterior, la adquisición de un dominio propio puede ser costosa pero garantiza la utilización de un espacio en disco extenso (hospedaje dedicado) y la selección del nombre de dominio que más convenga a los intereses de los creadores, favoreciendo el posicionamiento y la recordación por parte de los internautas.

El tipo de servidor también influye en los tiempos de respuesta del sistema y en el espacio en disco que le sea suministrado a los creadores de la página. En el primero de los casos, los usuarios que intenten ingresar a una página y no logren llevar a cabo su tarea en el tiempo estimado inmediatamente juzgarán que el sitio no es bueno, sin detenerse a pensar que el servidor es lo que está impidiendo un rápido acceso a la página. Los servidores deben ser electos tomando en cuenta el tipo de público al cual va dirigido el producto, las intenciones u objetivos de éste y la disposición económica que posean los creadores o diseñadores del sitio web.

En cuanto a la variable financiera, existen servidores gratuitos, entre ellos *CANTV* a través de *'Mi Página'*, *Geocities* y *Fortunecity*; pero hay algunos cuyos costos varían dependiendo del espacio en disco suministrado y de los beneficios adicionales ofrecidos. Además, existen servidores mixtos que han surgido para satisfacer tanto a los clientes que no están dispuestos a cancelar por los servicios ofrecidos, como a los que desean obtener mejores garantías a cambio de un pago considerable, entre ellos se encuentran *Hypermart* y *Brinkster*. Los pagos pueden ser cancelados en una

cuota anual o en varias cuotas mensuales a juicio del interesado, oscilando a partir de los \$20.

En este aparte existe un concepto que debe ser manejado a profundidad: el Localizador Uniforme de Recursos, mejor conocido por sus siglas en inglés, Uniform Resource Locator (URL), considerado como “una dirección especial usada por los navegadores web, para tener acceso a información en Internet (...), especifica el ordenador en que se hospeda, el directorio y el nombre del fichero” (Lora, 2001).

Los URL deben ser diseñados de la manera más simple posible, no deben contener palabras rebuscadas cuya escritura sea poco familiar para la mayoría de los usuarios, así mismo, Nielsen (2000) recomienda evitar el uso de caracteres especiales y la mezcla de letras en mayúsculas y minúsculas pues estos elementos son de difícil recordación para gran parte de los internautas.

3.3.6.3.- Proceso de actualización de sitios web:

Dependiendo del tipo y de la velocidad de cambio de la data manejada para el desarrollo de un sitio web, se determinan los requerimientos de actualización de la página. Sin embargo, aunque se realicen actualizaciones prácticamente en tiempo real para un periódico en línea, las informaciones deben permanecer ubicables para el conjunto de usuarios que en un futuro pueda llegar a necesitarlas. A este respecto, algunos autores han expresado que “tanto el contenido de un sitio web, como el sitio en sí, deben mantenerse indefinidamente en línea” (Degen, 2001).

Nielsen (1998) señala que las páginas web que son colocadas en línea no deben ser sacadas de la red puesto que pueden existir hipervínculos en otros sitios web que estén direccionados hacia esta página, por lo cual su desaparición podría generar mensajes de error o el acceso a una página que contenga informaciones totalmente distintas a las solicitadas (Nielsen, 1998 en Degen, 2001).

Pese a lo anterior, Nielsen (1998) recomienda que las páginas que caduquen deben ser vinculadas hacia nuevos sitios que contengan datos complementarios o relacionados, lo cual le brinda al usuario la posibilidad de ampliar su visión general sobre un tema específico. A este respecto resultan útiles los archivos que poseen muchos sitios web en los cuales se almacenan artículos viejos publicados, que a su vez están enlazados con todas aquellas páginas nuevas con las cuales guardan algún tipo de relación.

El proceso de actualización de un sitio web es importante puesto que los visitantes asiduos a un sitio tienden a dejar de transitar por él cuando la información que suministra no es modificada con cierta regularidad, no sólo por la sensación de desatención que visualmente le produce, sino por la pérdida de credibilidad en los creadores del sitio web (Degen, 2001).

A este respecto, Lynch y Horton (1999) agregan que es necesario que el usuario note cambios en la página web a la cual está accediendo, pero no tantos como para lograr su desorientación, es decir, que el internauta debe percatarse de las variaciones informativas que se realicen, sin embargo, aunque las modificaciones de imagen son necesarias cada cierto tiempo para reposicionar el producto interactivo, no deben hacerse tan seguido porque confunden a los visitantes.

Lo ideal, a juicio de estos dos autores es que el público pueda determinar exactamente dónde se realizaron los cambios, bien sea a través de la colocación de la palabra “nuevo” junto a las novedades del sitio, o bien mediante la creación de una sección dedicada exclusivamente para ello, decisiones que en definitiva responderán a los alcances que tenga el medio (Lynch & Horton, 1997 en Degen, 2001).

Para Nielsen (2000) las páginas web tienen una vigencia indeterminada por lo cual los diseñadores deben “tratar de crear información que tenga un valor duradero”. Sin embargo, dependiendo del tipo de contenido manejado, de los requerimientos informativos de los usuarios y del objetivo del sitio, los creadores determinarán la frecuencia de actualización.

Las páginas web cuya materia prima son los hechos noticiosos, deberán ser actualizadas como mínimo dos veces al día, algunos sitios llevan a cabo las modificaciones con intervalos de una hora o menos; sin embargo, los medios electrónicos que ofrecen contenidos atemporales o producto de investigaciones profundas sobre temas específicos, pueden ser actualizados semanalmente.

3.4.- El estudiante de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)

(...) si un comunicador social, no posee un bagaje de conocimientos que le permitan entender y resolver problemas, será un comunicador castrado. Será una lengua sin cerebro. Sólo será instrumento y no un maestro u orientador crítico que presente alternativas (Pérez, 2001).

La carrera de comunicación social suele dotar al estudiante de una gran diversidad de conocimientos en un sinnúmero de áreas de interés que éste debe llegar a manejar a lo largo de su desempeño profesional. Mercadotecnia, sociología de la comunicación, morfosintaxis, historia universal y de Venezuela, semiología y análisis de los medios de comunicación son sólo algunos de los aspectos estudiados por el futuro comunicador durante sus años de instrucción universitaria.

Los comunicadores sociales tienen diversos roles dentro de su entorno, pues son los responsables de mediar entre la información y el público, sirviéndose de los canales de comunicación tradicionales –medios impresos, radio, cine y televisión– y más recientemente de los electrónicos, tales como e-mail, páginas web y portales de información.

(...) hoy por hoy tenemos una serie de emisores (individuales u organizacionales) que tienen necesidad de comunicarse con una gran cantidad de receptores dispersos por todo el globo, para lo que disponen de un abanico de medios (impresos, audiovisuales, digitales) (Burgos, 2001).

Sin embargo, el comunicador no sólo tiene que cumplir con esas exigencias, debe elaborar responsablemente los mensajes y productos culturales que son consumidos por la sociedad: “En tal sentido, la labor del comunicador social implica que esa comunicación se dé lo mejor posible, garantizando el proceso mediante la escogencia de un código adecuado junto a la mejor utilización posible de las herramientas y metodologías técnicas” (Burgos, 2001).

Ante la magnitud de la importancia que poseen las tareas que debe desempeñar un comunicador, es frecuente escuchar que su profesión implica incluso más riesgos que la de un médico, pues éste puede afectar una vida si comete mala praxis, mientras que los mensajes creados por un el primero pueden dañar a millones de personas si son inadecuados, situación que se hace más delicada actualmente ante la globalización de la información.

De todo lo anterior se deriva la importancia de una educación integral y la necesidad de reforzar los valores éticos a lo largo de los años de carrera. En cuanto a este particular, la Escuela de Comunicación Social de la UCAB delinea el perfil de su egresado como:

un licenciado con una sólida formación humanística y ética, que posea los conocimientos académicos (teóricos y prácticos) que le permitan desenvolverse con versatilidad y soltura en la aplicación de las distintas técnicas de Comunicación Social, independientemente de la especialidad elegida para su perfil profesional (Escuela de Comunicación Social, UCAB, 2002)

3.4.1.- Escuela de Comunicación Social de la UCAB

Desde octubre de 1961 fue puesta en funcionamiento la Escuela de Periodismo de la Universidad Católica, en la cual la aprobación de un

número determinado de créditos permitía la obtención del título de “Licenciado en Periodismo y Ciencias de la Difusión”, luego de cuatro años de carrera universitaria.

Diez años más tarde, en 1971, luego de la exhaustiva revisión del pénsum de estudios se aumenta a cinco años la duración de la carrera, se reestructuran las asignaturas a impartir y se crea formalmente la Escuela de Comunicación Social.

Las dos últimas modificaciones aprobadas para el programa académico, a saber la de 1989 que comenzó a aplicarse en 1991 y la de 1997 que empezó a regir en 1999, han ocasionado la coexistencia de dos regímenes de educación: “Los alumnos que ingresaron a partir de 1999, beneficiarios del nuevo Plan de Estudios con régimen semestral, y los estudiantes de l antiguo pénsum, aún en sistema anual y cuyo último grupo egresará en julio del 2003 (...)” (Degen, 2001).

Al término de esa etapa, el título de Licenciado en Comunicación Social otorgado en las menciones Audiovisual, Periodismo Impreso y Publicidad y Relaciones Públicas, cambiará a Artes Audiovisuales, Periodismo y Comunicaciones Publicitarias.

La Escuela de Comunicación Social está conformada por una dirección y cinco coordinaciones. Adicionalmente, cinco departamentos dependen de ella, cada uno se encuentra relacionado con un área específica de estudio relativa a la comunicación social: Publicidad y Relaciones Públicas, ejercicio del periodismo en los diferentes medios de comunicación, desarrollo de proyectos audiovisuales, estudio de fenómenos comunicacionales y análisis del campo humanístico (Ver anexo A).

3.4.2.- Limitaciones de los estudiantes de Comunicación Social

(...) Somos unos toderos, lo cual tiene sus ventajas y sus desventajas. Las desventajas: se piensa que cualquiera puede ocupar nuestro lugar. La calidad de los medios se pone en juego cuando (...) nosotros, pensando que la carrera no requiere de esfuerzo físico e intelectual, no nos preparamos para ser verdaderos profesionales de los medios. La otra es que se piensa que el estudiante de comunicación social es flojo. El estudiante asume su responsabilidad de saber todo (...) y se da cuenta que no sabe nada (...).

(...) ¿Las ventajas? La satisfacción personal. Saber de todo y hacer de todo es satisfactorio. Ser todero no es tan malo. Convierte a la comunicación social en una de las carreras más completas. (Henríquez, 1996 en Degen, 2001:94).

La anterior es una cita del artículo *Somos unos toderos ¿y?*, escrito por el estudiante Jogreg Henríquez, hoy Profesor de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB, publicado en el periódico estudiantil COMUNICAB, en la que se describe la inquietud del autor ante el exceso de tareas que debe llevar a cabo un comunicador social. Así mismo, Degen (2001) manifiesta la preocupación general que existe en torno al excesivo desconocimiento sobre el ejercicio de la profesión que tienen los futuros comunicadores sociales, previo su ingreso a las distintas escuelas universitarias del país; situación que contrasta con las altas exigencias en el promedio de notas, debido a la amplia popularidad con que cuenta esta carrera entre los bachilleres.

Por otra parte, destaca la intranquilidad de algunos alumnos y profesores ante la poca profundidad con que son tratados los temas a lo largo de la vida universitaria, debido a la diversidad de aspectos que debe tener en consideración el estudiante. Al respecto, Degen (2001) acota que el

alumno de comunicación social es visto en muchos casos como un “individuo que realmente no sabe de donde viene, para donde va ni para qué sirve. Un ser perdido en lo que algunos llaman, y a veces no sin razón, ‘un mar de conocimientos con un milímetro de profundidad’” (Degen, 2001).

Oswaldo Burgos, profesor de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB y coordinador del área de informática, señala que “si bien en la universidad no se le puede brindar el conocimiento de absolutamente todo lo que se necesita para el ejercicio de la profesión, la universidad brinda las herramientas, pero éstas no son aprovechadas al máximo” (Burgos, comunicación personal, 8 de julio, 2002). De allí que lo más indicado sea el trabajo arduo fuera de las aulas, mediante la lectura y la investigación profusa, de lo contrario, conformarse con lo impartido en cada cátedra supone conocimientos muy limitados en cada área de interés estudiada.

Otra de las fallas, relacionada de alguna manera con la descrita en el párrafo precedente, es el poco conocimiento de los temas que van a ser desglosados a la hora de ejercer la profesión, bien por falta de tiempo para realizar la recolección de la información, bien por la poca experiencia en el uso de las herramientas facilitadas durante los años de estudio, errores que en ningún caso pueden ser empleados para justificar el inadecuado desempeño de las tareas asignadas.

3.4.3.- Características del estudiante de Comunicación Social de la UCAB

En virtud de la relación directa que mantiene con fenómenos como la globalización de la información y las nuevas tecnologías comunicacionales y

mediáticas, el estudiante de comunicación social se encuentra en una constante evolución. Los elementos distintivos que permiten definirlo hoy no serán los mismos que se emplearán como base de estudio en el futuro, prueba de ello son las marcadas diferencias entre las investigaciones realizadas por Oronel et al. (1999), con respecto a las de Raventós (2001), cuyos hallazgos serán utilizados como sustento del presente capítulo.

Para 1999 el correo electrónico no estaba tan popularizado entre los estudiantes de Comunicación Social de la UCAB, hecho evidenciado en que la gran mayoría sólo poseía la cuenta suministrada por esta institución; de igual manera, no era frecuente encontrar estudiantes que se conectaran diariamente, además de que la visita a foros de discusión, chats y sitios web no estaba muy difundida. No obstante, para el año 2001 la situación cambió y la realidad fue modificada, beneficio que en gran medida fue propiciado por las autoridades de la UCAB, quienes contribuyeron a optimizar el uso que el alumnado le daba a los medios electrónicos.

Llama la atención un segmento del estudio realizado por Oronel et al. (1999) en el cual se analizan los elementos de diseño que resultaban de mayor atractivo para los estudiantes de comunicación social, aspectos que se han mantenido prácticamente invariables en el tiempo, pues para los dos grupos estudiados se inclinaban por una marcada presencia de representaciones gráficas de gran dinamismo, con abundantes hipervínculos pero de relativa velocidad de navegación.

3.4.3.1.- ¿Internauta Postmoderno?: aspectos generales de la investigación⁶:

Raventós (2001) realizó un análisis de la población estudiantil que integra la Escuela de Comunicación Social de la UCAB. Mediante la aplicación de encuestas como instrumento de recolección de datos, Raventós logró conocer los elementos definitorios más resaltantes de los futuros comunicadores.

El estudio contó con una muestra de 274 estudiantes, conformada por 222 mujeres y 52 hombres, en edades comprendidas entre los 17 y 25 años, con grado de instrucción superior al segundo semestre de la carrera.

En cuanto a los aspectos socioeconómicos que definieron a la población estudiada, se concluyó que la mayoría no trabaja, aunque la diferencia entre los desempleados y los que laboran activamente es de apenas 2%. De los que están empleados, la mayor parte ejerce funciones relacionadas directamente con la carrera, especialmente el área de relaciones corporativas, comunicación institucional y relaciones públicas. Los ingresos mensuales de los grupos familiares de los estudiantes se concentran en la franja de clasificación I (entre 450 mil bolívares y 1 millón), aunque los porcentajes varían poco para la II (de 1 a 2 millones) y III franja (de 2 a 3 millones), situándose cerca del 20%, es decir, cerca de 55 estudiantes por cada una de ellas.

⁶ Lo descrito en esta sección del capítulo se extrajo del trabajo de grado *¿Internauta Postmoderno? Perfil del internauta universitario en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, Montalbán, en función de la postmodernidad* (Raventós, 2001)

3.4.3.1.1.- Utilización de medios electrónicos por parte del alumnado:

El estudio reveló que Internet constituye el segundo medio más utilizado, ubicado por debajo de la televisión pero por sobre la radio y la prensa, medios tradicionalmente conocidos.

Todos los estudiantes encuestados poseen acceso a una computadora, bien sea desde su casa, oficina, laboratorios de la universidad, cibercafés y Centros de Telecomunicaciones, entre otros. De igual manera, la totalidad de la muestra tiene acceso a Internet, y pese a que la mayoría se conecta a diario, una cifra importante –cerca del 30% de la muestra- no logra hacerlo más de tres veces por semana.

Por otra parte, la gran mayoría, incluyendo aquellos que disponen de conexión a Internet en sus hogares, no se conecta durante los fines de semana. En cuanto al uso del correo electrónico, casi toda la muestra estudiada posee una cuenta adicional a la que le proporciona la universidad, siendo ésta la más utilizada.

Las dos utilidades más comunes que le dan los alumnos a Internet son: la búsqueda de información académica y la revisión del correo electrónico. Sin embargo, la lectura de la prensa en línea ocupa un lugar muy importante. Así mismo, a pesar de que gran parte de los educandos busca información en idioma español, la mayoría de los encuestados –cerca de 153 personas, cifra equivalente al 56% de la muestra- debe actuar como bilingüe, pues suele revisar documentación escrita en inglés.

Todos los estudiantes poseen experiencia en el uso de buscadores de información, siendo los más populares *Yahoo*, *Google* y *Altavista*. Además,

los encuestados fueron interrogados sobre su afición por los avisos publicitarios y banners utilizados dentro del medio electrónico, ante lo cual la mayoría optó por demostrar su inclinación hacia las animaciones e imágenes, hecho que demuestra que el dinamismo y el diseño gráfico de las páginas web más frecuentadas, son los dos elementos más decisivos para garantizar el éxito, al menos dentro de ese público específico.

De igual manera, Raventós (2001) desarrolló un análisis a partir de las respuestas obtenidas mediante las encuestas realizadas a los estudiantes de comunicación social de la UCAB. Esta autora concluyó, entre otras cosas, lo siguiente:

- Características:

Por el comportamiento extraído de las respuestas suministradas, este internauta es metódico a la hora de buscar información, suele utilizar los buscadores de forma organizada.

Es un usuario muy participativo, su nivel de actividad en Internet es bastante elevado.

Es selectivo en la búsqueda de información, por ello trata de mantenerse dentro de un tema determinado durante su navegación.

No se siente miembro de una sociedad multicultural, pese a su contacto directo con Internet como medio que favorece el intercambio entre sociedades disímiles.

No visualiza Internet como vía de escape para desconectarse del mundo real, por ello no emplea seudónimos al navegar puesto que no teme ser reconocido.

Le gusta vivir el momento presente, aunque sin dejar de lado su futuro próximo.

- Intereses:

No se encuentran muy atraídos por los anuncios publicitarios que se presentan por Internet, con excepción de aquellos en los cuales se aprecian imágenes coloridas con composiciones y encuadres sugestivos. Este principio es aplicable también a todos los sitios web que revisa.

Les llaman la atención los hipertextos que les permiten revisar documentos en el mismo orden en que estructuran sus pensamientos, dándoles mayor libertad de movimiento.

Pese a sus diversos requerimientos informativos, sus intereses suelen ser específicos a la hora de navegar, pues aunque ocasionalmente puedan distraerse en el proceso de búsqueda, tratan de mantener su norte original. Además, suelen buscar información en diversos sitios al mismo tiempo, eso se traduce en varias ventanas abiertas, acción que les permite tener una visión global de los aspectos a investigar.

- Necesidades:

Debido a sus múltiples ocupaciones requieren de un medio que satisfaga sus carencias informativas con datos certeros y veraces, pero que adicionalmente sea rápido y de fácil uso, de allí que Internet sea el medio más utilizado por ellos.

La sociedad de la información lo obliga a tener conocimientos diversos sobre temas disímiles, de allí que Internet sea uno de los medios más propicios por su carácter globalizador.

Así mismo, Raventós (2001) extrajo como conclusión general de la investigación que el estudiante de Comunicación Social de la UCAB posee características postmodernas, piensa firmemente que los medios de

comunicación reflejan la realidad y les gusta vivir en el presente, aunque también planifica su futuro.

Una de las fases del estudio se centra alrededor de una de las dudas más relevantes para la autora: ¿El internauta de comunicación social de la UCAB es un usuario postmoderno?. Ante esta pregunta, Raventós (2001) señala varios aspectos resaltantes:

- La mayoría de la muestra utiliza Internet casi a diario, por ello recibe directamente el influjo de un medio interactivo en el cual la imagen y las simulaciones virtuales son de gran importancia.
- El estudiante de comunicación social tiene un alto nivel de contacto con la tecnología, hecho estrechamente relacionado con la postmodernidad. Así mismo, siente gran interés por su adaptación a los vertiginosos cambios que tienen lugar en el área de la comunicación tecnológica.
- En cuanto a la forma de navegación adoptada por los estudiantes, la investigación señala:

Los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social son multidisciplinarios a la hora de navegar por Internet, ya que utilizan el hipertexto (links) para ir relacionando informaciones (saltos de una página a otra), (...) a través de muchas ventanas abiertas en la pantalla del computador. (Raventós, 2001: 187).

Lo anterior se asemeja a la forma como está estructurado el pensamiento humano, lo cual para Raventós (2001) refuerza la idea de que la postmodernidad existe y tiene un gran influjo en los jóvenes de hoy.

- La imagen es concebida por los estudiantes como un elemento indispensable que le proporciona un nuevo significado al contenido, especialmente para aquellos especializados en el área audiovisual. En este particular, la autora señala que “el individuo postmoderno necesita de las imágenes para conformar su identidad, y por ende su realidad” (Raventós, 2001).

Por último, Raventós (2001) señala algunas de las tendencias postmodernas más afianzadas en las conductas de los estudiantes de Comunicación Social de la UCAB, partiendo del principio de que el universo estudiado tiene características que le definen como miembro de la postmodernidad, las cuales van más allá del simple acceso Internet, como medio enmarcado en ese contexto.

Las dos inclinaciones más relevantes de la muestra analizada son, por una parte, el individualismo y egocentrismo evidenciado por su interés de convertirse en seres anónimos que ocasionalmente se limitan a observar lo que ocurre a su alrededor, sin prestar interés a las necesidades de la comunidad que les rodea; y por otro lado, mediatiza sus experiencias y subordina el funcionamiento de la sociedad a los medios de comunicación.

3.4.4.- Intentos comunicacionales electrónicos por satisfacer las necesidades de los estudiantes de Comunicación Social de la UCAB

3.4.4.1.- Centro de Estudiantes de Comunicación Social (CECOSO):

Desde su creación, el Centro de Estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) ha estado destinado a “velar por los intereses de los estudiantes de la carrera,

mediante la canalización de sus iniciativas y dudas, con el fin de colaborar con el mejor desempeño en las actividades tanto académicas como extra académicas” (Universidad Católica Andrés Bello, UCAB, 2002).

CECOSO tiene el objetivo primordial de ser el nexo por excelencia entre los estudiantes de Comunicación Social y los directivos de la escuela; sus miembros son los mediadores encargados de canalizar las propuestas y necesidades del alumnado, propiciando la solución de los problemas existentes.

Inicialmente, CECOSO ofrecía varios servicios a los estudiantes de la carrera, los cuales comprendían desde guías y libros de texto en calidad de préstamo, hasta colaboraciones y consejos para el desarrollo de proyectos académicos. Sin embargo, en virtud de los crecientes requerimientos del alumnado de comunicación social, el centro de estudiantes incursionó el mundo de las iniciativas electrónicas.

Para comenzar se creó un boletín semanal, "CECOSO Al Día", que funcionó a través de una lista de correos en la que estaban inscritos los interesados. Con este boletín, se pretendía mantener informada a la población universitaria de la escuela de comunicación social, sobre los proyectos y actividades a realizarse tanto dentro como fuera del ámbito académico. Así mismo, se suministraban datos sobre empleos y pasantías existentes dentro del competitivo campo laboral de la comunicación. Aunado a la iniciativa anterior, se estructuró un foro de correo electrónico que posibilita el intercambio entre los alumnos, docentes, egresados y profesionales de la Comunicación Social (Degen, 2001).

Para darle mayor difusión a las actividades realizadas por el centro de estudiantes, se incluyó un link en la página de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB, que cuenta con información referencial sobre la organización estudiantil.

A finales del año 2001 Luisángela Rodríguez y Robert Poveda, representantes estudiantiles, iniciaron conversaciones para llevar a cabo el diseño de la página web de CECOSO; sin embargo, la poca receptividad de los miembros del centro impidió la concreción del proyecto (Poveda, comunicación personal, 26 de julio, 2002).

Pese a lo anterior, uno de los principales aspectos a ser abordados por los miembros de CECOSO, que resultaron electos para el período académico 2002-2003, es la necesidad de un sitio web definitivo para el centro. Al respecto, su presidenta Michelle Dernasissian, señala que se encuentran esperando el traspaso de fondos. por parte de los representantes estudiantiles que se encargaron del centro durante el año anterior, para poder destinar una cantidad importante al desarrollo de la página web.

La página contaría, en sus inicios, con información relacionada, en primer lugar, a los proyectos que esté realizando en ese momento el CECOSO y en segundo lugar, queremos tener información sobre las actividades culturales que vamos a difundir tanto en dicha página como en la cartelera y en un órgano de difusión que queremos crear (...). Además, queremos que esta página sirva como vínculo para acercar a las personas a las actividades del CECOSO y para incentivarlas a participar y a comunicarnos sus proyectos, a fin de poderles brindar el apoyo necesario para desarrollarlos (Dernasissian, comunicación personal, 30 de julio, 2002).

3.4.4.2.- *La Aldea*⁷:

Página web desarrollada por Edith Oronel, Verónica Plaza y Claudia Sisco en 1999 como parte del trabajo de grado titulado *La Aldea: Espacio Virtual Interescuelas de Comunicación Social de Venezuela*. Este sitio web tenía como objetivo centralizar la información suministrada por las escuelas de comunicación social que formaban parte del proyecto, pero fundamentalmente sus creadoras querían:

(...) brindar a los estudiantes de Comunicación Social de Venezuela un espacio participativo donde puedan realizar foros de discusión, publicar artículos de opinión, inquietudes sobre determinados temas e informar a las personas qué actividades relacionadas con la formación académica y profesional del comunicador social serán realizadas en las distintas escuelas del país. (Oronel et al., 1999: 244).

La Aldea surge dentro de un mercado competitivo escaso del cual formaban parte los sitios web de las principales escuelas de comunicación social de Venezuela, dependientes en su totalidad de las páginas de inicio de las distintas casas de estudio del país, entre ellas la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), Universidad Bicentaria de Aragua (UBA), Universidad Rafael Bellosillo Chacín, Universidad del Zulia (LUZ), Universidad Central de Venezuela (UCV), Universidad de Los Andes (ULA), Universidad Cecilio Acosta (UNICA) y Universidad Santa María (USM).

En relación con el contenido del sitio, en éste se publicaba información sobre eventos -incluyendo cursos, talleres y congresos-, datos importantes sobre el acceso estudiantil al proceso de pasantías, programas de estudio de

⁷ Conclusiones extraídas del trabajo de grado *Evaluación del funcionamiento y utilización de un sitio web: Caso La Aldea* (Degen, 2001)

los postgrados más relevantes relacionados con la carrera, foros de discusión relativos a temas como la globalización, la ética del comunicador social y sus principales carencias informativas. Así mismo, se anexaron reseñas sobre las distintas Escuelas de Comunicación Social del país y el pènsum vigente en cada uno. Por último, *La Aldea* contó con una sección de producción intelectual donde se publicaban artículos, trabajos investigativos y bibliografías de interés; además de una base de datos compuesta por los visitantes de la página.

Como proyecto, *La Aldea* perdió vigencia luego de que sus creadoras -Edith Oronel, Verónica Plaza y Claudia Sisco- egresaran de las aulas de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Sin embargo, la idea fue retomada por Elian Degen (2001), quien propuso su reestructuración a través del trabajo de grado *Evaluación del funcionamiento y utilización de un sitio web: Caso La Aldea*, mediante el cual evaluó el funcionamiento y la utilización del sitio, planteando los pasos necesarios para su optimización, aunque la iniciativa no contó con la receptividad necesaria.

La falta de interés por parte de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social relacionados con el proyecto original, impidió que *La Aldea* cumpliera verdaderamente con los objetivos planteados inicialmente con la publicación del sitio web. Pese a esto, en el año 2002 un grupo de estudiantes de quinto semestre de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) retomaron la iniciativa, coordinados por el Profesor Osvaldo Burgos.

Actualmente se mantiene en la red tanto la versión original de *La Aldea* (<http://laaldeas.com>), como la nueva propuesta desarrollada (<http://www.laaldea.org>).

3.5.- Otras propuestas de comunicación electrónica interuniversitaria

La comunicación universitaria e interuniversitaria es una herramienta fundamental para la interacción, la contraposición de ideas y el desarrollo científico (Oronel et al., 1999:79)

La vertiginosa evolución tecnológica y el desarrollo constante de los medios electrónicos ha propiciado el surgimiento de iniciativas universitarias que permiten la utilización de las variadas opciones que ofrece Internet para facilitar la apertura de nuevos canales de comunicación. Foros de discusión en línea, teleconferencias, listas de correo electrónico, páginas web y portales de información, son sólo algunas de las posibilidades que brinda este medio.

De esta manera, han proliferado los buscadores y portales académicos especializados, acción que aunada a la empresa desarrollada por las universidades nacionales que “han hecho esfuerzos diversos por llevar esta tecnología electrónica al estudiantado” (Oronel et al., 1999), permitió el despliegue de un abanico de opciones para que los alumnos enriquezcan su proceso de formación.

Douglas Paredes, orador de la Universidad de Los Andes (ULA) en el *Curso Taller Iberoamericano de Comunicación Universitaria* realizado en La Habana en 1999, hizo mención sobre el impacto de las nuevas tecnologías en las formas de comunicación a través de su exposición, titulada ‘*Los servicios informativos en el formato electrónico*’. Paredes señaló que ante las nuevas tecnologías hay novedosas maneras de producir y difundir la

información; además, apoyándose en una propuesta de Steve Harnard de la Universidad de Southampton, logró explicar las ventajas de sustituir las publicaciones impresas por las electrónicas, debido a que el control, de la información sería devuelto al sector académico y ya no residiría en las editoriales (Paredes, 1999 en Oronel et al., 1999).

3.5.1.- Propuestas dirigidas a universitarios

Para el desarrollo de esta investigación se realizó una selección aleatoria de algunos medios electrónicos de comunicación interuniversitaria utilizados como guía en la creación de *Ucabistas*, de igual manera se presentará una breve descripción de varias propuestas que por su contenido o novedad para el momento de su aparición, merecen ser reconocidas.

3.5.1.1.- Letras:

Publicación mensual impresa de tamaño tabloide dirigida al público universitario. Inicialmente se distribuyó a través del diario El Universal, sin embargo, actualmente se difunde gratuitamente en algunos puntos de venta comerciales por la iniciativa de estudiantes involucrados en su proceso de creación, quienes lograron un convenio con las empresas *Cines Unidos*, *Cinex* y *Video Color Yamin*.

Letras surgió en 1989, desde entonces ha funcionado con un equipo reducido conformado por cuatro redactores y una serie de colaboradores externos. Actualmente se ha visto beneficiado por los servicios de prensa internacionales, por la información recibida de las oficinas universitarias de prensa, además del correo electrónico y el Internet.

En cuanto al contenido de la publicación, *Letras* se inició con secciones como *Agenda Universitaria* (compendio de informaciones sobre eventos, foros y procesos de inscripciones universitarias), *El Datazo* (anuncios relacionados con el mercado laboral y las pasantías por las que pueden optar los estudiantes), *Hielo en el Horno* y *Hablando Pajas* (segmentos de opiniones sobre el ámbito político, económico y social del país), *Tema Central* (segmento de entrevistas realizadas a personalidades sobre temas puntuales) y *Códex Vulgaris* (tiras cómicas de crítica social).

Además, *Letras* cuenta con noticias del ámbito deportivo, críticas cinematográficas, cartelera de programación cultural y la sección La Movida, que contiene una completa agenda de eventos.

Pese a que surgió como medio impreso, *Letras* intentó adaptar su formato y desarrollar una versión en línea para satisfacer las necesidades del público universitario, especialmente los lectores residenciados en el interior del país, debido a los severos problemas que tenía el periódico con sus canales de distribución (Uzcátegui, comunicación personal, 26 de julio, 2002).

En el año 2000 sus creadores colocaron en la red el sitio web, que no sólo contenía las conocidas secciones presentes en el formato impreso, sino que contaba con algunas adicionales como Reforma Universitaria (segmento de opiniones sobre los procesos de cambio de pénsum llevados a cabo en las diferentes universidades del Distrito Capital), El Sordo (encarte musical para aquellos que disfrutaban de las nuevas propuestas discográficas), links de interés, Letras sobre Letras (poemas y cuentos escritos por los visitantes), foros de discusión en línea, tarjeta de descuentos nacionales e internacionales para estudiantes universitarios, entre otras. De igual manera,

Letras en línea brindaba la posibilidad de comunicarse directamente con los creadores para realizar todo tipo de comentarios y propuestas.

En relación con el contenido, *Letras en línea* sólo estuvo vigente hasta el 20 de agosto de 2001 cuando se realizó la última actualización; sin embargo, fue en enero de 2002 cuando se decidió abandonar la publicación. Rafael Uzcátegui, Director de *Letras*, señala que el proyecto sigue siendo una de las prioridades del equipo de trabajo del periódico, aunque no cuentan con el presupuesto suficiente que les permita contratar a un Webmaster decidido a retomarlo. Así mismo, Uzcátegui (comunicación personal, 26 de julio, 2002) agrega que *Letras* se debe a su público y que la receptividad que tuvo la página web en un primer momento, aún se mantiene, hecho que se evidencia en las constantes comunicaciones electrónicas que reciben preguntando por el futuro del sitio.

Los creadores del proyecto *Letras en línea* esperan retomarlo a principio del año 2003, sin embargo, el sitio web continúa presente en Internet a través de la dirección: <http://www.letrasenlinea.com.ve>

3.5.1.2.- Centro Nacional de Tecnologías de Información (CNTI):

Organismo adscrito al Ministerio de Ciencia y Tecnología (MCT) creado el 22 de marzo de 2000, en sustitución de la red electrónica REACCIUN.

REACCIUN surgió como una iniciativa del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (Conicit) en 1981, bajo el nombre de Sistema Automatizado de Información Científica y Tecnológica (Saicyt). Luego de la llegada de Internet a Venezuela (1991) y de la realización de

acuerdos con CANTV, Saicyt tomó formalmente la designación de Red Académica.

Inicialmente, REACCIUN fue una asociación civil sin fines de lucro que buscaba desarrollar una red electrónica entre universidades, centros de investigaciones e institutos del sector educativo, mediante la administración de los recursos otorgados por el Estado y los aportes de las instituciones que lo conformaban. Su misión originalmente era:

Interconectar, eficientemente, a través de la temática y por medio del intercambio y difusión de información a las organizaciones educativas, científicas y tecnológicas entre sí y con el resto del mundo, promoviendo activamente la creación e intercambio de valor agregado, el desarrollo de actividades educativas y de formación y las de investigación y desarrollo para de esta forma incentivar la cooperación entre ellas y potenciar sus capacidades, poniéndolas al servicio de la sociedad (REACCIUN, 1998 en Oronel et al., 1999)

Algunos de los objetivos más resaltantes de REACCIUN estaban constituidos por la promoción del uso de las nuevas tecnologías en el proceso de formación académico y científico, propiciando el flujo informativo y el empleo adecuado de los recursos técnicos y humanos, haciendo buen uso de las inversiones en investigación recibidas, para elevar el nivel de competitividad de Venezuela en el mundo.

Adicionalmente, REACCIUN prestaba servicios diversos, entre los que se encontraban el acceso a bases de datos nacionales e internacionales, que incluían listados de especialistas, de foros y sitios de interés, correo electrónico, chat, servicios de noticias, interconexión de nodos nacionales (por regiones) y protocolo de transferencia de archivos (FTP), etc.

A pocos meses del inicio del gobierno de Hugo Chávez Frías, se iniciaron conversaciones para crear un organismo de mayor estructura dentro del cual se incluyese REACCIUN. Fue así como surgió el CNTI, encargado de llevar a cabo un Plan Nacional de Tecnologías de la Información en conjunción con el MCT, para propiciar la construcción de una 'tecnocultura' en el país (Díaz, 2000).

Aunque contemplan algunos aspectos novedosos, los objetivos del CNTI presentan cierta similitud con los de la antigua REACCIUN:

(...) impulsar y respaldar las actividades de docencia, investigación y desarrollo científico y tecnológico entre instituciones académicas y centros de investigación y desarrollo científico y tecnológico en Venezuela, así como diseñar estrategias en materia de tecnologías de información que permitan fomentar su implementación; proponer la formación de recursos humanos e impulsar las bases para la creación de leyes en el uso de estas tecnologías, a los fines de facilitar la interconexión que permita utilizar los servicios de telecomunicación para el intercambio de información a nivel nacional e internacional. (CNTI, 2002)

El CNTI continúa ofreciendo los servicios que prestaba REACCIUN, tanto el acceso a bases de datos nacionales e internacionales, como la posibilidad de registrar un nombre de dominio siguen vigentes.

3.5.1.3.- Eureka:

Buscador académico que abarca sitios "relacionados con la educación, la investigación y aquella información que fomenta nuestro aprendizaje y aumenta nuestros conocimientos" (Eureka, 1999 en Ornel, et al., 1999).

Eureka es uno de los buscadores de información más populares, su objetivo principal es dar a conocer páginas web que “fomenten el aprendizaje o aumenten el conocimiento de los cibernautas que las consulten” (Rodríguez, 1997).

La creación de este buscador académico fue producto de un trabajo de grado elaborado por Lary Gelman y Andy Levy, dos estudiantes de Ingeniería en Sistemas de la Universidad Simón Bolívar (USB), quienes en 1996 comenzaron a desarrollar el proyecto, el cual contó inicialmente con el apoyo de REACCIUN, institución que colaboró con la definición de la estructura y la plataforma en la cual se iba a desenvolver el buscador (Rodríguez, 1997).

El funcionamiento de Eureka es sencillo. Los creadores de los sitios web relacionados con el área académica, investigativa y científica, inscriben su sitio en el catálogo del buscador. Periódicamente el Webmaster de Eureka se encarga de verificar la concordancia entre el tipo de página web inscrita y los objetivos del buscador, de esta manera serán eliminados de la base de datos aquellos destinos electrónicos que se encuentren alejados de los intereses del target al cual va dirigido Eureka.

3.5.2.- Portales y sitios web interuniversitarios: ejemplos concretos

En Venezuela, los portales y sitios web creados para los estudiantes universitarios pueden clasificarse en tres tipos: aquellos cuyo propósito es satisfacer las necesidades de toda la comunidad universitaria del país, entre ellos *Univerxity* y *Universia*; los que van dirigidos al alumnado de una casa de estudios específica, tal es el caso de *La Simón*; y por último, los que

tienen como target a los que forman parte de una facultad determinada o cursan una carrera específica, como *Decanato Digital* y *La Aldea*.

3.5.2.1.- Univerxity:

Sitio Web que inició su funcionamiento en el año 2000 por iniciativa de un grupo de jóvenes recién graduados que buscaban atender los crecientes requerimientos de los estudiantes universitarios de Venezuela.

De esta forma surgió Univerxity, una alianza de empresas complementarias entre sí, cuyo objetivo es ofrecer servicios a una comunidad que no sólo está integrada por estudiantes, sino que incluye a profesores, a empleados y a la institución como tal. (Pérez, 2001).

El Presidente de *Univerxity*, Manuel Barroso, señala que el objetivo principal de este sitio web es ofrecer servicios para la comunidad universitaria en general, la cual incluye a profesores, alumnos, personal administrativo y proveedores de servicios. En un primer momento, esta iniciativa electrónica contó con el apoyo de seis universidades del Distrito Capital, sin embargo, a pocos meses de su aparición, 25 instituciones educativas se sumaron al proyecto (Pérez, 2001).

Univerxity posee una página de inicio en la que se presenta un panorama general del contenido más relevante del día para cada sección, además de las noticias nacionales relativas a la vida universitaria. Así mismo, el sitio cuenta con los foros electrónicos más populares y su conocida sala de chat, se presentan opciones para personalizar la información a suministrar mediante la selección del Alma Mater a la cual se pertenece y la sección de

registro de visitantes, que permite formar parte de la base de datos y acceder al servicio de correo electrónico.

Los internautas que ingresan a esta página podrán llevar a cabo búsquedas de información en línea, obtener datos de carácter histórico en relación con cada una de las universidades nacionales, verificar cuál es el p \acute{e} nsum acad \acute{e} mico vigente en todas las carreras impartidas; adem \acute{a} s de informaciones sobre las materias, horarios y profesores de las distintas casas de estudio.

De igual manera, *Univerxity* brinda a los usuarios la posibilidad de hacer compras en l \acute{i} nea, buscar empleo, proponer proyectos e ideas a implementar, adquirir libros usados y publicar gu $\acute{ı}$ as, trabajos y ex \acute{a} menes viejos. La p \acute{a} gina est \acute{a} dise \acute{n} ada para fomentar la participaci \acute{o} n de los estudiantes, pues son \acute{e} stos con su colaboraci \acute{o} n los que pueden propiciar la constante actualizaci \acute{o} n del sitio. As \acute{i} mismo, cuenta con participaci \acute{o} n de instituciones como el *Banco Mercantil*, el diario *El Nacional*, la compa $\acute{n$ ia proveedora de tecnolog \acute{i} a para institutos universitarios *Appix Tec* y la empresa de hospedaje *Dayco-host* y *Verio*.

Univerxity se encuentra disponible en la red a trav \acute{e} s del URL www.univerxity.com

3.5.2.2.- *Universia*:

Sitio web interuniversitario que conecta a todas las instituciones educativas de habla hispana que forman parte del sitio web en pa \acute{i} ses como Espa \acute{n} a, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, M \acute{e} xico, Per \acute{u} , Portugal, Puerto Rico y Venezuela. *Universia* est \acute{a} presente en Internet desde el 13 de marzo

de 2001, bajo el dominio www.universia.es, aun cuando la preproducción del proyecto se inició un año antes.

Universia pretende servir a la Universidad como institución, sin obviar todos los públicos relacionados directa e indirectamente con ella: estudiantes por ingresar, alumnos regulares, profesores, egresados, personal administrativo, proveedores y demandante de servicios. Su misión primordial es:

Crear y desarrollar con las Universidades el mejor portal universitario para satisfacer las necesidades del colectivo universitario, siendo un verdadero punto de encuentro iberoamericano, brindando e intercambiando la mejor información académica, científica, cultural y de investigación, que contribuya a mejorar la calidad de la educación y al desarrollo del país. Propiciando mecanismos efectivos de relación con las universidades y generando proyectos de valor en Internet que permitan desarrollar todo el potencial de la sociedad del conocimiento. (Universia Venezuela, 2001)

Según sus creadores, las áreas temáticas más resaltantes del sitio web abarcan noticias de la vida universitaria y del país en general, programas de estudio nacionales e internacionales, empleos, investigaciones, evolución de la tecnología electrónica, eventos culturales, etc. Adicionalmente, *Universia* ofrece salas de chat y correo electrónico para los visitantes que se encuentran registrados, proporcionando 7 Megas de espacio virtual, beneficio sustancialmente mayor comparado con el promedio de sólo 2 Megas, que es lo que brindan otros administradores de archivos.

Pese a que *Universia* reconoce la existencia de competidores dentro del mercado, sus creadores señalan que la ventaja competitiva de este sitio web está en el nivel de participación activa que poseen los estudiantes y las universidades como entes generadores del contenido a publicar; así mismo,

por su capacidad de autofinanciamiento mediante la figura del patrocinio, constituye una excelente vía de ingresos para las instituciones educativas que integran el proyecto (Universia Venezuela, 2001).

Universia Venezuela comenzó a operar el 15 de noviembre de 2001, contando con el apoyo inicial de 38 universidades y del Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas (IVIC), cifras que representan al 90% de la población estudiantil; además, está amparado por el *Banco de Venezuela Grupo Santander*. Para acceder a los beneficios que ofrece este portal se puede ingresar al dominio: www.universia.edu.ve

3.5.2.3.- La Simón:

La Simón surgió de la iniciativa de la compañía trompo.com, la cual, desde hace dos años, se dedicó a desarrollar una serie de portales universitarios. Trompo trajo la propuesta a Artevisión-USB, y ésta fue muy bien recibida por las autoridades universitarias, ya que la vieron como un medio muy efectivo de comunicación con la comunidad de la USB, especialmente con el estudiantado. (Rincón, comunicación personal, 10 de marzo, 2002).

La Simón es un portal universitario que no posee un contenido limitado al ámbito académico, debido a que busca proporcionar información de utilidad a los estudiantes de la Universidad Simón Bolívar en su cotidianidad. Cartelera de cine, guía de entretenimientos, foros de discusión en línea, chat y cuenta de correo electrónico, son sólo algunos de los atractivos que ofrece este sitio web.

En cuanto a la información del entorno académico, lasimon.net representa una guía profusa para el alumnado, ya que en este portal se pueden encontrar desde las asignaciones exigidas por los profesores para

algunas de las materias impartidas en las diferentes carreras, hasta el menú diario del cafetín y los horarios del transporte gratuito que ofrece la universidad.

Mayra Rincón, Coordinadora de Contenido de *La Simón*, afirma que una de las mayores ventajas del sitio web radica en el nivel de interactividad que se ha logrado con los internautas mediante algunas secciones de la página y mediante el contacto personal a través del correo electrónico, lo cual ha contribuido a afianzar la identificación de los usuarios, lograda con el tipo de contenido publicado, el mercadeo directo del portal dentro de las instalaciones universitarias y el material POP (franelas, calcomanías y dípticos) repartido al alumnado (Rincón, comunicación personal, 10 de marzo, 2002).

De igual manera, otro de los elementos resaltantes de esta página web es su actualización constante, especialmente en aquellas secciones en las que el contenido es generado por el usuario, lo cual permite que el internauta se percate del valor que sus aportes tienen para los creadores del sitio (Rincón, comunicación personal, 10 de marzo, 2002).

El portal estudiantil de la Universidad Simón Bolívar está disponible en la dirección www.lasimon.net

3.5.2.4.- Decanato Digital:

Página web desarrollada por un grupo de estudiantes de medicina de la Universidad Centro-Occidental “Lisandro Alvarado” (UCLA), pertenecientes

al núcleo de Barquisimeto. *Decanato Digital* es coordinada por Carlos Rodríguez Rojas, quien señala que la aparición del sitio en la red obedece a

(...) la inquietud de vincular al estudiante de medicina con el Internet, al ver que no existía un medio de ese calibre en la universidad (...). La necesidad de dejar algo para los demás estudiantes, de marcar un hito, obtener reconocimiento, pero sobre todo trabajar por el bienestar de todos los miembros de la comunidad universitaria. (Rodríguez, comunicación personal, 14 de mayo, 2002)

El Grupo Organizado Decanato Digital se encarga de actualizar el sitio mensualmente. Mediante un proceso investigativo, en el que participan activamente todos los miembros, se logra obtener la información necesaria para cada sección, entre las que se encuentran noticias del ámbito universitario, artículos de opinión escritos por los estudiantes, apuntes de las materias impartidas y datos sobre cursos en línea relativos o no a la carrera de medicina. Así mismo, Rodríguez (comunicación personal, 14 de mayo, 2002) señala que las dos secciones más esperadas por los internautas, Intercambio y Foto de la Semana, les permiten compartir experiencias médicas con sus homólogos de otros países y criticar constructivamente algún aspecto negativo de su casa de estudios, a través de imágenes descriptivas.

Pese a su simplicidad en cuanto al diseño y a la estructura organizativa que lo caracteriza, *Decanato Digital* representa un esfuerzo valioso por parte de un grupo de estudiantes interesado en vincular la carrera médica con la tecnología de los medios electrónicos, para disfrutar de las ventajas que éstos ofrecen. La página web del Decanato de Medicina de la UCLA se encuentra disponible en la siguiente dirección: <http://www.geocities.com/decanatodigital/>

IV. – Marco Metodológico

4.1.- Objetivo general y objetivos específicos de la investigación

4.1.1.- Objetivo general:

Crear un medio interactivo vía Internet que difunda información de interés para los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello del núcleo ubicado en Caracas.

4.1.2.- Objetivos específicos:

Para facilitar el cumplimiento del planteamiento anterior, se hace necesario el desarrollo de los siguientes objetivos específicos:

- Definir el público meta del sitio web a desarrollar y ahondar en las características que lo determinan.
- Analizar propuestas electrónicas *no institucionales* de comunicación para estudiantes universitarios que antecedan al proyecto.
- Diseñar el contenido, identidad e interactividad del sitio web.
- Desarrollar herramientas de programación para la publicación del sitio en la red.
- Elaborar el manual de estilo del sitio web.

4.2.- Justificación de la investigación

Los estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello cuentan con un sitio web, creado por las autoridades universitarias, en el cual son atendidas gran parte de sus necesidades académicas. Sin embargo, existen requerimientos relacionados con las actividades extracurriculares que no han podido ser satisfechos. Lo anterior ha dado pie para que surjan iniciativas como esta, la cual pretende responder efectivamente a gran parte de las solicitudes de un segmento específico del estudiantado correspondiente a los alumnos de la Escuela de Comunicación Social. Para ello se estructuró un portal cuya promesa básica es la 'infoentretención', lograda a partir de la publicación de contenidos creados por y para los estudiantes.

Ucabistas le ofrecerá a sus internautas información relativa al mercado laboral y a los distintos procesos académicos que se desarrollan dentro de su casa de estudios, la oportunidad de publicar trabajos realizados a lo largo de la carrera y artículos de opinión sobre sus experiencias en el ejercicio profesional, el acceso a una sala de chat donde podrán compartir su ideas, además de la posibilidad de conocer las diversas propuestas culturales a las que pueden acceder. Es allí donde radica la importancia del presente trabajo de grado, pues su desarrollo contribuirá a enriquecer el proceso formativo de los estudiantes y propiciará el contacto entre opiniones y formas de pensar disímiles entre sí, mediante la realización de prácticas tendientes a favorecer el proceso de integración estudiantil.

La creación de un portal interactivo requiere de ciertas herramientas básicas para su realización, así como también del manejo de varios tipos de software para realizar la diagramación de la información y el montaje de los datos en el servidor correspondiente.

Es indispensable disponer de una computadora en la cual se puedan instalar programas como *Dreamweaver* (utilizado para la diagramación y montaje del sitio), un navegador de Internet (*Netscape* o *Explorer*, que permitirá la visualización del sitio cuando haya sido colocado en el servidor correspondiente) y ciertos software diseñados para el manejo efectivo de las imágenes e ilustraciones a utilizar en el portal (*Adobe Photoshop*, *Illustrator*, *Fireworks*, etc). En este mismo orden de ideas, se requiere el uso de algunos elementos tales como un escáner de impresiones, unidad ZIP, quemador de CD, conexión a Internet, entre otros.

Además del costo de esos elementos, se debe considerar el monto a cancelar para la obtención del nombre de dominio propio de la página web. Los precios son cancelados anualmente y varían en función del tipo de dominio deseado (*.com* o *.com.ve*).

La factibilidad de la realización del proyecto está en el hecho de que su realizadora no sólo posee conocimientos en el manejo y clasificación de datos e informaciones debido a experiencias laborales precedentes -así como también de algunos de los software utilizados para el proceso de diseño- sino también en que la delimitación del área de influjo realizada previamente, favoreció el desenvolvimiento adecuado de la investigación.

Los requerimientos que permitirán la continuación del proyecto *Ucabistas*, pueden ser fácilmente cubiertos con los recursos de los que dispone la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), pues sus instalaciones computarizadas ofrecen los programas mínimos necesarios para poder actualizar la información. Así mismo, existen estudiantes que cuentan con los conocimientos técnicos para llevar a cabo esta tarea, entre ellos los que han aprobado cátedras como Periodismo Interactivo. Por otra parte, el presente

trabajo de grado cuenta con un 'Manual de Estilo' a ser utilizado como guía inicial por aquellos que decidan darle continuidad al portal.

El único gasto adicional en el que se tendría que incurrir está constituido por el alquiler del servidor, puesto que se realizó un pago inicial por un período de un año, cuya fecha de vencimiento se cumple en el mes de noviembre de 2002.

Finalmente, la experiencia lograda con la fase inicial de *Ucabistas* permitirá determinar si es posible la extensión del proyecto al resto de las escuelas que conforman la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), lo cual podría significar a futuro que el sitio web se convierta en el punto de encuentro de todos los estudiantes que integran esta comunidad educativa.

4.3.- Tipo y diseño de la investigación

Por tratarse de la elaboración de un producto cultural, el presente trabajo se incluye dentro de la modalidad III, correspondiente a los Proyectos de Producción, descrita dentro del *Manual del Tesista de la Escuela de Comunicación Social* (2001-2002). Así mismo, la propuesta encaja perfectamente dentro de la submodalidad de Diseño de Medios de Comunicación establecida en el interior de dicho breviario. Este sistema establece un plan operativo y factible a seguir para la culminación de los proyectos, por ello el marco metodológico estará limitado a ser una explicación detallada de los pasos seguidos a lo largo del desarrollo del trabajo hasta la construcción y publicación de la página web como producto final.

Por otra parte, según lo establecido dentro del manual, el trabajo de grado deberá estar comprendido por las siguientes etapas:

- Elección de un problema o necesidad a satisfacer.
- Investigación documental del área a investigar.
- Contextualización del escenario estudiado y determinación de los requerimientos verdaderos de los posibles consumidores.
- Formulación de un modelo operativo adecuado y viable en función de la modalidad a la que corresponde la investigación.

Para el cumplimiento de las fases anteriormente esbozadas se hizo necesaria la implementación de un marco metodológico. El presente estudio se incluye dentro de un enfoque cualitativo, cuyo objetivo es “explicar y

obtener un conocimiento profundo de un fenómeno a través de la obtención de datos extensos narrativos” (Pocovi, 1999). De igual manera, se escogieron varios tipos de investigación a aplicar en cada una de las fases del proyecto, atendiendo a las necesidades de los objetivos específicos.

Inicialmente se realizó un estudio exploratorio para determinar la bibliografía a utilizar como referencia dentro del marco teórico del trabajo de grado. Las investigaciones exploratorias se llevan a cabo “cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes” (Hernández, Fernández & Baptista, 1998). Hurtado (1996) señala que generalmente se emplea la investigación exploratoria en la etapa inicial de un proceso investigativo, toda vez que es posterior a ese primer acercamiento al tema estudiado, cuando se pasa a la fase descriptiva o analítica, por ello el ciclo exploratorio no es considerado como un tipo de investigación por sí solo.

Por otra parte, debido a las características específicas del producto a desarrollar, se seleccionó el tipo de investigación evaluativa, cuyo objetivo es “evaluar los resultado de uno o más programas, los cuales hayan sido, o estén siendo aplicados dentro de un contexto determinado” (Hurtado, 1996). El análisis permitió obtener un conocimiento profundo de las características definitorias de los medios electrónicos de comunicación universitaria que anteceden al proyecto, utilizando los hallazgos adquiridos en esta evaluación como base para la creación de la propuesta planteada.

Respecto a este particular se emplearon dos instrumentos de recolección de datos. Por una parte se construyeron *entrevistas semiestructuradas* para ser administradas a los directivos de las propuestas

electrónicas estudiadas; y por otra, se creó un *sistema de observación* a ser aplicado a cada sitio web, el cual fue elaborado sobre la base de la matriz de análisis empleada en la realización del trabajo de grado *Evaluación del funcionamiento y utilización de un sitio web: Caso la Aldea* (Degen, 2001), que fue adaptada en función de los requerimientos específicos de la presente investigación.

Así mismo, se optó por el diseño de investigación descriptivo, el cual pretende “especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (Dankhe, 1986 en Hernández et al., 1998). Tomando como base las investigaciones documentales precedentes, se puntualizaron las características de los internautas de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), que coinciden con las del público meta seleccionado, de esta manera se diseñó un portal acorde a sus exigencias y necesidades. El marco referencial utilizado en esta parte estuvo compuesto por los siguientes trabajos de grado: *¿Internauta Postmoderno?*, de Valentina Raventós Márquez, y *La Aldea: espacio virtual interescuelas de Comunicación Social de Venezuela*, desarrollado por Edith Oronel, Verónica Plaza y Claudia Sisco.

Por último, en cuanto a la estructuración del sitio web, se operó según la metodología DADI, expresada en el libro *Designing Business* de Clement Mok (1996), lo cual se reforzó con entrevistas a diseñadores web, para mejorar la calidad del producto.

4.3.1.- Fases que conforman la investigación:

Para el logro de los objetivos planteados, se hizo necesaria la estructuración del trabajo en varias fases:

- **Fase 1: Documentación**

Investigación bibliográfica de materiales impresos y electrónicos diversos, complementados con la realización de consultas a fuentes vivas, entre ellas diseñadores web, docentes en el área informática y tecnológica, etc. Durante esta fase se revisaron trabajos de grado anteriores que hicieron posible la definición de las características del público meta de *Ucabistas*.

- **Fase 2: Construcción del instrumento de medición**

Se precisaron los aspectos a medir a través de dos instrumentos de recolección de datos: *entrevistas semiestructuradas* y un *sistema de observación*. Ambos se utilizaron para evaluar las propuestas que integran el mercado competitivo en el cual se desenvolverá el sitio web.

- **Fase 3: Aplicación del instrumento de medición**

Administración de las entrevistas a los directivos de las propuestas de comunicación electrónica anteriores al proyecto y revisión directa de los sitios web seleccionados, mediante la implementación del sistema de observación a ser utilizado.

- **Fase 4: Análisis de resultados**

Descripción de los resultados que se obtuvieron a través de la aplicación del *sistema de observación* y de las *entrevistas semiestructuradas*. Estas herramientas se emplearon como base para la elaboración de la *matriz de evaluación de la usabilidad e interactividad* de los sitios web que se tomaron en consideración para el desarrollo de la presente investigación.

- **Fase 5: Planeación del sitio web**

Empleo de la metodología DADI (Definición, Arquitectura, Diseño e Implantación) para la realización y publicación del sitio web.

- **Fase 6: Elaboración del manual de estilo de Ucabistas**

Elaboración de un 'Manual de Estilo' para el mantenimiento del portal informativo, lo que propiciará la continuación del proyecto.

- **Fase 7: Redacción del informe final**

Compilación del material necesario para la presentación del trabajo de grado.

4.3.2.- Descripción de las actividades realizadas

A continuación se describirán las actividades llevadas a cabo dentro de cada una de las fases descritas en los párrafos precedentes, que posibilitaron la culminación de este proyecto:

Fase 1: Documentación

Durante el desarrollo de la Investigación bibliográfica se pretendió realizar una exhaustiva revisión de todos aquellos documentos que pudieran ser de

utilidad para el desarrollo del trabajo de grado. La búsqueda se llevó a cabo en varios tipos de fuentes:

- Libros: aunque se empleó una cantidad considerable de textos en la elaboración del marco teórico y metodológico del proyecto, la novedad del tipo de temática a tratar obligó a explorar con mayor detenimiento el mundo de las publicaciones electrónicas por ser éstas las más actualizadas al respecto.
- Material hemerográfico: para poder realizar un estudio de esta naturaleza, en el que los conceptos manejados evolucionan a gran velocidad, se hizo imprescindible la búsqueda de información en revistas, artículos de prensa y publicaciones universitarias impresas, que tuviesen datos actualizados. Para el desarrollo del presente trabajo de grado se examinaron algunas publicaciones no tan recientes, pero de significativo valor para el área electrónica, como *PC World Venezuela* e *Internet World Venezuela*, además de artículos de las secciones de ciencia y tecnología de los diferentes diarios de circulación nacional. Por otra parte, para obtener información relativa a las tendencias del público universitario, se utilizó el conocido periódico estudiantil *Letras*.
- Trabajos de Grado: posibilitaron la ubicación de información referente a algunas de las propuestas comunicacionales que anteceden al proyecto y el conocimiento profuso de las características que definen a los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), quienes coinciden con el target de *Ucabistas*.

- Publicaciones electrónicas: la información obtenida de las referencias extraídas de Internet se empleó para la construcción del marco teórico. Algunas de las páginas consultadas permitieron obtener datos novedosos relativos al campo de los medios electrónicos, además de información detallada respecto a los software requeridos para el desarrollo de publicaciones electrónicas.
- Comunicaciones personales: la aplicación de entrevistas a diseñadores web especializados, a docentes en el área de la tecnología electrónica y a directivos de diferentes sitios web, permitieron el desarrollo del marco teórico y metodológico. Pese a que algunas de estas comunicaciones se efectuaron informalmente, sin un instrumento de recolección de datos elaborado previamente, la mayoría contó con esta herramienta para facilitar el proceso de inclusión de la información recabada en la estructura final del trabajo de grado.

La mayor parte de las fuentes consultadas (libros, hemerografías, trabajos de grado y publicaciones electrónicas) se utilizaron para construir el basamento teórico y metodológico necesario para llevar a cabo la investigación, que luego sirvió de sustento para el diseño y la publicación del sitio web en la red.

Fase 2: Construcción del instrumento de medición

En esta etapa se construyó la *entrevista semiestructurada* a ser aplicada a los directivos de los medios electrónicos estudiados. De igual manera, se elaboró un sistema de observación que facilitó el análisis de los sitios web, a través del desarrollo de la *matriz de evaluación de usabilidad e interactividad* de cada uno de ellos. A continuación se describe el proceso

seguido para la creación de los instrumentos de recolección de datos que fueron empleados:

- Entrevista:

Hernández et al. (1998) señalan que un instrumento de recolección de datos deber estar dotado de cierto grado de confiabilidad y validez. En este caso, se empleó una *entrevista semiestructurada* que fue facilitada a cada uno de los entrevistados a través del correo electrónico, para que la respondieran por escrito y procedieran a enviar sus impresiones.

La aplicación de esta entrevista como herramienta para recabar información estuvo motivada por el hecho de que los datos que se deseaban recolectar eran de tipo cualitativo. Por otra parte, la elaboración de este instrumento le brinda a la entrevistadora la posibilidad de contar con una guía de datos a investigar, permitiéndole cierto nivel de flexibilidad para la formulación adicional de interrogantes que no se encontraran contempladas en el modelo construido originalmente, o bien, para la eliminación de preguntas que el entrevistado contestase previamente como parte de otras respuestas.

La entrevista utilizada consta de una parte introductoria donde el entrevistado señala sus datos personales y el cargo que detenta dentro del medio para el cual labora; posteriormente se presentan siete interrogantes, cada una de ellas formulada con un objetivo distinto (Ver anexo B).

El instrumento aplicado a los directivos de los medios electrónicos fue validado por la Lic. Mcs Verónica Gallego Megod⁸ y el Lic. Osvaldo Burgos García⁹. A continuación se explican los aspectos que se buscó medir a través de cada una de las interrogantes incluidas en la entrevista:

Pregunta 1. Aparición del medio: la intención de esta pregunta es por una parte, establecer un vínculo inicial con el entrevistado, y por otra, la obtención de información relativa al surgimiento del medio que pudiese ser incluida dentro del marco teórico.

Pregunta 2. Motivaciones iniciales para su creación: a través de la repuesta suministrada se logra determinar cuál es la visión que la empresa posee en torno a los medios electrónicos y el grado de importancia que tiene para ésta el target al cual va dirigido el sitio web. Así mismo, se puede extraer cuál es la intencionalidad de la página web, datos de importancia general a ser utilizados dentro del marco teórico.

Pregunta 3. Modificaciones en el diseño de imagen: las preguntas tres y cuatro están íntimamente relacionadas, ambas pretenden determinar qué tan familiarizada está la empresa con los cambios que ocurren en el entorno electrónico y cuánta importancia tienen para sus directivos el diseño y la imagen que posee la página ante el internauta. En un primer momento se pensó incluir las respuestas obtenidas dentro del marco teórico; sin embargo, los comentarios al respecto fueron eliminados por

⁸ La Lic. Mcs Verónica Gallego Mengod es Profesora de Técnicas de Investigación de la Escuela de Arte de la Universidad Central de Venezuela (UCV) y docente del área de metodología, tutora, asesora y jurado en la Universidad Nueva Esparta (UNE).

⁹ El Lic. Osvaldo Burgos García es Coordinador del área informática y docente de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

considerarlos poco relevantes a la hora de estructurar esta parte de la investigación. No obstante, los conocimientos obtenidos se emplearon en la elaboración del 'Manual de Estilo' del sitio web.

Pregunta 4. Características del sitio web: con esta interrogante se pretenden alcanzar varios objetivos. En primer lugar se desea determinar cuán relevante es el sitio web para las intenciones de la investigación y cuánta competencia posee el entrevistado para dar respuestas efectivas a las necesidades del presente trabajo de grado.

La pregunta se subdividía en tres partes, referentes al diseño de contenido, identidad e interactividad que posee cada sitio estudiado. En algunos casos la pregunta debió reformularse puesto que los entrevistados no manejaban la terminología técnica que aplica a los sitios web.

Las respuestas fueron utilizadas como base en la escogencia de los modelos más adecuados para diseñar la estructura del sitio.

Pregunta 5. Proceso de montaje del sitio web: esta pregunta se fraccionó en cuatro partes; la primera, relacionada con la distribución de tareas dentro de la empresa y el número de personas incluidas en la elaboración del sitio web; la segunda, referente al proceso de recolección de la información a publicar; la tercera, vinculada a la frecuencia de actualización; y la última, relativa al manejo de los software utilizados para el diseño web.

Las respuestas obtenidas por medio de esta pregunta fueron utilizadas en el marco teórico y durante el proceso de diseño y publicación de *Ucabistas*.

Pregunta 6. Utilización de un manual de estilo del sitio web: esta pregunta se formuló para determinar el nivel de organización con el que funcionaba el sitio web y cuán necesaria -a juicio de los directivos de la empresa- es la elaboración de una guía o herramienta de trabajo tan elemental como ésta.

Aspecto	Manejo Conceptual	Indicadores	Pregunta N°
Historia	Surgimiento del sitio web	Tiempo, forma y razón	1 y 2
Imagen	Prevalencia de los criterios originales y adaptación a los cambios ocurridos en el entorno gráfico de los medios electrónicos	Tiempo y razón	3 y 4
Contenido	Tipo de esquema utilizado en la arquitectura de la información	Forma	5
Interactividad	Aplicación de las artes interactivas más adecuadas que medien entre el contenido y los usuarios	Forma	5
Identidad	Creación de un sistema de comunicación gráfica que asegure la adaptabilidad del sitio a los cambios evolutivos del entorno	Forma, tiempo y requerimientos	5
Montaje	Información relacionada con el proceso de publicación del sitio en la red	Forma y tiempo	6
Manual de Estilo	Guía práctica a utilizar para el desarrollo de un sitio web	Si lo posee o no	7

Tabla N° 1: Cuadro técnico metodológico de la entrevista aplicada a directivos de medios electrónicos

- Sistema de observación:

“La observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamiento o conducta manifiesta. Puede utilizarse como instrumento de medición en muy diversas circunstancias (...)” (Hernández et al., 1998).

Para realizar el proceso de observación es necesario construir un sistema preciso, el cual requiere del seguimiento de varios pasos, tales como la definición de los aspectos a ser observados, la elección de las unidades de observación y el establecimiento de las categorías y subcategorías de observación (Hernández et al., 1998).

La definición de los aspectos a ser observados se basó en algunas de las categorías que integran el instrumento de evaluación de usabilidad e interactividad elaborado por Degen (2001), que es definido como “una matriz de análisis que conjuga las Heurísticas de Nielsen (...), Los Principios Primarios de interfaces de Tongazzini (...) y Los Principios de las Interfaces Gráficas de Mok” (Degen, 2001) (Ver anexo E).

El instrumento original de análisis debió ser adaptado por la autora en función de las necesidades específicas de esta investigación (Ver anexo D) y sus categorías se encuentran justificadas a continuación:

- *Retroalimentación:* para cada acción que el usuario realice, el sistema deberá proporcionar una respuesta evidente.
- *Tiempo de espera:* el internauta no debe esperar mucho tiempo entre la ejecución de su acción y la respuesta ofrecida por el sistema. Sin embargo, hay solicitudes de mayor complejidad que requieren de

tiempos mayores para su cumplimiento, en esos casos es indispensable que el sistema proporcione un aviso para que el usuario no se impacienta ante la tardanza.

- *Interfaz adaptada al usuario:* el sitio debe utilizar un lenguaje similar al del usuario, dotado de elementos fáciles de visualizar, cuyas funciones resulten obvias ante la lógica del internauta.
- *Metáforas:* el sitio web debe contar con elementos visuales que aludan sensaciones diversas, contribuyendo con la formación de imágenes en la mente del usuario.
- *Ayuda y documentación:* en caso que las funciones a realizar por el Internauta dentro del sitio web sean de cierta complejidad, es recomendable que exista un sistema de ayuda de fácil ubicación. Esta herramienta deberá contar con una lista detallada de los pasos a seguir para llevar a cabo cada tarea, además de una descripción de los posibles problemas y sus soluciones.
- *Consistencia, estándares y guías:* si el sistema no utiliza las convenciones preestablecidas para navegar dentro de la red, debe contar con guías visibles que faciliten el proceso; de igual manera, toda acción realizada debe poder ser revertida, para garantizarle al usuario que su experiencia virtual puede ser controlada totalmente por él.
- *Anticipación y conveniencia:* todo sitio web debe buscar anticiparse a las futuras necesidades de los internautas, quienes determinan la ruta a seguir en función de lo que creen o no conveniente en un momento

dato. Es importante que las opciones no estén predeterminadas y que sea el usuario quien controle sus acciones.

- *Diseño minimalista*: el tipo de diseño debe seleccionarse y aplicarse atendiendo a las necesidades y características del target, debido a que lo ideal es que el visitante conozca el mecanismo de funcionamiento desde la primera vez que accede al sitio web.
- *Modo de operación*: cuál es la estructura que permite la interacción entre el usuario y el sistema, se realiza a través de comandos complejos, mediante la manipulación de objetos o la grabación de datos.
- *Legibilidad*: el tipo y color de la fuente utilizada, en combinación con el fondo de la pantalla seleccionado, debe permitir una fácil lectura del contenido. Resulta importante tomar en consideración el tamaño estándar de los monitores utilizados por los posibles internautas y el tipo de configuración con la cual operan, para evitar fallas durante el proceso de navegación del sitio web.

Luego de ser designadas las unidades de observación, se procedió a establecer las categorías y subcategorías a utilizar para cada uno de los aspectos a incluir en el instrumento (Ver anexo C). De igual manera, se utilizaron escalas de medición y tablas con los elementos descriptivos de cada subcategoría, a fin de facilitar el vaciado de datos en la matriz y el proceso de análisis de los resultados obtenidos.

El *sistema de observación* elaborado fue validado por la Lic. Mcs Verónica Gallego Megod y el Lic. Osvaldo Burgos García. A continuación se

explican los aspectos que se buscó medir para cada una de las categorías y subcategorías tomadas en consideración:

1. Retroalimentación: El primer planteamiento busca determinar la frecuencia con la que se presenta esta característica en el sitio web y señalar las fallas existentes en el proceso, tales como hipervínculos que no permiten la conexión con el sitio esperado por el usuario, aquellos que presentan errores técnicos o conducen a sitios que han sido desincorporados de la red, entre otros. De igual manera, se colocó el enlace que posee el error, en caso que se requiera su posterior revisión.
2. Tiempo de espera: Se buscó determinar la cantidad de segundos que debe aguardar el usuario para visualizar la página o el sitio al cual van destinados los hipervínculos. Además, se tomó en cuenta si el sitio muestra avisos, en caso que sus tiempos de espera sean elevados, y si esta tardanza es justificada o no, en función del tipo de grafismos, fondos o recursos interactivos que posee el sitio web.
3. Interfaz: Para comprobar la adecuación de *la interfaz gráfica de usuario* fue necesario especificar si el lenguaje empleado era acorde al tipo de usuario al que va dirigido el sitio web. Así mismo, se colocó la descripción de la estructura del sistema de navegación, señalando tanto la ubicación de los botones y vínculos que permiten la movilidad del internauta, como la presencia del mismo esquema de navegación en todas las páginas que componen el sitio.
4. Metáforas: Se colocó una escala para determinar cuán profusa es la utilización de este recurso en el sitio web analizado, incluyendo una descripción del tipo de representación gráfica para establecer la existencia de concordancia entre el aspecto visual y el referente al que este alude.

5. Ayuda y documentación: Con esta categoría se pretendió conocer si el sitio web incluye o no mapa de navegación y guías, añadiendo una breve descripción de éstas últimas, en caso de poseerlas.
6. Consistencia, estándares y guías: Permitió verificar si el sitio cuenta con una navegación convencional o no, indicando si existen especificaciones sobre el tipo de esquema empleado. Por otra parte, se busca conocer si el usuario cuenta con la opción de revertir los errores que comete durante su recorrido, mediante botones de retorno y vínculos a la página de inicio, secciones y subsecciones.
7. Anticipación y conveniencia: Se buscó precisar el tipo de esquema de organización que emplea el sitio (lineal, jerárquico, en red y otros) para determinar su adecuación respecto a la clase de usuarios que frecuenta el espacio virtual analizado.
8. Diseño minimalista: Se examinó cada sitio para señalar si la estructura que posee, presenta o no esta característica.
9. Modo de operación: Permitió conocer el tipo de herramienta que utiliza el usuario para interactuar con el sitio, si lo realiza a través de comandos, de la manipulación de objetos, mediante la grabación de datos u otros.
10. Legibilidad: Se pretendió describir a profundidad los tipos, tamaños y tonalidades de las distintas fuentes utilizadas, así como el color empleado en los fondos, para tratar de verificar la correspondencia de estos elementos con el target del sitio web.

Fase 3: Aplicación del instrumento de medición

Luego de la construcción de los instrumentos de medición, se seleccionaron las muestras a las cuales se les aplicarían. En atención al tipo de investigación cualitativa dentro de la cual se enmarca el presente proyecto, se escogió una muestra no probabilística para ambos casos.

Las muestras no probabilísticas, también llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección informal y un poco arbitrario (...). En las muestras de este tipo, la elección de los sujetos no depende de que todos tengan la misma probabilidad de ser elegidos, sino de la decisión de un investigador o grupo de encuestadores (Hernández et al., 1998:226).

Los muestreos no probabilísticos tienen algunas desventajas debido al nivel de confiabilidad de los resultados obtenidos; sin embargo, son de gran utilidad para investigaciones que no buscan la representatividad de la muestra, sino más bien “una cuidadosa y controlada elección de sujetos con ciertas características” (Hernández et al., 1998). Las muestras no probabilísticas se clasifican en función del tipo de sujetos a quienes se les administrará el instrumento de medición elaborado.

A continuación se hará referencia a la población y muestra a la que se le aplicó cada uno de los instrumentos de recolección de datos. En primer lugar se explicará lo referente a la *entrevista semiestructurada*, para luego señalar lo relativo al *sistema de observación*.

En la administración de la entrevista se quiso emplear una muestra de mayor representatividad para la población, compuesta por todo el universo conocido por la autora, en el que se incluyen los directivos de los cinco sitios web dedicados a la comunicación para estudiantes universitarios (*Univerxity, Universia, La Simón, La Aldea y Decanato Digital*); sin embargo, ante la negativa de dos de las personas consultadas –Manuel Barroso, Director de *Univerxity* y María Silvia Cemborain, Directora de contenido de *Universia*– se decidió dar curso a la investigación con los medios interesados en prestar su colaboración.

En relación con lo anterior, para la aplicación de la entrevista se seleccionó la muestra de sujetos voluntarios. Este tipo de muestreo se refiere a los “sujetos que voluntariamente acceden a participar en un estudio” (Hernández et al., 1998).

Es así como, de una población conocida compuesta por cinco directivos de los sitios web *no institucionales* dedicados al segmento universitario, se trabajó únicamente con los tres que accedieron espontáneamente a colaborar con la investigación.

Para la realización de los contactos iniciales con los encargados de cada sitio web, se utilizaron dos herramientas: buscadores de información venezolanos, entre ellos *Eureka*, *Yuada* y *Ayantepui*; y los servicios del Centro Nacional de Tecnologías de Información (CNTI). Mediante este último se logró obtener números telefónicos directos de varios de los directivos contactados.

Posterior a la realización de la primera consulta, se procedió a enviar el formato de la entrevista por correo electrónico para que los encargados de cada sitio web respondieran las preguntas formuladas, enviando luego vía e-mail sus impresiones y comentarios al respecto.

En cuanto a la administración del *sistema de observación*, se decidió aplicar el instrumento a todos los sitios web *no institucionales* dirigidos a estudiantes universitarios conocidos por la autora (*Universia*, *Univerxity*, *La Simón*, *La Aldea* y *Decanato Digital*). La muestra tomada forma parte de un universo finito pero desconocido, que está conformado por todos los sitios web que componen la población.

La aplicación del instrumento requirió de la realización de varias sesiones de conexión a Internet¹⁰, durante las cuales se llevó a cabo una navegación exhaustiva por cada uno de los sitios web para poder responder con precisión a los diversos aspectos incluidos en el *sistema de observación* elaborado previamente.

Fase 4: Análisis de resultados

Para llevar a cabo el análisis de los resultados se tomaron en cuenta los datos arrojados por la *entrevista semiestructurada* y por el *sistema de observación*, que fueron administrados a los sitios web que conforman la muestra descrita previamente. Sobre la base de lo anterior, se utilizaron los resultados arrojados por la entrevista para obtener datos generales respecto a las propuestas electrónicas, tales como el proceso de surgimiento del medio, manejo de software, diseño de contenido, identidad e interactividad, entre otros. Aunado a esto, se vació la información producto de la observación en los cuadros de *evaluación de usabilidad e interactividad* elaborados para cada uno de los sitios web (*Universia, Univerxity, La Simón, La Aldea y Decanato Digital*).

Posterior al vaciado de los datos, se evaluó cada una de las propuestas por separado, para luego proceder a realizar un análisis comparativo de las características más resaltantes de cada una de ellas, utilizando información teórica para sustentar las conclusiones obtenidas.

Fase 5: Planeación del sitio web

Clement Mok (1998) ideó un método de desarrollo de proyectos tecnológicos que resulta aplicable al diseño web, en el que se contemplan

¹⁰ Utilizando para ello un equipo Pentium III de 750 Mhz, con 128 de memoria RAM, módem de 56K y plan de conexión ilimitada de CANTV.

cuatro pasos para la culminación de la propuesta planteada: Definición, Arquitectura, Diseño e Implantación. La metodología DADI describe progresivamente los pasos que deben seguirse para realizar una publicación electrónica, desde la concepción de la idea hasta su colocación en un servidor dentro de la red. A continuación se describen las etapas a seguir:

a) Definición:

La principal actividad llevada a cabo dentro de esta etapa es el diseño creativo, empleado para recabar y analizar la información. Posteriormente se determinan los objetivos del proyecto, relacionándolos con elementos prácticos como el presupuesto y los plazos de ejecución, que dependerán en gran medida de la duración de esta fase, en la cual se incluyen las siguientes labores:

- **Precisar el objetivo:** antes de iniciar cualquier proyecto es indispensable determinar su finalidad ulterior.
- **Puntualizar y analizar el mercado competitivo:** la visualización del tipo de público al que va dirigido la publicación web permite detectar el escenario competitivo en el cual se desenvolverá el sitio, una vez diseñado.
- **Determinar el contenido del proyecto:** luego de escoger la clase de datos a publicar será más sencilla la recolección de información textual y gráfica acorde con los objetivos.
- **Definir el tipo de funciones a ofrecer:** en esta etapa se busca determinar si la finalidad del sitio web será comercial, educativa, informativa, de entretenimiento, etc.

- **Establecer el perfil de futuros internautas:** con una concepción clara del usuario se podrá escoger el mejor diseño de identidad, interactividad y contenido, aplicado a las características y en respuesta a las necesidades particulares del target al cual va dirigido el sitio web.
- **Identificar el medio de ejecución:** seleccionar la plataforma tecnológica más adecuada al tipo de proyecto a desarrollar.
- **Examinar los aspectos tecnológicos:** en esta etapa se precisan los requerimientos de software y hardware a utilizar para el diseño y publicación del sitio, analizando propuestas novedosas que faciliten el proceso y determinando la factibilidad de adquisición de estas herramientas.
- **Determinar plazos de entrega:** cuánto tiempo se estima necesario para la culminación del proyecto.
- **Determinar el presupuesto general**

b) Arquitectura:

En esta etapa las principales actividades son el diseño creativo y el informativo. Lo más importante es seleccionar el tipo de estructura que tendrá el sitio web, en función del contenido a publicar: “La fase de arquitectura proporciona un marco sobre el que se construirá la apariencia y el comportamiento del proyecto” (Mok, 1998).

En esta fase se deben realizar las siguientes tareas:

- **Determinar los mensajes claves:** qué información puede ser considerada como primordial para el sitio, atendiendo a los requerimientos y características del target.

- **Definir el tipo y la funcionalidad de la información:** seleccionar el mejor medio para transmitir los diferentes contenidos a publicar (texto, imágenes, video, audio, animaciones, etc.) y qué funciones tendrán dentro del sitio web.
- **Definir las relaciones lógicas:** determinar qué tipo de acciones podrá realizar el usuario dentro de la página web y establecer las mejores herramientas interactivas que favorezcan su navegación.
- **Precisar los vínculos:** se deben establecer cuáles contenidos van a estar relacionados de forma directa dentro del sitio web mediante vínculos hipertextuales.
- **Barajar posibilidades y crear conceptos:** es importante plantear varias opciones para el diseño de identidad, interactividad y contenido del sitio web, basadas en diversas concepciones de la idea original. Esto se logra mediante reuniones entre los realizadores del proyecto, donde la implementación de tormentas de ideas cobra particular importancia para permitir el flujo creativo.
- **Visualizar las tecnologías más adecuadas:** es importante determinar si las tecnologías más avanzadas son las mejores para el sitio web y si existe la posibilidad de tener acceso a ellas.
- **Comprobación:** mediante análisis y pruebas realizadas a los modelos planteados inicialmente, se pueden detectar posibles fallas que permitan mejorar la calidad del sitio. En ningún caso se debe pasar de la fase de arquitectura a la de diseño sin realizar una comprobación previa.

c) Diseño:

En esta etapa el diseño creativo es lo fundamental. Se seleccionan los colores, formas y elementos textuales, gráficos y audiovisuales a utilizar para

desarrollar el sitio. El diseño implica dotar a la página de comportamiento y apariencia, es decir, de interactividad e identidad propia, para ello es necesario cumplir con las siguientes actividades:

- **Desarrollar los elementos a emplear:** en esta fase se busca redactar y montar en el servidor todos los textos a utilizar, elaborar las ilustraciones, seleccionar las fotografías e imágenes, preparar las animaciones y demás elementos que sean necesarios para la publicación del sitio web.
- **Realizar pruebas de usabilidad:** de esta manera se podrán corregir imperfecciones en el diseño de apariencia y comportamiento del sitio.

d) Implantación:

Los aspectos fundamentales de esta etapa son el diseño creativo y el proceso de gestión tecnológica. Durante la implantación se continúan realizando pruebas para garantizar que el sitio web responda efectivamente a las necesidades de los usuarios. Debido a que la evaluación prosigue, es necesario mantener activo el proceso creativo, pues el diseño se debe adaptar en función de los resultados obtenidos mediante las comprobaciones aplicadas. Las actividades a realizar durante esta fase son las siguientes:

- **Implementar el diseño:** se pretende implantar el diseño tal como se concibió en la fase destinada para ello.
- **Propagar el sistema a los múltiples componentes y plataformas:** en esta parte se publica el sitio en Internet, verificando la funcionalidad de los hipervínculos y del diseño de interactividad.
- **Realizar un análisis beta y hacer las correcciones finales**

A juicio de Oronel et al. (1999) se hace necesaria la inclusión de una quinta fase que propicie la extensión de las pruebas y evaluaciones realizadas al sitio web, atendiendo a los cambios evolutivos del entorno electrónico y a las modificaciones que presente el target durante el tiempo que permanezca el sitio publicado en la red.

Fase 6: Elaboración del manual de estilo de Ucabistas

Para la realización del 'Manual de Estilo' se tomó en consideración lo expresado en el manual desarrollado para darle continuidad al sitio web *La Aldea*, contenido en el trabajo de grado *La Aldea: Espacio virtual interescuelas de comunicación social de Venezuela* (Oronel et al., 1999).

De igual manera se llevaron a cabo entrevistas y conversaciones informales con algunos especialistas en diseño web, entre ellos Omar Franco, Analista Junior de operaciones de *CANTV.NET*; Miguel Ángel Blanco, antiguo Webmaster del sitio web *Analítica*; Daniel Cáceres, Webmaster de la versión en línea de la *Revista Púrpura* y Reinaldo Aguilera, Webmaster de la Cámara Venezolana de la Construcción y empresas afines.

Por último, se empleó parte de la documentación especializada revisada en la construcción del marco teórico, para darle basamento teórico al manual de estilo presentado.

Fase 7: Redacción del informe final

El objetivo de todo trabajo de grado es dar a conocer los detalles sobre "qué y cómo se investigó, además de presentar los resultados y conclusiones del estudio" (Arias, 1999).

Para la elaboración del informe final se compilaron todos los datos obtenidos a lo largo del desarrollo de la investigación, los cuales fueron presentados siguiendo el esquema solicitado por la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB):

- Portada interior.
- Dedicatoria.
- Reconocimientos o agradecimientos.
- Índice general.
- Índice de tablas y figuras.
- Introducción.
- Marco referencial y teórico.
- Marco metodológico.
- Análisis y discusión de resultados.
- Conclusiones y recomendaciones.
- Fuentes de información y bibliografía.
- Anexos. (Universidad Católica Andrés Bello, 2001)

V.- Análisis y Discusión de Resultados

En este capítulo se presentarán los resultados obtenidos a través de los instrumentos de recolección de datos elaborados (*entrevista semiestructurada y sistema de observación*), que fueron aplicados para conocer a profundidad las características de los sitios web que conforman el mercado competitivo en el cual se desenvolverá *Ucabistas*. Por otra parte, se anexará un análisis comparativo de los sitios que integran la muestra para contar con una visión global al respecto.

5.1.- Resultados obtenidos

5.1.1.- *Univerxity*

5.1.1.1.- Información introductoria:

Pese a que Manuel Barroso, Presidente de *Univerxity*, no se mostró interesado en colaborar con la presente investigación, se logró obtener información del sitio web que dirige, mediante las publicaciones electrónicas consultadas en la fase de documentación.

Univerxity surgió en el año 2000, gracias a la iniciativa de un grupo de licenciados, recién egresados en diversas carreras, que pretendía desarrollar una propuesta electrónica cuya finalidad fuese "(...) ofrecer servicios a una comunidad que no sólo está integrada por estudiantes, sino que incluye a profesores, empleados y a la institución como tal" (Pérez, 2001).

El *Banco Mercantil*, el diario *El Nacional*, la compañía proveedora de tecnología *Appix Tec* y la empresa de hospedaje *Dayco-host* y *Verio* son las principales organizaciones que patrocinan este sitio web. Además, para el año 2001 más de 25 institutos de educación formaban parte del proyecto.

Aunque *Univerxity* cuenta con el apoyo de diversas instituciones, la autora lo considera como un sitio web *no institucional*, esto en virtud de que los contenidos que presenta no son netamente académicos, pues se muestran diversas opciones para que los usuarios aprovechen sus ratos de ocio, al promover eventos culturales, destinos turísticos, lugares nocturnos, etc. Por otra parte, se busca informar al estudiante universitario sobre temas de interés general para complementar su proceso de formación académica.

5.1.1.2.- Evaluación del sitio web:

Univerxity posee una estructura de retroalimentación que casi siempre funciona a cabalidad, debido a que prácticamente todas las acciones del usuario generan una respuesta por parte del sistema. Sin embargo, existen algunos vínculos del sitio que presentan fallas, lo cual entorpece parte de la navegación:

Vínculo con falla	URL	Descripción
Contáctanos	http://www.univerxity.com/Compraxity/DefaultLibrary.asp	El vínculo no se encuentra activo.
En Rumbate!!!	http://www.univerxity.com/Entretenimiento/main_entretenimiento.asp	El vínculo hace conexión con un sitio inexistente.

Tabla N° 2: Fallas en los vínculos de *Univerxity*

La navegación de *Univerxity* es dinámica, el tiempo que debe aguardar el internauta para recibir respuesta a una acción ejecutada oscila entre 2 y 17 segundos.

Durante la observación realizada se notó que la movilización en el interior del sitio varía entre los 2 y los 6 segundos; sin embargo, el tiempo de espera asciende cuando se trata de enlaces externos. De igual manera, los tiempos tienden a aumentar cuando el usuario revisa páginas internas dotadas de animaciones o recursos gráficos de peso considerable.

En el diseño de *Univerxity* se aprecia interés por evitar que el internauta aguarde mayor tiempo del necesario para que la retroalimentación tenga lugar, lo cual se evidencia en la velocidad de respuesta del sistema, a pesar que el sitio web posee una gran cantidad de ilustraciones, imágenes y animaciones.

El lenguaje empleado para desarrollar la GUI en todo momento se adapta a los usuarios, quienes tienen la oportunidad de desplazarse por las páginas que componen el sitio a través del menú colocado en la parte superior de la pantalla y de los vínculos estructurales inferiores. Respecto a este particular, destaca el hecho de que no se mantiene el mismo esquema de navegación en todas las secciones del sitio, ya que existen páginas que poseen un menú izquierdo en sustitución de la barra de navegación superior, entre ellas *Mis Finanzas* y la correspondiente a foros de discusión.

En relación con la presencia de metáforas en el sitio web, se observa un abundante uso de este recurso. Tanto las ilustraciones como las fotografías son empleadas para identificar las diferentes secciones del sitio, mostrando un manejo correcto de la adecuación entre la imagen y su

significado. Así por ejemplo, la ilustración que da entrada al apartado en el cual se reseña toda clase de eventos para el disfrute del tiempo libre, refleja a dos rostros sonrientes; la sección en la que se reciben proyectos a ser financiados está representada por un bombillo encendido; y una fotografía donde se aprecia a un joven con expresión de asombro permite el acceso a *Historias Insólitas*.

Aunque *Univerxity* no posee un mapa que guíe a los usuarios en el recorrido, la estructura de navegación convencional empleada evita que éste se extravíe durante el proceso. Por otra parte, el uso de recursos como el menú, los vínculos incrustados y las animaciones, le indican al público constantemente qué caminos tiene a su disposición para que seleccione alguno a su gusto. A este respecto, el internauta siempre tiene la posibilidad de revertir sus errores, bien sea mediante la opción 'back' que ofrece el navegador, a través del vínculo a la página de inicio y a las páginas principales de las secciones y subsecciones, según sea el caso.

Univerxity utiliza el esquema en red o reticular para jerarquizar el contenido, lo cual le permite al usuario desplazarse por todas las secciones que componen el sitio sin necesidad de regresar a la página de inicio, mediante la barra de navegación, el menú y los vínculos estructurales inferiores.

Por otra parte, el usuario de *Univerxity* conoce el funcionamiento al ingresar al sitio web, lo cual viene dado por su diseño minimalista en el cual todas las tareas son realizadas a base de la manipulación y la grabación como modos de operación, utilizando para ello el 'mouse' y el teclado.

Finalmente, en cuanto a los fondos y fuentes empleadas, *Univerxity* utiliza en la mayoría de sus páginas tres colores básicos: azul claro, naranja claro / oscuro y blanco. Sobre estos fondos se colocan los textos en los que suele predominar el negro (contenidos generales), azul claro / oscuro (intertítulos), azul y naranja (vínculos) y combinaciones diversas de los tres colores más usados, para la elaboración de los títulos.

En cuanto a los tamaños de las fuentes se pudo observar que oscilan entre los 8 y 20 puntos, distribuidos de la siguiente manera: de 8 a 11 puntos para los textos generales, que pese a ser pequeños resultan legibles; de 11 a 20 puntos para los títulos, en los que puede apreciarse combinación de tamaños de fuentes para las distintas palabras, facilitando su diferenciación respecto al contenido que encabezan; intertítulos de 12 y 13 puntos y vínculos de igual tamaño que los textos generales.

5.1.2.- *Universia*

5.1.2.1.- Información introductoria:

Durante esta investigación se intentó contactar a varios representantes de *Universia Venezuela* para la aplicación de la entrevista elaborada. Pese a que se iniciaron conversaciones con la Profesora María Silvia Cemboraim (Directora de Contenido) y se logró enviar el instrumento por correo electrónico, ésta manifestó que la información solicitada se consideraba confidencial debido a que aún la compañía no se había estabilizado en el mercado venezolano, por lo que revelar datos tan específicos (aun con fines académicos) resultaba imposible (Cemboraim, conversación personal, 21 de marzo, 2002).

Al igual que en el caso anterior, se logró obtener información del sitio web a través de publicaciones electrónicas y mediante algunos contenidos que posee la página de *Universia Venezuela*, en ellos se da a conocer la fecha de aparición, los objetivos e intereses más resaltantes y cuáles son las instituciones que integran el proyecto.

Universia está presente en Internet desde el 13 de marzo de 2001 cuando inició operaciones en España; meses después comenzó su expansión a varios países entre ellos Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Venezuela.

Este sitio web tiene como objetivo principal el desarrollo de un portal que satisfaga las necesidades de la comunidad universitaria y que se convierta en el punto de encuentro iberoamericano (*Universia Venezuela*, 2001). El patrocinante más destacado del proyecto en el país es el *Banco de Venezuela Grupo Santander*, y pese a que los contenidos del sitio tienden a relacionarse mayoritariamente con el ámbito académico (son generados por las universidades que integran el proyecto), es considerada como una propuesta electrónica *no institucional* porque promueve la formación intelectual, cultural y social de los usuarios, tanto dentro como fuera de las aulas.

5.1.2.2.- Evaluación del sitio web:

Antes de iniciar la descripción de este apartado, cabe destacar que el instrumento elaborado para recolectar los datos correspondientes a este segmento de la investigación fue aplicado a *Universia* el 27 de julio de 2002; sin embargo, una posterior revisión llevada a cabo durante la primera semana de agosto motivó una segunda administración del *sistema de*

observación, en virtud del cambio de imagen visualizado en algunas de las páginas que conforman el portal.

Universia es un sitio web en el cual la retroalimentación casi siempre se cumple a cabalidad; sin embargo, existen algunos errores de programación que entorpecen la navegación del usuario, entre ellos la presencia de algunos vínculos inactivos y el enlace de una página con otra que no se corresponde con lo que espera encontrar el usuario.

Vínculo con falla	URL	Descripción
Buscadores	http://servicios.universia.edu.ve/redisenio/contenido/estudiantes/Estudiantes.php	El vínculo no se encuentra activo.
Agenda de eventos y sugerencias	http://servicios.universia.edu.ve/redisenio/contenido/estudiantes/Estudiantes.php	El vínculo no se encuentra activo.

Tabla N° 3: Fallas en los vínculos de *Universia*

De igual manera, las páginas subsidiarias del apartado *Bibliotecas* están encabezadas por el logo de *Universia*, el cual al ser presionado traslada al usuario hasta la página principal de la Biblioteca Cervantes, lo cual no se corresponde con lo que éste espera, debido a que usualmente los logotipos conducen a la página de inicio del sitio web al que representan.

En relación con los tiempos de espera, generalmente oscilan entre los 7 y los 20 segundos, tanto para vínculos internos como para los enlaces a sitios externos. La tardanza en algunos casos no es justificada puesto que los grafismos de *Universia* no son tan complejos como para generar tanta lentitud en el proceso de retroalimentación; además, el sistema no ofrece avisos que le indiquen al internauta que debe aguardar para recibir una respuesta, lo cual le genera cierta intranquilidad.

En casi todos los casos el lenguaje de la interfaz utilizada es adecuado; sin embargo, hay ciertos recursos empleados que generan confusión en el usuario, entre ellos los cambios evidentes de la estructura de navegación entre las diferentes páginas que conforman el sitio, algunos elementos gráficos poco conocidos por los internautas, etc.

Usualmente las personas que navegan por *Universia* pueden desplazarse por los contenidos del sitio mediante la barra de navegación superior e izquierda, aunque en algunos casos lo anterior puede ir acompañado por vínculos estructurales inferiores y un menú derecho para el acceso a subsecciones; sin embargo, el usuario se siente desorientado cuando ingresa a algunas páginas donde sólo están presentes los vínculos inferiores y una barra de navegación colocada a la derecha de la pantalla, la cual no posee todas las opciones presentadas en las páginas principales.

En cuanto a la presencia de metáforas, se observó una sustancial variación entre el primer *sistema de observación* aplicado y el segundo. *Universia* mostraba inicialmente un uso limitado de este recurso gráfico; sin embargo, actualmente en las páginas modificadas la presencia de metáforas es abundante. El sitio web posee tanto ilustraciones como fotografías, muchas de éstas últimas son la base de animaciones. Así por ejemplo, una lupa da entrada a los buscadores de información, una agenda permite el ingreso a la sección *Agenda Virtual*, un sobre posibilita el acceso al correo electrónico y un disquete ayuda al internauta a descargar del sitio documentos de su interés.

Universia carece de mapa de navegación, pero emplea recursos que le indican al usuario cuáles son las opciones de las que dispone para

movilizarse, entre ellos están la barra de navegación, los submenús y las animaciones; además, se utiliza el símbolo de suma (+) como vínculo incrustado, en vez de la frase 'ver más detalles', para que el usuario profundice en los temas de su elección. Por otra parte, su esquema de navegación apegado a los estándares de la red, conjuntamente con el diseño minimalista, permite que el visitante se sienta familiarizado con el sitio tras unos pocos minutos de haber ingresado en él; sin embargo, la excesiva cantidad de texto utilizada puede, por segundos, desorientarlo y hacer que pierda interés por el portal.

La manipulación y la grabación son los dos modos que le permiten al usuario interactuar con el sistema, esto mediante la utilización de los dispositivos de entrada de datos que posee el computador.

Por último, con relación a los fondos empleados se puede apreciar un uso constante de los colores rojo y blanco, aunque el azul grisáceo se encuentra presente en menor medida. En cuanto a las fuentes utilizadas, los textos generales, cuyos tamaños oscilan entre los 9 y los 12 puntos, suelen ser negros; los títulos, elaborados en 16 y 20 puntos, varían entre los colores azul claro y rojo; los intertítulos, que pueden tener una dimensión de 13 ó 14 puntos, poseen un tono rojo oscuro o blanco; y los vínculos, cuya medida coincide con la de los textos generales, se presentan en negro, rojo y gris.

Pese a que los textos generales tienden a ser pequeños, la combinación de fondos de colores diversos actúa como separador de los bloques de información.

5.1.3.- La Simón

5.1.3.1.- Información introductoria:

Portal no oficial de la Universidad Simón Bolívar (USB) que se encuentra en la red desde febrero de 2002 para dar respuesta a las necesidades específicas del alumnado, proporcionando información de utilidad cotidiana a este segmento importante de la comunidad universitaria.

La Simón es el medio que ha permitido compilar los distintos contenidos generados dentro y fuera de la USB para ofrecerlos a sus estudiantes en el lenguaje manejado por ellos (Rincón, comunicación personal, 10 de marzo, 2002).

Pese a que este portal fue creado por Artevisión USB, una dependencia de esa casa de estudios dedicada al manejo mediático, es considerado como *no institucional* porque no se limita a proporcionar información académica, pues fue pensado para satisfacer requerimientos diferentes a los del sitio web oficial de la USB, lo cual se evidencia en el tipo de contenido manejado, en el lenguaje empleado y en los recursos gráficos e interactivos utilizados.

A través del contacto con la Coordinadora de Contenido de *La Simón*, Mayra Rincón (comunicación personal, 10 de marzo, 2002), se pudieron determinar algunas de las características más resaltantes de este sitio web:

- Medio de comunicación electrónica dirigido a la totalidad de la comunidad estudiantil de la USB.
- Creado y manejado por personal de la USB.

- Conocimiento elevado de las características y requerimientos del target, lo cual se evidencia en el uso del lenguaje adaptado al público juvenil al que apunta; además de la presencia de informaciones y recursos interactivos atractivos para los usuarios. Entre los contenidos, empleados como elemento de diferenciación del sitio web, se encuentran la cartelera de cine, guía de eventos, menú diario de los cafetines, horarios de los transportes gratuitos, descripción de las actividades deportivas y culturales a realizar dentro del campus universitario, chat, cuenta de correo electrónico gratuita y foros de discusión.
- Posibilidad de que los alumnos generen segmentos de los contenidos a publicar.
- Actualización constante del sitio web.
- Uso profuso de los recursos interactivos y adecuado manejo de la identidad del sitio.

Por otra parte, la entrevista aplicada permitió conocer que los costos de producción, publicación y mantenimiento de este sitio web son elevados debido a los pagos a compañías externas de desarrollo y hospedaje de sitios web, redactores y programadores, además de los gastos que deben ser cancelados por el despliegue continuo de campañas promocionales dentro de la USB, aunque éstas últimas son auspiciadas por patrocinantes diversos entre los que destacan la *Hewlett-Packard (HP)*, compañías bancarias, empresas de productos tecnológicos y equipos técnicos, etc.

De igual manera se pudo determinar que los administradores de *La Simón* utilizan diversos software, entre los cuales se encuentran *Word*,

Photoshop y *Dreamweaver*, además de los navegadores *Explorer* y *Netscape*.

Finalmente, es importante señalar que este sitio carece de 'Manual de Estilo y / o Procedimientos', pero no se pudo conocer la opinión particular de los administradores sobre si lo consideran o no una herramienta importante para el funcionamiento de un portal interactivo.

5.1.3.2.- Evaluación del sitio web:

Antes de iniciar este apartado es necesario aclarar que en la primera semana del mes de julio de 2002 *La Simón* fue sacada de la red, hecho que impidió momentáneamente la aplicación del instrumento elaborado. Sin embargo, se contactó nuevamente a Mayra Rincón, lo cual permitió conocer las razones que motivaron la salida del portal de la red.

Según Rincón (comunicación personal, 27 de julio, 2002), *La Simón* cambió de proveedores de servicio de hospedaje, debido a que se contrató a *Univerxity* en sustitución de la empresa *trompo.com*. De igual manera, se pudo determinar que el sitio web permanecerá fuera de Internet hasta el mes de octubre de 2002, cuando se espera hayan culminado los ajustes de la nueva plataforma tecnológica utilizada.

Pese a los inconvenientes anteriores, Rincón le facilitó a la tesista un CD-ROM con lo que, hasta ese momento, eran los artes finales del sitio web próximo a colocar en la red. Sin embargo, la aplicación del *sistema de observación* en estas condiciones afectó el análisis del sitio, puesto que no se pudieron anotar los URL de las páginas internas visitadas; además, los

tiempos de espera fueron modificados ya que la navegación de un sitio en Internet resulta un poco más lenta que la llevada a cabo dentro del disco duro de una computadora.

La retroalimentación de *La Simón* se realiza a cabalidad en todo momento, no se advirtieron fallas en ninguno de los vínculos revisados. Respecto a este particular, los tiempos de espera para la movilización interna no superaron los 2 segundos, resultado que viene dado por la visualización del sitio fuera de línea. Lo anterior contrasta con el tiempo aguardado para la consulta de los vínculos externos, puesto que en ningún caso sobrepasó los 6 segundos.

La interfaz presenta un lenguaje adaptado al usuario, el cual puede desplazarse a través de las distintas páginas que componen el sitio mediante la barra de navegación colocada a la izquierda de la pantalla, estructura que se mantiene invariable en todo el portal.

En relación con el uso de las metáforas, el empleo de este recurso visual es reducido, sólo se limita a unas cuantas fotos e ilustraciones que, en muchos casos, poseen un aspecto inadecuado respecto a los contenidos a los que identifican. Así por ejemplo, se muestra un dibujo donde aparece una hoja y un lápiz, utilizado para señalar las actividades o trámites académicos pendientes; una foto de una mujer con un laptop invita a los estudiantes a formar parte del sitio web; y tres jóvenes sonrientes, son la imagen que le permite al usuario ingresar a una página donde se describen los beneficios de registrarse en *La Simón*.

Aunque este sitio web no posee mapa de navegación, cuenta con elementos para guiar al internauta, tales como el menú colocado a la

izquierda de la pantalla y una barra que encabeza cada página, en la cual se le indica al usuario el nombre de la sección donde se encuentra. Por otra parte, el sitio presenta un diseño minimalista y un esquema de navegación convencional; además, el sistema está estructurado para permitir la reversión de errores en todo momento, a través del botón 'back' del navegador y mediante los vínculos estructurales enlazados con la página de inicio, secciones principales y subsecciones.

El esquema de organización del contenido del sitio web es en red, lo cual se evidencia a través de la interconexión directa de todas las secciones que lo conforman, a las que se puede acceder desde cualquier lugar con sólo hacer clic sobre algún botón de la barra de navegación. De igual forma, el usuario puede interactuar con el sistema mediante los modos de manipulación y grabación, activados a través del 'mouse' y del teclado.

Finalmente, el sistema de observación aplicado permitió determinar que *La Simón* emplea en sus fondos el blanco y varias tonalidades derivadas del color verde (verde azulado, mar, turquesa y manzana), sobre ellos van colocados textos en negro (contenidos generales e intertítulos), blanco (títulos) y azul (vínculos).

En cuanto al tamaño de las fuentes usadas, los textos generales y vínculos oscilan entre los 8 y 10 puntos, los títulos son colocados en 11 puntos, mientras que los intertítulos varían entre los 10 y 11 puntos. Pese a que las letras son pequeñas, la combinación de fondos y colores permite su legibilidad.

5.1.4.- La Aldea

5.1.4.1.- Información introductoria:

Sitio web creado por Edith Oronel, Verónica Plaza y Claudia Sisco en 1999 como proyecto final para obtener la licenciatura en Comunicación Social. El objetivo principal de *La Aldea* es ofrecer a los futuros comunicadores de Venezuela un punto de encuentro para que puedan expresarse y conozcan qué actividades pueden realizar en relación con su carrera, en los distintos núcleos universitarios del país (Oronel et al., 1999).

Pese a que la mayoría de las páginas que conforman este sitio poseen contenido académico, es considerada como una iniciativa *no institucional* porque ofrece un espacio para que los estudiantes expresen sus inquietudes y brinden sus opiniones; además proporciona información sobre eventos diversos relacionados con la carrera (cursos, talleres y congresos), contribuyendo con la formación intelectual del alumnado.

A mediados del año 2002 *La Aldea* mostró un cambio de imagen, debido a que el proyecto fue retomado por los estudiantes de Comunicación Social de quinto semestre de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB); sin embargo, para los fines de la aplicación de la entrevista y del sistema de observación únicamente se tomó en cuenta el sitio web original, por cuanto la construcción de la nueva propuesta no ha culminado.

Luego de contactar a Verónica Plaza (comunicación personal, 27 de marzo, 2002), una de las creadoras de *La Aldea*, se pudieron conocer algunas de sus características definitorias:

- Sitio web dirigido a estudiantes y egresados de las distintas escuelas de Comunicación Social del país.
- Conceptualizado y administrado por estudiantes de Comunicación Social de la UCAB.
- Conocimiento elevado de las necesidades de su target para el momento de su creación, lo cual se evidencia en el lenguaje empleado, en el tipo de contenido publicado, en la inclusión de recursos como foros de discusión, bases de datos, etc.
- Los usuarios del sitio web tienen la posibilidad de generar segmentos del contenido a difundir.
- El sitio original posee información desactualizada, puesto que el comité encargado de darle continuidad cesó en el cumplimiento de sus labores.
- Poco uso de recursos interactivos y manejo limitado de la identidad del sitio web.

Por otra parte, la entrevista permitió determinar que los software utilizados para el diseño del sitio original fueron *Dreamweaver*, *Photoshop*, *FreeHand* y *3D Studio*.

Finalmente, se pudo conocer que las creadoras de *La Aldea* realizaron un pequeño 'Manual de Estilo', porque consideran que es una herramienta importante para darle continuidad y coherencia a una propuesta electrónica (Plaza, comunicación personal, 27 de marzo, 2002).

5.1.4.2.- Evaluación del sitio web:

La Aldea es un sitio web en el cual la retroalimentación presenta diversas fallas, producto -en gran medida- de la desactualización de sus

contenidos y de los constantes cambios que ocurren en la red. Muchos de los vínculos revisados hacen conexión con sitios inexistentes, entorpeciendo el proceso de navegación del usuario.

En general, los tiempos de espera para vínculos internos oscilan entre los 4 y los 9 segundos; mientras que para los enlaces externos son superiores a los 16 segundos, incluso llegan a sobrepasar los 24 segundos, pero la página carece de avisos que le indiquen al usuario que debe esperar. Pese a lo anterior, algunos sitios externos poseen animaciones y grafismos complejos, lo cual puede justificar la tardanza en esos casos.

En cuanto al lenguaje de la interfaz, éste se adapta en todo momento a los internautas, quienes logran desplazarse por los diversos contenidos del sitio mediante el menú izquierdo e inferior.

El esquema de navegación es invariable a lo largo de todas las páginas del sitio, lo cual aunado a su estructura convencional y a la presencia de barras de navegación colocadas para guiar al usuario en su recorrido, evita que éste se extravíe, pese a que *La Aldea* está construida en red y no posee mapa de navegación.

Por otra parte, el sitio web analizado presenta un uso limitado de las metáforas visuales, la más resaltante es la constituida por el logo que lo identifica, en el que aparece un mapa de Venezuela para indicar que la página es el punto de encuentro de los comunicadores venezolanos. Sin embargo, su colocación en la pantalla hace pensar que es un vínculo directo a la página de inicio del sitio, por lo que el usuario se siente un poco desorientado cuando se percata que la imagen no cuenta con ningún tipo de enlace.

Tanto los vínculos estructurales dirigidos a la página principal, a secciones y subsecciones del sitio, como el botón 'back' del navegador, le permiten al internauta revertir la mayoría de sus errores.

El sitio fue desarrollado sobre la base de un diseño minimalista, donde el target emplease la manipulación de los elementos dispuestos en la pantalla y el modo grabación, para interactuar con el sistema.

En cuanto a los fondos, fuentes y colores empleados en *La Aldea*, se debe señalar que el diseño es simplista. Todos los fondos son de color blanco, con textos generales colocados en negro, vínculos en azul, intertítulos en rojo o verde y títulos combinados en gris, azul oscuro y negro. De igual manera, se utilizó el mismo tamaño de fuente para todos los contenidos del sitio (14 puntos), excepto en los títulos cuya medida generalmente es de 18 puntos. A rasgos generales, los textos son legibles pero de un tamaño muy superior al que los usuarios de Internet están acostumbrados.

5.1.5.- Decanato Digital

5.1.5.1.- Información introductoria:

Página web elaborada por un grupo de alumnos de medicina de la Universidad Centro-Occidental "Lisandro Alvarado" (UCLA) del núcleo ubicado en Barquisimeto, Estado Lara. El objetivo de esta propuesta es relacionar al estudiante de medicina con Internet como medio, desarrollando un espacio virtual para el disfrute del público al cual va dirigido.

Decanato Digital es concebido como un sitio web *no institucional* debido a que no cuenta con el apoyo de ninguna institución, además de que sus contenidos son elaborados por y para los estudiantes, englobando temas académicos, de actualidad, entretenimiento, opinión, etc.

La entrevista aplicada al Coordinador General de *Decanato Digital*, Carlos Rodríguez (comunicación personal, 14 de mayo, 2002), reveló algunos de los elementos que definen la propuesta electrónica:

- Sitio web dirigido a los estudiantes de medicina de la UCLA en Barquisimeto.
- Creado y manejado por estudiantes de medicina de esa casa de estudios.
- Amplio conocimiento de las características y necesidades informativas de su target, lo cual se evidencia en el manejo de terminología especializada en los contenidos publicados, en el tipo de información difundida, etc.
- Se le brinda la oportunidad a los estudiantes de colaborar con la redacción de las distintas secciones del sitio.
- La actualización se realiza trimestralmente, aunque en teoría el proceso debería ser mensual.
- Fallas en el diseño de identidad y manejo limitado de recursos interactivos.

De igual manera, la entrevista administrada permitió conocer que los software empleado por los administradores de *Decanato Digital* son *Dreamweaver*, *Gif Animator*, *Corel Draw*, *Corel Photo-Paint*, *Cut FTP Pro* y lenguaje *Java*.

Por último, aunque *Decanato Digital* no posee un 'Manual de Estilo', su creación está en proceso puesto que sus realizadores consideran que es una herramienta útil para darle coherencia al diseño del sitio y al contenido a publicar (Rodríguez, comunicación personal, 14 de mayo, 2002).

5.1.5.2.- Evaluación del sitio web:

La retroalimentación en este sitio web se da sólo en ocasiones, existen fallas en algunos de los vínculos colocados en las diferentes secciones, mayoritariamente porque el enlace hace conexión con sitios inexistentes, lo cual entorpece y retarda el proceso de navegación del internauta.

Vínculo con falla	URL	Descripción
Federación Interamericana de Sociedades Científicas de Estudiantes de Medicina	http://ww.geocities.com/decanatodigital/links.htm	El vínculo hace conexión con un sitio inexistente.
Biblioteca de medicina	http://ww.geocities.com/decanatodigital/lclass.htm	El vínculo hace conexión con un sitio inexistente.
Libros de medicina antiguos	http://ww.geocities.com/decanatodigital/links.htm	El vínculo hace conexión con un sitio inexistente.
A-1 Salud. Portal médico venezolano	http://ww.geocities.com/decanatodigital/links.htm	El vínculo hace conexión con un sitio inexistente.

Tabla N° 4: Fallas en los vínculos de *Decanato Digital*

El tiempo de espera que debe aguardar el usuario para recibir respuesta a sus acciones suele ser corto, generalmente oscila entre los 2 y 9 segundos, tanto en vínculos internos como externos.

Decanato Digital tiene una interfaz gráfica sencilla, adaptada en todo momento al usuario, pues “para muchos estudiantes de medicina de la UCLA, este sitio web representa el primer contacto con la red” (Rodríguez, comunicación personal, 14 de mayo, 2002).

La estructura de navegación es convencional, se mantiene el mismo esquema en todas las páginas del sitio. El usuario puede movilizarse a través del menú colocado en la parte superior de la pantalla, el cual está presente incluso en los vínculos externos, para evitar que los internauta se extravíen. Pese a que el sitio carece de mapa de navegación, la permanencia del menú y la simplicidad de la estructura ayudan a guiar a los visitantes.

Casi siempre existe la posibilidad de revertir los errores, pues el sitio posee vínculos a las secciones principales y está presente la opción ‘back’ del navegador. Sin embargo, una vez que el público emprende el recorrido, es imposible el retorno a la página de inicio porque ninguna sección está vinculada con ella, por lo que la única opción para devolverse es utilizar el botón de regreso o teclear de nuevo el URL del sitio web.

Al observar *Decanato Digital*, se advierte un uso regular de las metáforas como recurso visual. Mediante ilustraciones variadas, con niveles de adecuación diferentes, se da entrada a las diversas secciones, o bien, se apoyan contenidos escritos. Así por ejemplo, una niña con un globo terráqueo da la bienvenida al apartado de enlaces, un hombre que observa las estrellas con un telescopio representa el acceso a la sección *Clases Virtuales*, y un dibujo de una mujer conversando identifica la sección de *Artículos*.

Decanato Digital parecer estar construido pensando en el esquema en red para organizar el contenido, debido a que la falla que impide el retorno a la página de inicio aparenta ser el resultado de un error en el proceso de concepción y montaje del sitio web.

Por otra parte, este sitio cuenta con un diseño minimalista, pues minutos después de ingresar en él, sus internautas identifican cómo se encuentra estructurado. De igual manera, los visitantes deben emplear el teclado y el 'mouse' para interactuar con la página, ya que ésta funciona a través de la manipulación de los elementos dispuestos en la pantalla.

En relación con la legibilidad de los contenidos escritos, pese a que se emplean tamaños normales, de 12 y 13 puntos, para los textos generales y vínculos, la lectura se distorsiona por el contraste entre éstos y la superficie estampada¹¹ sobre la que están dispuestos. Por otra parte, los dos colores más empleados para los textos son el blanco y el azul, usado en los vínculos, títulos e intertítulos, cuyos tamaños oscilan entre 18 y 30 puntos.

¹¹ El fondo utilizado en todo el sitio web posee el logo distintivo en color azul oscuro, colocado sobre una superficie blanca.

5.2.- Análisis comparativo

5.2.1.- Análisis de los resultados obtenidos a través de las entrevistas

A rasgos generales se puede señalar que los sitios web analizados surgieron en el transcurso de los últimos cuatro años, apareciendo inicialmente *La Aldea* (1999), luego *Universia*, *Univerxity* y *Decanato Digital* (2001) y finalmente *La Simón* (2002).

Por otra parte, el target al cual van dirigidos *Universia* y *Univerxity* es de considerable amplitud, pues incluye a toda la comunidad universitaria del país; mientras que *La Simón*, *La Aldea* y *Decanato Digital* apuntan a públicos más reducidos. Los directivos de estos últimos manifestaron un conocimiento profuso de las características de sus usuarios, logrado a partir de investigaciones sobre sus necesidades e intereses.

Universia, *Univerxity* y *La Simón* son sitios que han cancelado sumas importantes para la obtención de un dominio propio; además, cuentan con patrocinantes y poseen una estructura de funcionamiento compleja basada en el pago de salarios. Así mismo, presentan contenidos de gran diversidad, utilizan un mayor número de recursos para propiciar la interacción con los usuarios y ostentan un diseño de gran atractivo.

En contraposición con lo anterior, *La Aldea* y *Decanato Digital* son propuestas electrónicas creadas por y para estudiantes, que no cuentan con amplios presupuestos, por ello están hospedados en servidores gratuitos o de bajo costo y sus colaboradores no reciben sueldo alguno por el trabajo que realizan. De igual manera, los contenidos publicados en estos sitios no

son tan variados, el uso de recursos interactivos es más limitado y el diseño visual muestra mayor simplicidad.

Por otra parte, a través de la entrevista aplicada se pudo conocer que *La Simón*, *La Aldea* y *Decanato Digital* emplean *Dreamweaver* para el diseño web, mientras que *Photoshop* y *Corel Photo-Paint* son los software más utilizados para el retoque fotográfico.

La página web elaborada por Oronel, Plaza y Sisco muestra una estructura y una composición bastante simples, en comparación con el resto de los sitios web analizados, lo cual quizá obedezca a que su diseño original fue concebido en 1999. Así mismo, las inconsistencias existentes en el diseño de *La Aldea* y *Decanato Digital* son producto de los reducidos conocimientos de sus creadores respecto al manejo de los software necesarios para la preparación de una propuesta electrónica. Lo anterior es comprensible porque:

Hasta hace poco el diseño web en Venezuela era un campo cuyos conocimientos estaban concentrados en unas cuantas personas, las que manejaban los lenguajes de programación y las que tenían el dinero para adquirir libros de los autores que daban consejos al respecto. Actualmente, y para beneficio de todos, han ido apareciendo publicaciones en español y software que simplifican el proceso (Franco, comunicación personal, 7 de enero, 2002)

Jakob Nielsen (2000) señala que dos de las características más relevantes que debe tener un sitio web son un contenido de calidad y una actualización periódica; respecto a este último aspecto agrega que la frecuencia del proceso va a depender de la temática tratada, la finalidad del sitio y el compromiso que se espera por parte de los usuarios.

Todos los sitios revisados poseen contenidos de interés para el target al cual van orientados, de allí que *Universia* y *Univerxity* cuenten con información más variada para tratar de satisfacer los requerimientos del público tan amplio al cual apuntan, mientras que los contenidos de *Decanato Digital* y *La Aldea* deben ser más específicos, en función de sus posibles usuarios.

En cuanto a la actualización, *Universia*, *Univerxity* y *La Simón* tratan algunos temas que requieren modificación diaria (noticias de ámbito nacional y académico, eventos universitarios, etc.) y son sitios con un alto nivel de tráfico de visitantes, por lo que es necesario el constante cambio de los contenidos. Sin embargo, *La Aldea* y *Decanato Digital* plantean temáticas de menor caducidad y van dirigidas a un target menos comprometido con el sitio, de allí que se justifiquen actualizaciones más esporádicas, pero no tan ocasionales como ocurre en la práctica con estos sitios web.

5.2.2.- Análisis de los resultados obtenidos a través del sistema de observación

La retroalimentación se basa en el principio de que “cada acción que realiza un usuario debería tener un efecto obvio e inmediato” (Mok, 1998). En tal sentido, todos los sitios revisados poseen esta característica en mayor o menor grado, empezando por *La Simón*, donde se cumple a cabalidad; continuando con *Universia* y *Univerxity*, ambos con algunos errores en el proceso; y por último, *La Aldea* y *Decanato Digital*, donde las inconsistencias son más frecuentes.

Dos tipos de fallas en los vínculos fueron tipificadas: aquella en la cual el enlace hace conexión con un sitio que no se corresponde con lo esperado,

y en la que el vínculo muestra un error o hace conexión con un sitio inexistente, ésta última resultó ser la más frecuente. De igual manera, se advirtió que algunos sitios poseen enlaces identificados que no se encuentran activos, lo cual confunde al visitante.

En cuanto a los tiempos de espera, Nielsen (2000) hace referencia a la importancia que poseen en el diseño de páginas web, pues de ellos depende que el usuario continúe en el sitio. Además, señala que en ningún caso deben superar los 10 segundos, porque ese es el tiempo límite para que los internautas dejen de prestar atención. Al respecto, el sistema de observación reveló que a pesar que existen sitios más lentos que otros, es una tendencia general el incremento de los tiempos de respuesta cuando se revisan vínculos externos. Todos los sitios analizados se encuentran dentro del estándar recomendado por Nielsen (2000), a excepción de *La Aldea* y *Universia*, lo cual es injustificado porque carecen de grafismos complejos y animaciones que aumenten el peso de las páginas y retarden su visualización.

Aunque se observa una inclinación a colocar las barras de navegación en la parte superior de la pantalla y vínculos estructurales en la zona inferior de cada página, el estándar es disponer el menú principal del lado izquierdo, lo cual tiene fundamento teórico en Nielsen (2000), pues este autor piensa que el esquema de navegación debe estructurarse desde el punto de vista del usuario, éste debe permitirle saber dónde está y cuáles son sus opciones para movilizarse, de allí que denomine a este recurso de navegación “migas”, haciendo una analogía con el cuento de *Hansel y Gretel*, escrito por los Hermanos Grimm (1857).

En cuanto a la Interfaz, la mayoría de los sitios mostraron una correcta adaptación del lenguaje a las características de los usuarios.

Por otra parte, se aprecia que el esquema de navegación utilizado por la mayoría de los sitios suele ser invariable a lo largo de las páginas que lo conforman, tal es el caso de *La Simón*, *La Aldea* y *Decanato Digital*. Sin embargo, *Universia* y *Univerxity* presentan secciones y subsecciones en las cuales cambian de lugar las barras de navegación y se eliminan algunos de los vínculos estructurales del sitio, afectando en cierta forma la identificación del usuario con el sitio y su organización.

A rasgos generales, el uso de las metáforas como recurso visual es bastante limitado. A excepción de *Univerxity*, que muestra una utilización abundante de elementos metafóricos en todas sus secciones, y de *Universia*, portal en el que coexisten páginas con numerosas y escasas metáforas; el resto de los sitios revisados tiende a hacer regular o poco empleo de este recurso. Además, respecto a este particular se pudo advertir una mayor presencia de ilustraciones, aunque las fotografías también son dispuestas para este fin.

Ninguno de los sitios web observados cuenta con mapa de navegación; sin embargo, todos utilizan guías para orientar al internauta en su recorrido. Los elementos más usados son la barra de navegación, los vínculos estructurales e incrustados y, en algunos casos, las animaciones.

De igual forma, *Universia*, *Univerxity*, *La Simón*, *La Aldea* y *Decanato Digital* presentan una navegación convencional, adaptada a los estándares conocidos por los internautas. Cabe acotar que la mayor parte de los sitios son flexibles y permiten la reversión de errores; no obstante, los vínculos

externos no cuentan con un retorno a la página de inicio del sitio original, para ser usado en caso que el usuario se confunda, al intentar cerrar algunas de las ventanas que mantiene abiertas.

En relación con lo anterior llama la atención el caso de *Decanato Digital*, pues este sitio mantiene la barra de navegación superior en todas las secciones y en las páginas externas con las que se encuentra vinculado; empero, el visitante no tiene la posibilidad de regresar a la página de inicio porque no existe ningún enlace que lo traslade hasta ella, por lo que se ve obligado a utilizar el botón de retorno o a ingresar nuevamente el URL del sitio en el explorador.

Uno de los aspectos más relevantes en el diseño web está constituido por la organización de los distintos elementos a publicar (textos, imágenes, animaciones y sonidos), sobre la base de una estructura que puede ser principalmente lineal, jerárquica o en red (Mok, 1998). Los administradores de los sitios web buscan desarrollar una estructura pensando en la comodidad de los posibles internautas:

En la web el usuario controla su navegación por las páginas. Los usuarios pueden tomar caminos que nunca fueron concebidos por el diseñador (...)

Los diseñadores web tienen que adaptar y soportar la navegación controlada por el usuario (...) Es mejor diseñar para que haya libertad de movimientos y una navegación flexible que soporte muchas formas distintas de moverse por un sitio (Nielsen, 2000:214).

El sistema de observación aplicado permitió determinar que el esquema usado por todos los sitios web es el reticular o en red, en el que se le permite al usuario desplazarse por las páginas principales que componen el sitio mediante un clic. La utilización de este modelo demuestra un interés

generalizado de parte de los directivos de los sitios por anticiparse a las posibles acciones de los usuarios.

Los sitios web revisados ostentan un diseño minimalista, caracterizado por la familiaridad que produce en los usuarios tras unos cuantos minutos de interacción con el sistema.

Mok (1998) señala que existen tres modos que posibilitan la relación del visitante con el sitio web, éstos pueden basarse en el uso de comandos, para emitir órdenes; en la manipulación de elementos dispuestos en la pantalla; y en la realización de grabaciones, que permiten introducir datos en las páginas. En tal sentido, los sitios analizados hacen uso del modo manipulación y –en menor medida– del modo grabación, para ambos emplean el teclado y el ‘mouse’ como herramientas.

Otro de los aspectos tomados en cuenta es el relativo a la legibilidad. La mayoría de los sitios visitados utilizan colores de texto que contrastan adecuadamente con el fondo; no obstante, *Decanato Digital* emplea una superficie estampada para colocar los textos, lo cual no es muy recomendable porque “los gráficos de fondo interfieren con la capacidad visual de ver las líneas en los caracteres y de reconocer las formas de las palabras” (Nielsen, 2000).

Por otra parte, los textos generales tienden a ser de tamaño reducido, a excepción de los utilizados en *La Aldea*, lo cual ralentiza y dificulta la lectura aunque se usen fondos de colores diversos para separar los bloques de información.

Finalmente, se encontraron dos elementos importantes que deben ser comentados. *Universia* y *La Simón* poseen una excesiva cantidad de información escrita en cada una de las páginas que los conforman, situación que no debería presentarse pues, al menos por ahora, leer directamente una pantalla de computadora es mucho más lento que leer un material impreso.

Nielsen (2000) y Lynch & Horton (1999) coinciden en señalar que la información a publicar tiene que ser concisa, aunque no por ello debe carecer de estilo y personalidad propia, recomendación que fue ratificada por varios de los diseñadores web consultados (Franco, comunicación personal, 7 de enero, 2002; Blanco comunicación personal, 3 de mayo, 2002 & Aguilera, comunicación personal, 20 de mayo, 2002).

Por otra parte, se advirtió que Univerxity incurre en uno de los errores más comunes en el diseño web, constituido por una estrategia limitada de vinculación, ya que el sitio cuenta con muy pocos vínculos externos. Este tipo de falla es criticada por Nielsen (2000) quien señala que, al ser el hipertexto la base la red, la colocación de suficientes vínculos salientes le añade valor agregado a los sitios web (Nielsen, 2000).

VI. – Desarrollo y Publicación

Este capítulo contiene una explicación prolija de la aplicación del método DADI (Mok, 1998), utilizado para llevar a cabo el diseño y la publicación portal interactivo *Ucabistas*.

6.1.- Definición del proyecto

6.1.1.- Objetivos de *Ucabistas*

La meta principal de *Ucabistas* es brindar a los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), un lugar de encuentro en el que tengan la oportunidad de compartir con sus homólogos. Aquí podrán buscar información útil para el desenvolvimiento académico, leer las noticias del día, publicar trabajos desarrollados para alguna de las cátedras impartidas, comprar o vender artículos, buscar empleo, conocer cuáles eventos están próximos a realizarse en el país, leer críticas cinematográficas y conocer los lugares de moda para el disfrute del tiempo libre.

El sitio web busca ofrecerle al estudiante de Comunicación Social todos los datos que necesita conocer para facilitar su desarrollo, tanto dentro como fuera de las aulas de clase.

Debido a que la razón de ser de este portal se centra en su público, *Ucabistas* le ofrece al estudiante la posibilidad de generar sus propios contenidos, favoreciendo la interacción entre ellos y los administradores del

sitio web, hecho que contribuye a generar un sentimiento de identificación del público con el proyecto.

Resulta importante acotar que *Ucabistas* pretende convertirse a futuro en el punto de encuentro de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), para ello se propiciará, a largo plazo, la inclusión en el proyecto de representantes estudiantiles de cada una de las carreras impartidas dentro de la universidad.

6.1.2.- Comprender el escenario competitivo

El escenario competitivo de *Ucabistas* está compuesto los portales diseñados para los estudiantes universitarios venezolanos, específicamente *Universia* y *Univerxity*.



Figura N° 12: Página de inicio de los portales *Univerxity* y *Universia*

El elemento de diferenciación de *Ucabistas* se basa en la posibilidad que le brinda a los estudiantes de participar activamente en el desarrollo del sitio web, mediante la elaboración de los contenidos a ser publicados. Por otra parte, este portal facilita el enriquecimiento del proceso formativo de los

alumnos, al propiciar el intercambio de información y opiniones relativas a la carrera.

6.1.3.- Identificar el contenido del proyecto

A continuación se describirán las fuentes informativas que fueron utilizadas para la realización de *Ucabistas*:

- *Trabajos de grado*: empleados para conocer a fondo las características y necesidades informativas de los internautas a quienes está dirigido el sitio web, lo cual permitió establecer un esquema adecuado para la organización de la información.
- *Material hemerográfico*: revistas, periódicos como *Letras* y *El Ucabista*, y publicaciones especializadas en comunicaciones fueron utilizadas para extraer información de interés general para los estudiantes de Comunicación Social.
- *Sitios Web*: se recurrió a ellos para obtener datos sobre eventos, foros o congresos, recolectar direcciones de sitios web relacionados con temas comunicacionales, utilizar buscadores, acceder a sitios de crítica cinematográfica, investigar qué tipo de alternativas ofrece la ciudad para ocupar el tiempo de ocio, etc.
- *Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)*: el contacto directo mantenido con las autoridades de la Escuela permitió obtener información sobre las ofertas de trabajo y pasantías disponibles, nombres de las materias y los profesores que las imparten, además de datos sobre concursos interuniversitarios y eventos relacionados con la carrera.
- *Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)*: las instalaciones de la universidad se convirtieron en la principal fuente informativa para nutrir

la sección de encuestas, mediante el contacto directo con los alumnos, y la relativa a los intercambios comerciales realizados entre los estudiantes, a través de la observación de los anuncios de compra-venta dispuestos en espacios comunes como las salas de estudio, sanitarios y pasillos.

6.1.4.- Determinar el perfil del target de *Ucabistas*

Ucabistas es un portal dirigido a los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), del núcleo ubicado en Caracas, definición que incluye inicialmente tanto a los alumnos que forman parte del régimen semestral, como aquellos que pertenecen al último curso del antiguo sistema anual.

Las características socio-económicas no fueron tomadas en cuenta, pues el proyecto va dirigido a un público sumamente específico, que cuenta con un perfil determinado por el hecho de formar parte del alumnado de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.

El target está constituido por estudiantes con edades que oscilan entre los 17 y 24 años de edad, cuyos intereses generales se relacionan directamente con el campo de las comunicaciones y la industria cultural. Este grupo suele conectarse regularmente a Internet, bien sea para cumplir con asignaciones académicas o para revisar su correo electrónico; de igual forma son personas participativas y prácticas, que tienen necesidades informativas diversas, por lo que requieren de un medio rápido, de fácil uso, capaz de ofrecerle datos certeros (Raventós, 2001)

6.1.5.- Identificar el medio de ejecución

La versatilidad ofrecida por Internet, mediante el despliegue de una serie de herramientas multimedia que permiten la conjunción de imágenes, textos, sonidos y videos en un solo medio, sirvió de marco para el desarrollo de *Ucabistas*, un portal dirigido a un target acostumbrado a lidiar con la tecnología electrónica.

El protocolo HTTP (Hyper Text Transfer Protocol) permite que el usuario tenga acceso a documentos de su interés que forman parte de la World Wide Web, pues éste es el encargado de recuperar los archivos elaborados en lenguaje HTML para que los internautas puedan visualizarlos mediante la utilización de un navegador.

6.1.6.- Explorar los productos tecnológicos

6.1.6.1.- Hardware:

Para la realización del diseño de *Ucabistas* se utilizó un procesador Pentium III de 700 MHZ, con 128 MB de memoria RAM, una tarjeta de video de 16 MB, Disco Duro de 10 GB y Monitor Súper VGA de 19". Adicionalmente, la computadora empleada cuenta con unidad de disquete, unidad de zip y de CD de 52X, quemador de CD, escáner de impresión y un Fax MODEM de 56K, que permite la conexión a Internet.

6.1.6.2.- Software:

Para la realización de *Ucabistas* se utilizaron varios de los software que se encuentran presentes en el mercado del diseño web, cuyas

especificaciones se encuentran incluidas en el marco teórico de la presente investigación. Los programas utilizados fueron los siguientes:

- *Dreamweaver*: utilizado para diseñar y administrar el sitio web.
- *Flash*: permitió realizar algunas de las animaciones mostradas en pantalla.
- *Illustrator*: empleado para realizar el logo y la botonera del portal.
- *Fireworks*: necesario para la integración de los gráficos diseñados.
- *Photoshop*: para la realización de retoques de fotografías e imágenes.

Además, se empleó Word, un programa útil para el manejo de los textos a ser incluidos en el sitio web, y el navegador Internet Explorer, mediante el cual se lograba el acceso a Internet.

En cuanto a los servicios de conexión a Internet y hospedaje del sitio, se recurrieron a los planes ofrecidos por *CANTV* y *Hypermart*, respectivamente. En primer lugar, se optó por la afiliación a un sistema de acceso ilimitado a Internet. Posteriormente, se utilizaron los servicios de *Hypermart*, puesto que ofrecía un hospedaje relativamente económico bajo el dominio .com.

El hospedaje seleccionado es ideal para la presentación inicial de este proyecto; sin embargo, de llegar a concretarse su extensión al resto de las carreras que conforman la UCAB es recomendable afiliarse a otros planes ofrecidos por esta empresa, lo cual garantizaría el mantenimiento del mismo nombre de dominio y una inversión de menor calibre, puesto que “las tarifas de *Hypermart* son unas de las menos costosas en el mercado del hospedaje de sitios web” (Franco, comunicación personal, 7 de enero, 2002).

El paquete adquirido tiene las siguientes características:

- Espacio de almacenamiento en disco de 75 MB (con un recargo adicional de \$ 1.25 mensual, por cada 5 MB adicionales que se utilicen).
- Transferencia de 1 GB de data al mes (con un recargo de \$ 1 por cada 100 MB adicionales que se deseen transferir).
- Un software para construir sitios web.
- Extensiones de FrontPage 2002 para aquellos que utilicen software de Microsoft a la hora de realizar el diseño web.
- Uso ilimitado de los recursos del CGI Scripting.
- Colocación de avisos publicitarios en el sitio.
- Atención al cliente de forma totalmente gratuita.
- Para sitios web dedicados a ventas en línea, se puede disponer opcionalmente del carrito de compras.
- Descuento del 15% en el costo del paquete anual.

Pese a que los servicios ofrecidos por este hospedaje de *Hypermart* son limitados, inicialmente son considerados suficientes para la administración de *Ucabistas*.

6.1.7.- Determinar el tiempo

Debido a que *Ucabistas* es un proyecto que se ha venido desarrollando desde julio del año 2001, algunos elementos como el logotipo y los contenidos claves a incluir, ya se encontraban delineados; sin embargo, a mediados del año 2002 fue cuando se dio inicio al proceso de diseño y montaje del sitio web final.

La mayor parte del desarrollo de la página se llevó a cabo en aproximadamente cuatro meses (entre la primera semana de abril y la última de julio). Sin embargo, durante todo el mes de agosto se rediseñó la versión original y se hicieron correcciones, sobre la base de los análisis de usabilidad e interactividad realizados a los sitios web *no institucionales*; además, se anexaron algunos elementos al sitio web, entre ellos la sala de chat y la encuesta en línea, también se realizó la selección y montaje de parte del material definitivo a ser publicado¹².

Las actividades, planificadas semanalmente, se resumen a continuación:

Semana	Actividades
<i>1 al 19 de abril de 2002</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planeación del diseño de identidad, interactividad y contenido del sitio. ▪ Selección definitiva del tipo de información a incluir.
<i>22 de abril al 3 de mayo 2002</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Determinación de las fuentes informativas a utilizar. ▪ Elección de los software a emplear en el diseño. ▪ Realización de los bocetos de las páginas a diseñar.
<i>6 al 17 de mayo de 2002</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollo del Logotipo. ▪ Desarrollo de las plantillas. ▪ Recolección vía e-mail de algunos posibles artículos a publicar.
<i>20 al 24 de mayo de 2002</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Publicación de la primera versión del sitio (basada en información desactualizada).
<i>27 de mayo al 7 de junio de 2002</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verificación de la funcionalidad del diseño de la página. ▪ Realización de correcciones.
<i>12 al 19 de junio de 2002</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Búsqueda y contratación del Webmaster. ▪ Búsqueda de información en sitios web.
<i>20 al 28 de junio de 2002</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Construcción del sistema de observación a ser aplicado para el análisis de usabilidad e interactividad.

¹² Sólo se utilizó el material informativo no perecedero. Por la necesidad de brindar información actualizada y novedosa en la versión final del portal, se decidió que los datos más cambiantes serían incluidos en las dos semanas anteriores a la defensa de tesis.

Semana	Actividades
<i>1 al 12 de julio de 2002</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Correcciones del sistema de observación.
<i>18 de julio al 2 de agosto de 2002</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicación del sistema de observación a los sitios web seleccionados.
<i>5 al 16 de agosto de 2002</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicación del sistema de observación a los sitios web seleccionados. ▪ Recepción de guías, trabajos y artículos a ser incluidos en el sitio web.
<i>12 al 16 de agosto de 2002</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recepción de guías, trabajos y artículos a ser incluidos en el sitio web. ▪ Selección final de los artículos a incluir. ▪ Montaje de la encuesta en línea.
<i>19 al 23 de agosto de 2002</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Montaje de la sala de chat. ▪ Búsqueda de información en sitios web. ▪ Montaje de los artículos escogidos.
<i>26 al 30 de agosto de 2002</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realización de pruebas y correcciones finales.

Tabla N° 10: Cronograma de actividades

6.1.8.- Determinar el presupuesto

Los gastos atendidos durante la realización de este proyecto son relativamente pocos, debido en gran parte a que los software utilizados fueron descargados de la red o suministrados por compañeros que trabajan diariamente con ellos, y a que los costos producto del hospedaje del sitio web fueron relativamente económicos.

Adicionalmente se cancelaron algunos gastos correspondientes a la contratación de un Webmaster, para realizar labores complejas de programación (montaje de la encuesta en línea y la sala de chat), y la cancelación mensual de un plan de acceso ilimitado a Internet para facilitar los procesos de búsqueda de la información a publicar y la obtención de las herramientas de programación utilizadas para el diseño web.

El presupuesto anual promedio para el desarrollo de *Ucabistas*, tomando en consideración los aspectos anteriormente descritos, es el siguiente:

Servicio	Importe mensual Bs.	Importe anual Bs.
Obtención del Nombre de Dominio	-----	55.000
Acceso Ilimitado a Internet con CANTV	21.000	252.000
Contratación de Webmaster	-----	750.000
	Importe Total Bs.	1.057.000

Tabla N° 11: Presupuesto anual de *Ucabistas*

En caso de que el proyecto se extienda a toda la comunidad de la UCAB, se añadirían a los montos anteriores los gastos producto de la adquisición de algunos software con los cuales no cuenta la universidad, además de la contratación de los servicios de un Webmaster para que se encargue del montaje de la plataforma necesaria para dar curso al proyecto global y la afiliación a un servicio de hospedaje del sitio web que ofrezca mayor capacidad de espacio en disco.

6.2.- Arquitectura del proyecto

6.2.1.- Definición de los mensajes principales

Para determinar los temas de interés para los estudiantes de comunicación social se utilizaron los resultados de dos investigaciones precedentes: *¿Internauta Postmoderno?*, de Valentina Raventós Márquez, y *La Aldea: espacio virtual interescuelas de Comunicación Social de Venezuela*, desarrollada por Edith Ornel, Verónica Plaza y Claudia Sisco.

Luego de seleccionar los temas generales que contendría el sitio web se precisaron los nombres de las diferentes secciones en las que se dividiría la información, delimitándose con precisión el tipo de contenido a incluir en cada una de ellas. La organización temática de la información se realizó de la siguiente forma:

6.2.1.1.- Esta semana en *Ucabistas*:

Resumen de las dos noticias semanales de mayor relevancia colocadas en el portal. Para seleccionar los artículos a colocar en este apartado es indispensable dar prioridad a aquellos que, por su contenido y novedad, puedan ser de mayor interés para el público. Sin embargo, los criterios de escogencia son subjetivos y van a depender de los administradores del sitio web.

6.2.1.2.- Mercado laboral:

Mediante el contacto directo con la profesora María Cristina Grossmann, Coordinadora de Pasantías de la Escuela de Comunicación

Social, se logra obtener información sobre las pasantías disponibles y los empleos ofrecidos por las diferentes empresas. Generalmente estos datos se encuentran colocados en la cartelera de la Escuela de Comunicación Social, sin embargo, la inclusión de esta sección en la página web permitirá que los estudiantes cuenten con información actualizada y entreguen los recaudos necesarios a tiempo, para poder optar a los cargos existentes.

6.2.1.3.- Corcho:

En este espacio los estudiantes podrán publicar sus avisos de compra y venta de diversos artículos, entre ellos guías de estudio y libros, objetos de uso personal, equipos electrónicos, etc. De igual manera, aquellos alumnos que deseen ofrecer sus servicios profesionales a sus compañeros tendrán la oportunidad de hacerlo con sólo enviar un correo electrónico a los administradores del sitio.

6.2.1.4.- Comunicando:

Una de las mayores inquietudes de un comunicador es poder expresar su parecer ante diversos aspectos de su interés, por ello *Ucabistas* ofrece esta sección donde los alumnos tendrán la oportunidad de publicar artículos de opinión escritos por ellos, sobre temas relacionados con el campo de las industrias culturales, que semanalmente serán seleccionados por los administradores del sitio web.

6.2.1.5.- D'Rumba:

Con este espacio los estudiantes podrán conocer cuáles son los lugares nocturnos de la ciudad a los que pueden acudir para el disfrute de su

tiempo libre. Los sitios a incluir serán los ubicados en las zonas más frecuentadas por el target al cual va dirigido el portal, tomando en cuenta para ello la información publicada en periódicos, revistas y páginas web relacionadas con este particular.

6.2.1.6.- Novedades UCAB:

En este apartado se incluirán varios temas de interés general para los comunicadores que tengan relación directa con la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) como institución, o bien, con la Escuela de Comunicación Social.

- *Eventos, Foros y Congresos:* sólo se tomarán en cuenta aquellos que se realicen dentro de las instalaciones de la universidad.
- *Noticias relativas la Escuela de Comunicación Social:* en esta parte se podrán introducir artículos sobre acciones realizadas por las autoridades de la escuela, distinciones recibidas, planes futuros, reformas constitutivas, etc.
- *Planes organizados por CECOSO*
- *Procesos académicos:* se colocarán datos sobre actividades realizadas en el ámbito universitario, entre ellas noticias relacionadas con los períodos de inscripción y los requerimientos solicitados, fechas de realización de los trámites para optar por pensiones proporcionales, elecciones de representantes estudiantiles, etc.

6.2.1.7.- Cinéfilos:

Sección dedicada a críticas de las películas más resaltantes de la cartelera cinematográfica caraqueña, que deberá modificarse semanalmente para proporcionarle al target datos actualizados.

6.2.1.8.- Links:

Listado modificado semanalmente donde se colocarán sitios web de interés para los estudiantes de comunicación social, entre ellos buscadores de información, revistas publicitarias, empresas de alquiler y venta de equipos audiovisuales, etc.

6.2.1.9.- Eventos:

Integrarán este apartado todos aquellos eventos culturales realizados dentro o fuera del país que puedan llegar a ser de interés para los estudiantes:

- *Obras de teatro:* se colocará una breve sinopsis de la trama, el lugar donde se realizará, los horarios y el costo de los boletos.
- *Muestras fotográficas y exposiciones de arte:* se realizará una pequeña descripción de las imágenes y objetos expuestos, el lugar y la hora donde tendrá lugar el evento.
- *Foros y talleres:* se incluirá un resumen de los temas a tratar y los teléfonos de los organizadores del evento para que los estudiantes puedan obtener mayor información al respecto.
- *Festivales, premiaciones y conciertos:* se publicará información sobre el evento, invitados especiales, fecha y lugar donde se desarrollará y el valor de las entradas.

6.2.1.10.- Última hora:

Titulares de las noticias más destacadas durante la semana referentes a temas de actualidad nacional e internacional que pudiesen ser de interés para los estudiantes.

6.2.1.11.- Fechas importantes:

Listado semanal de las fechas más relevantes, incluyendo efemérides y días significativos para los estudiantes de Comunicación Social.

6.2.1.12.- La merma:

Sección en la cual los alumnos tendrán la oportunidad de consultar archivos, guías y trabajos publicados por compañeros de la carrera.

Los documentos podrán ser revisados a profundidad, siempre respetando al derecho de autor que rige en estos casos. De igual manera, a los trabajos de investigación, monografías y ensayos se les anexarán las direcciones electrónicas de sus creadores, para que los interesados puedan contactarlos.

Para evitar que se publiquen documentos cuyo contenido no se corresponda con los objetivos generales del sitio web, se diseñó un formulario que le permitirá a los estudiantes enviar sus archivos, a fin de que los administradores del portal examinen y clasifiquen el material recibido para proceder a su publicación.

Sección	Contenido
<i>Esta semana en Ucabistas</i>	Resumen de las novedades más importantes que presenta el sitio web cada semana.
<i>Mercado laboral</i>	Lista de empleos y pasantías disponibles, con breve descripción de la empresa que los ofrece, el nivel académico que debe tener el aspirante y la fecha tope de recepción de documentos a ser presentados en la Escuela de Comunicación Social para poder optar por el cargo.
<i>Corcho</i>	Anuncios de compra-venta de artículos diversos.
<i>Comunicando</i>	Sección de opinión del sitio web donde los estudiantes tienen la oportunidad de escribir artículos sobre temas diversos, seleccionados semanalmente por los administradores.
<i>D' Rumba</i>	Descripción de los sitios nocturnos a los que el estudiante puede acudir para el disfrute de su tiempo libre. Se incluye información detallada del lugar y su ubicación.
<i>Novedades UCAB</i>	Noticias actuales relacionadas con eventos, congresos y foros a realizarse dentro de las instalaciones universitarias, información sobre acciones que se llevan a cabo en la Escuela de Comunicación, actividades planeadas por CECOSO, anuncios sobre procesos estudiantiles que se desarrollan cada semana, etc.
<i>Cinéfilos</i>	Crítica de las películas más importantes que se encuentran en la cartelera cinematográfica nacional cada semana.
<i>Links</i>	Listado semanal de sitios web de interés para el estudiante de Comunicación Social.
<i>Eventos</i>	Breve descripción de eventos culturales próximos a realizarse en la ciudad, añadiendo información de interés como los teléfonos y direcciones del lugar donde se llevarán a cabo, y las fechas en las que se desarrollarán. Dentro de esta sección se incluirán festivales, exposiciones, obras de teatro, entrega de premios, talleres, foros, conciertos, etc.
<i>Última hora</i>	Titulares de interés general referentes a temas de la actualidad nacional e internacional.
<i>Fechas importantes</i>	Se incluyen tanto efemérides de la semana, como fechas significativas o de interés para los comunicadores sociales.
<i>La merma</i>	Archivo digital de los trabajos y guías de estudio de las diferentes materias impartidas en la carrera.

Tabla N° 12: Descripción del contenido de las secciones de *Ucabistas*

6.2.2.- Definición de los tipos de información y funcionalidad¹³

Para la realización del portal *Ucabistas* se emplearon diversos elementos que facilitan el consumo de los contenidos por parte de los estudiantes, entre ellos:

- *Texto*: la información escrita es uno de los principales recursos del sitio web. “La información escrita servirá para brindar al usuario fácil acceso a los datos que busca dentro del sitio, así como la posibilidad de guardar la información en su disco duro o en una unidad externa de almacenamiento de datos” (Oronel et al., 1999).
- *Imágenes y fotografías*: los elementos gráficos acompañarán al contenido escrito del sitio, de esta manera en secciones como *Cinéfilos*, se incluirán fotos de escenas de los filmes; en el *Corcho* los avisos estarán acompañados por un pequeño icono representativo; en *Eventos* las actividades promocionadas contarán con imágenes ilustrativas; y en *Mercado laboral* los anuncios de empleos y pasantías tendrán el logotipo de la empresa que los ofrece.
- *Logotipo*: la utilización del logotipo de *Ucabistas* en cada página web que compone el portal, mediante su inclusión al diseño de la barra de navegación (colocada a lo largo del lado izquierdo de la pantalla), forma parte del diseño de la identidad visual del sitio.
- *Animaciones*: el empleo de ‘rollovers’ y textos en movimiento continuo, contribuirán a mejorar el diseño de interactividad del sitio web.

¹³ En el Anexo F se encuentran dispuestas una serie de fichas descriptivas que complementan la información de este apartado.

6.2.3.- Definición de las relaciones lógicas

Uno de los aspectos más importantes para la creación de un sitio web es la definición del diseño de interactividad, pues este determina de qué manera navegará el usuario por el sitio web. A continuación se describirá el contenido de las páginas principales y las opciones que pueden explorar los internautas a través de cada una de ellas:

6.2.3.1.- Principal¹⁴:

- *Menú*: colocado a la izquierda y en el extremo inferior de la pantalla, contiene enlaces dirigidos a la mayoría de las secciones que conforman el sitio web (*Mercado laboral, Corcho, Comunicando, D'Rumba, Novedades UCAB, Cinéfilos, Links, Eventos y La merma*). De igual manera, el menú permite el acceso al chat y al correo electrónico, dos de los recursos interactivos ofrecidos por el portal.
- *Fechas importantes*: lista de efemérides generales y fechas de interés en el ámbito de las comunicaciones. Esta sección contendrá un link con el sitio web dedicado a las efemérides venezolanas, para que el usuario visualice otras datas.
- *La encuesta*: se realiza un planteamiento semanal para pulsar la opinión de los estudiantes, quienes al votar acceden automáticamente a una ventana que contiene los resultados parciales de la encuesta.
- *Esta semana en Ucabistas*: se coloca un resumen de las dos novedades más relevantes del contenido semanal del sitio y un link

¹⁴ A excepción de *La encuesta* y de la sección *Esta semana en Ucabistas* todos los elementos incluidos en la página de inicio se mantienen invariables en el resto de las páginas que conforman el portal, por ello sólo serán explicados en este apartado.

que permite ampliar la información, pues conduce al artículo seleccionado.

- *Buscador*: el internauta puede realizar una búsqueda directa en *Google*, cuyos resultados serán mostrados en una ventana adicional, evitando que éste pierda la pista del sitio web.
- *Última hora*: titulares de noticias de interés general enlazados a otros sitios web donde el usuario podrá profundizar la información.

6.2.3.2.- Mercado laboral:

- *Menú*
- *Listado de pasantías y empleos*: se colocará una breve descripción del nivel académico exigido y la fecha tope para que los aspirantes entreguen sus recaudos en la Escuela de Comunicación Social. Cualquier dato adicional, como el horario de trabajo o el salario estimado, podrá ser incluido.

Así mismo, mediante vínculos colocados dentro de la página visualizada, el usuario podrá dirigirse a la lista de pasantías y empleos de forma separada, y regresar al inicio de la página sin necesidad de utilizar la barra de desplazamiento vertical.

- *Última hora*
- *Fechas importantes*
- *Buscador*

6.2.3.3.- Corcho:

- *Menú*
- *Listado de artículos a comprar y/o vender y ofrecimiento de servicios profesionales*: luego de colocados los anuncios, en la parte inferior de

la pantalla se anexará un link mediante el cual se podrán procesar las demandas y ofertas, a través del acceso a un formulario diseñado para que el usuario coloque sus datos personales (nombre, apellido, número de expediente, año o semestre en curso y dirección de correo electrónico) y una breve descripción de su solicitud, a fin de que los administradores de la página puedan publicarla.

Por otra parte, mediante vínculos colocados dentro de la página visualizada, el usuario podrá regresar al inicio de ésta sin necesidad de emplear la barra de desplazamiento vertical.

- *Última hora*
- *Fechas importantes*
- *Buscador*

6.2.3.4.- Comunicando:

- *Menú*
- *Artículos de opinión sobre temas diversos:* luego de la colocación de los artículos desarrollados por los usuarios, se incorporará en la parte inferior de la pantalla un link que permite acceder a un formulario mediante el cual los estudiantes podrán enviar sus escritos a los administradores del sitio web para que sean publicados.

Además, a través de vínculos colocados dentro de la página visualizada, el internauta podrá acceder por separado a cada uno de los artículos incluidos y regresar al inicio de la página cuantas veces lo desee, sin utilizar la barra de desplazamiento vertical.

- *Última hora*
- *Fechas importantes*
- *Buscador*

6.2.3.5.- D'Rumba:

- *Menú*
- *Descripción de lugares nocturnos capitalinos:* los sitios a incluir estarán agrupados por zona de ubicación (sureste, noreste, suroeste, noroeste). Mediante vínculos colocados dentro de la página visualizada, el usuario podrá acceder a los contenidos desglosados en cada subsección particular y regresar al inicio de la página sin emplear la barra de desplazamiento vertical, esto le facilitará la búsqueda de locales específicos de los que desee obtener algún tipo de información.
- *Última hora*
- *Fechas importantes*
- *Buscador*

6.2.3.6.- Novedades UCAB:

- *Menú*
- *Noticias y eventos:* semanalmente se incluirá información relacionada con actividades realizadas dentro de las instalaciones universitarias, o bien, noticias relativas a la Escuela de Comunicación Social. Además, mediante vínculos colocados dentro de la página visualizada, el usuario podrá acceder por separado a cada uno de los artículos incluidos y retornar al inicio de la página, sin hacer uso de la barra de desplazamiento vertical, hecho que le facilitará la lectura de los contenidos que atiendan a sus requerimientos informativos particulares.
- *Última hora*

- *Fechas importantes*
- *Buscador*

6.2.3.7.- Cinéfilos:

- *Menú*
- *Sinopsis de filmes:* semanalmente se incluirá un listado de las películas que se encuentran en la cartelera cinematográfica nacional, acompañadas por un breve resumen de la trama realizado por los administradores del portal.

Al igual que en las secciones anteriores, existen vínculos colocados dentro de la página visualizada, a través de los cuales el usuario podrá acceder por separado a los comentarios sobre cada uno de los filmes incluidos y retornar al inicio de la página, sin emplear la barra de desplazamiento vertical.

- *Última hora*
- *Fechas importantes*
- *Buscador*

6.2.3.8.- Links:

- *Menú*
- *Listado de sitios web:* semanalmente se incluirá una lista de los sitios web de interés para los estudiantes de comunicación social, cada uno de los nombres estará vinculado al sitio correspondiente, el cual podrá ser visualizado por el internauta en una ventana adicional.
De igual manera, en la parte inferior de la página se colocarán los logos de algunos de los buscadores de información más utilizados,

entre ellos *Ayantepui*, *Eureka*, *Altavista* y *Yahoo en español*, para que los estudiantes puedan acceder a ellos y obtener lo que desean.

- *Última hora*
- *Fechas importantes*
- *Buscador*

6.2.3.9.- Eventos:

- *Menú*
- *Actividades culturales:* descripción breve de los eventos culturales a realizarse durante la semana, que sean de interés para los estudiantes de comunicación social. En caso que se trate de espectáculos cuyas entradas puedan ser adquiridas por Internet, se anexará un link que le ayude al internauta a llevar a cabo este procedimiento en una ventana adicional.

Además, se incluirán vínculos dentro de la página visualizada, que le permitirán al usuario acceder a los comentarios sobre cada evento particular y retornar al inicio de la página, sin utilizar la barra de desplazamiento vertical.

- *Última hora*
- *Fechas importantes*
- *Buscador*

6.2.3.10.- La merma:

- *Menú*
- *Archivo digital:* sección en la que se incluirán los trabajos elaborados por los estudiantes y las guías de estudio de las diferentes materias impartidas en la carrera. Cuando el usuario ingrese a la página se

encontrará con una lista de materias, cada una de ellas se desplegará para mostrar los diferentes documentos que contiene, al hacer clic en cada uno de ellos se abrirá una ventana adicional que le permitirá al alumno acceder al archivo y almacenarlo en su disco duro o en alguna unidad de almacenamiento para su posterior revisión.

Por otra parte, en el extremo inferior de la pantalla se colocará un link para posibilitar el acceso a un formulario mediante el cual los internautas podrán enviar textos diversos a los administradores del sitio web para que sean publicados. En caso que el usuario desee enviar el archivo en su formato original, no podrá utilizar el formulario ya que no se le pueden adjuntar datos, por ello deberá enviar un correo electrónico directamente desde su cuenta personal para que los encargados del sitio reciban la información.

- *Última hora*
- *Fechas importantes*
- *Buscador*

6.2.4.- Recursos Interactivos empleados

- *Correo electrónico:* herramienta que le permite a los internautas contactar directamente a los administradores del portal para dar a conocer sus inquietudes y formular solicitudes en atención a sus requerimientos personales.
- *Formularios:* diseñados con la finalidad de que los estudiantes puedan enviar avisos, documentos, artículos de opinión y cualquier otro tipo de información que pueda ser publicada en el sitio web.
- *Encuesta:* en este espacio semanal, los administradores del sitio tendrán la oportunidad de explorar la opinión del público sobre determinadas problemáticas o inquietudes manifestadas por los alumnos. Los resultados obtenidos podrán ser utilizados como base

para tratar de solventar la situación mediante el contacto directo con los representantes estudiantiles y miembros de CECOSO.

- *Chat*: elaborado para propiciar el encuentro de los estudiantes, quienes compartirán opiniones y experiencias sobre temas diversos, mediante conversaciones virtuales, que tendrán lugar en este espacio de discusión en tiempo real.

6.2.5.- Definición de las conexiones entre los tipos de información

El modelo de navegación utilizado para el diseño de *Ucabistas* se basa en el esquema de red descrito por Clement Mok (1998) en su libro *El diseño en el mundo de la empresa* (Ver página 55-56).

Los estudiantes podrán navegar por el sitio web mediante el menú colocado a la izquierda de la pantalla de todas las páginas que lo conforman, recurso que facilitará el acceso a cada una de las secciones. De igual manera, los interesados podrán regresar a la página de inicio con sólo presionar el logo que encabeza el menú izquierdo.

Resulta importante acotar que todas las páginas tendrán al final las opciones que contiene el menú principal para mayor movilidad de los usuarios; sin embargo, el acceso a la encuesta semanal y al formulario de envío de datos sólo podrá realizarse a través de la página de inicio del portal y de las páginas principales de *Corcho*, *Comunicando* y *La merma*, respectivamente.

6.3.- Diseño de identidad

La identidad visual del sitio debe mantenerse constante a través de todas sus páginas, aún cuando en las diversas secciones los gráficos pueden variar un poco, su disposición en la pantalla y la existencia de los enlaces principales debe mantenerse uniforme (Degen, 2001:31).

Para el desarrollo del diseño de identidad del sitio web se emplearon varios elementos que serán descritos a continuación:

6.3.1.- Tipo y tamaño de las fuentes

En el diseño de *Ucabistas* se empleó el tipo de letra *Verdana*, aunque *Dreamweaver* permite seleccionar varias clases de fuentes, que sustituirán a la letra seleccionada en caso que el equipo del intrernauta no la tenga incluida. El software ofrece cuatro fuentes alternativas para cada opción presentada, permitiéndole al usuario realizar sus propias combinaciones. Sin embargo, se prefirió la utilización del grupo compuesto por las fuentes *Verdana*, *Arial*, *Helvetica* y *Sans-Serif*, pues son comunes a la mayoría de las computadoras, independientemente de su antigüedad.

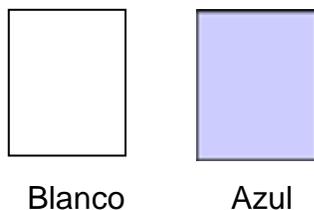
En cuanto a los tamaños empleados, para los textos generales se utilizaron letras pequeñas pero legibles, de 11 y 12 puntos; mientras que para los títulos de las secciones y de los artículos, se utilizaron los tamaños 18 y 14, respectivamente.

6.3.2.- Color de los textos y fondos

Se escogió el color azul oscuro para los títulos de las secciones y subsecciones, mientras que para los títulos de los artículos que conforman las diferentes páginas y los textos generales, se utilizó el color negro.

Por otra parte, los vínculos creados para trasladar a los usuarios hacia un artículo o parte específica dentro de la misma página, fueron resaltados en color violeta. De igual manera, los URL de algunos sitios web recomendados a lo largo del portal se resaltaron en azul.

En relación con los fondos empleados, se utilizaron dos colores básicos alternados:



La elección de estos dos colores obedece, por una parte, a que los textos oscuros sobre fondos de colores claros son contrastantes, hecho que permite una clara lectura del sitio web y permite separar el fondo del texto y de las imágenes (Acosta, 2000); y por otro lado, al significado particular que posee cada una de las tonalidades escogidas.

El blanco indica higiene, transparencia, limpieza y seguridad; mientras que el azul transmite serenidad, tranquilidad, simpatía, libertad, sociabilidad y emotividad. Por otra parte, el azul es uno de los colores utilizados para estimular los receptores visuales, de forma tal que el cerebro reconozca

rápidamente el contenido que se está consumiendo (Alonso, 1999 en Acosta, 2000).

6.3.3.- Diseño del logo de *Ucabistas*

Para la creación del logo de Ucabistas se empleó el programa Adobe Illustrator. A la hora de realizar el diseño se buscó integrar en una sola imagen tanto el logo, como el menú, para que el usuario pudiese adaptarse rápidamente al uso de esta herramienta dentro del sitio web. Los colores utilizados para elaborar el logo fueron el blanco, el azul y el gris:

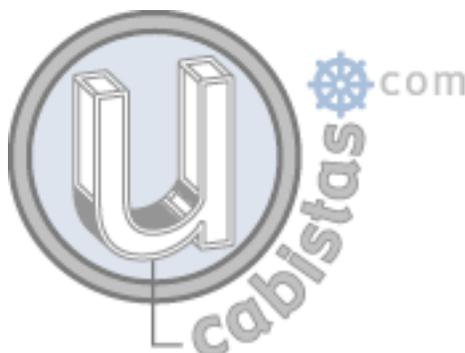


Figura N° 13: Logo de *Ucabistas*

En el diseño de identidad del portal se incluyeron varios iconos e ilustraciones utilizadas como metáforas visuales. Algunos de los dibujos son fijos, como el sobre utilizado para indicarle a los internautas que contacten a los administradores del sitio web a través de la dirección de e-mail:



Figura N° 14: Metáfora que identifica el correo electrónico

Existen otras ilustraciones que varían con cada edición, entre ellas las que se colocan en la sección *Corcho* para identificar lo ofertado en cada aviso publicado, en este caso se colocó un celular para indicar la venta de un equipo de telefonía móvil; una casa, para señalar el alquiler de un lugar de residencia; y un libro, unos pantalones y una agenda, para anunciar la venta de guías de estudio, ropa y una Palm Pilot, respectivamente:



Figura N° 15: Metáforas de la sección *Corcho*

6.4.- Implementación

Luego de la estructuración final del diseño de contenido, identidad e interactividad del portal, se procedió a colocar el sitio web en Internet. *Ucabistas* se encuentra hospedado en el servidor *Hypermart* bajo la siguiente dirección URL: <http://www.ucabistas.com>.

Posterior a su publicación, se realizaron algunas pruebas de navegación para comprobar que todos los elementos diseñados funcionaran a cabalidad.

6.5.- Control y seguimiento

Para garantizar la continuidad del proyecto, se iniciaron conversaciones con Michelle Dernasissian, presidenta de CECOSO para el período electivo 2002-2003. De esta manera, el nuevo equipo de representantes estudiantiles se encargaría de promocionar el sitio web entre el alumnado y de actualizar los contenidos, utilizando para ello las indicaciones esbozadas en el 'Manual de Estilo' incluido en el presente trabajo de investigación.

Por otra parte, CECOSO también asumiría la tarea de dar a conocer el proyecto a otros centros de estudiantes de las distintas escuelas que componen la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), para propiciar la futura extensión del sitio web.

6.6.- Manual de estilo

6.6.1.- Consideraciones generales

- Todas las páginas que conforman el sitio web poseen una estructura básica predeterminada según la cual el menú principal va colocado verticalmente a la izquierda de la pantalla, mientras que las secciones *Última hora*, *Fechas importantes* y el buscador *Google* están dispuestos a la derecha. Así mismo, en la parte inferior, se anexará un menú adicional que permitirá el acceso a todas las secciones que conforman el sitio, incluida la página de inicio.
- En cuanto al tipo de fuente empleada, los contenidos serán publicados en letra *Verdana* o *Arial*, utilizando el tamaño 18 para los encabezados principales, 14 para los títulos de los artículos que componen las secciones y 11 ó 12 puntos para los textos generales.
- El color de los textos generales será negro, los títulos principales de las secciones y subsecciones serán colocados en azul oscuro, mientras que los vínculos dentro de la misma página estarán resaltados en violeta. Por último, los URL de sitios web recomendados y los hipervínculos dirigidos a sitios externos al portal se resaltarán en color azul.
- Los fondos a utilizar en las tablas serán de color blanco y azul claro, los cuales se alternarán para separar los contenidos de cada uno de los artículos que componen las secciones.

- Las informaciones redactadas por los administradores del portal deberán ser concretas, pero a la vez se procurará ofrecer la mayor cantidad de datos posibles, que les permitan a los internautas satisfacer sus requerimientos informativos.
- Todos los contenidos del portal serán actualizados semanalmente.

6.6.2.- Fuentes informativas

- Las secciones *Comunicando*, *La Merma* y *Corcho*, se basarán en los documentos, archivos y avisos enviados por los estudiantes, a través del formulario colocado en el sitio web. Sin embargo, en el caso del *Corcho*, se deberán revisar periódicamente las carteleras ubicadas en las salas de estudio y las ofertas dispuestas en los salones, sanitarios y pasillos de los módulos de pregrado.
- En la sección *Esta semana en Ucabistas* se agregará un breve resumen de los dos artículos más destacados del sitio web durante la semana, con un vínculo directo a cada uno para que el internauta pueda profundizar en ellos.
- Para elaborar la sección *Mercado laboral* se deberá revisar periódicamente la cartelera de empleos y pasantías de la Escuela de Comunicación Social, ubicada en Módulo 4 piso 3. De igual manera, es importante mantener contacto directo con María Cristina Grossman, Coordinadora de Pasantías, para obtener mayor información sobre los avisos publicados por la Escuela.

- El desarrollo de las secciones *D'Rumba*, *Eventos* y *Cinéfilos*, requiere de una constante lectura de medios impresos y de la revisión de Internet, para poder determinar cuáles son los nuevos sitios nocturnos de la ciudad, los eventos culturales que se realizarán en el país y las películas próximas a estrenarse. Respecto a este particular, serán de utilidad los sitios web www.rumbacaracas.com –para determinar cuáles son los lugares nocturnos más recomendados de la capital–, www.cinex.com.ve –para la descripción de los futuros estrenos cinematográficos– y www.enter-art.com –para obtener información relacionada con las actividades culturales.
- En la sección *Novedades UCAB* deberán ser tomados en consideración los contenidos publicados en el periódico *El Ucabista* y la información que pueda obtenerse a través de las autoridades y voceros de la Escuela de Comunicación Social. A este respecto, resulta útil la revisión continua de las diferentes carteleras de la universidad, para determinar las fechas de eventos y actividades a realizarse que puedan ser de interés para el target del portal.
- La preparación del contenido a ser publicado en la sección *Fechas importantes*, deberá basarse en lo extraído de libros, periódicos y revistas donde se incluyan las efemérides próximas a celebrarse en el país. De igual manera, es importante la revisión de sitios web relacionados con este aspecto, uno de ellos es www.efemeridesvenezolanas.com.
- Para el desarrollo de *Última hora* resulta indispensable estar atento a los contenidos de las publicaciones impresas, medios audiovisuales y

electrónicos para poder seleccionar los titulares de interés a ser incluidos en la sección.

- El apartado de *Links* requerirá una constante utilización de los buscadores a fin de ubicar y revisar los sitios web relacionados con el entorno de las comunicaciones, además de la lectura de publicaciones impresas del ámbito de la Comunicación Social, entre ellas las elaboradas por el Centro de Investigación de las Comunicaciones (CIC).
- La encuesta semanal será realizada sobre la base de las inquietudes generales y las problemáticas que, a juicio de los administradores del sitio web, aquejan a los estudiantes y requieren de su pronta atención por parte de las autoridades universitarias. Dependiendo del tema tratado y de los resultados obtenidos, se transmitirá la información a los representantes estudiantiles para que ellos la den a conocer a las autoridades universitarias correspondientes.

6.6.3.- Organización de la información

- Semanalmente se escogerá un tema a tratar en la sección *Comunicando*. Durante las primeras actualizaciones del sitio se seleccionarán los temas en función de los artículos recibidos que traten aspectos similares; sin embargo, a medida que el proyecto avance en el tiempo, los administradores se encargarán de seleccionar las temáticas con 1 ó 2 semanas de anticipación, para informar a los internautas a fin de que manden sus artículos de opinión.

- La organización de los archivos obtenidos para *La merma*, se realizará por cátedra. Cuando los administradores del sitio web lo consideren necesario, comenzarán a crear carpetas para cada curso, dentro de las cuales se colocarán los documentos recibidos, agrupados por materia.
- Los avisos de compra-venta a incluir en el *Corcho* deberán mantenerse en el sitio durante un máximo de tres semanas consecutivas. Con relación a las ofertas de servicio, se contactará mensualmente (vía e-mail) a los interesados, para determinar cuándo el ofrecimiento ha caducado y proceder a la eliminación del anuncio.
- Las películas reseñadas en *Cinéfilos* se mantendrán en el sitio durante el tiempo que permanezcan en la cartelera cinematográfica local.
- Los sitios web colocados en la sección *Links* se mantendrán allí durante un mes, esto con la intención de darle tiempo suficiente a los estudiantes para que ingresen en ellos y accedan a sus contenidos.
- Las vacantes de empleos y pasantías promocionadas en *Mercado laboral* deberán ser eliminadas del sitio web en cuanto se sepa que han sido ocupadas por alguno de los aspirantes que presentaron sus recaudos. Para el cumplimiento cabal de esta labor es importante que los administradores del sitio estén atentos a las fuentes de la sección.
- Las actividades culturales colocadas en el apartado de *Eventos* serán eliminadas del sitio en cuanto hayan perdido vigencia.

- Debido a la dinámica que posee el mercado de los lugares nocturnos existentes en la capital, es importante revisar constantemente cuáles de los sitios promocionados en *D'Rumba* han cerrado para proceder a extraerlos del portal.

6.6.4.- Observación final

- Es importante que el usuario reciba feedback de parte de los administradores del sitio cuando intente contactarlos. Para facilitar este proceso es recomendable crear mensajes predeterminados de correo electrónico, para ser enviados a los internautas según el tipo de comunicación que éstos dirigieron al portal.

Conclusiones y Recomendaciones

Las innovaciones tecnológicas han propiciado la especialización en los diferentes campos del conocimiento y han facilitado la realización de tareas que antiguamente requerían una mayor inversión de tiempo, dinero y esfuerzo. Es así como la aparición de Internet ha contribuido a implementar mejoras en el área de la Comunicación Social, debido a que este medio proporciona inmediatez, es de fácil uso y sus costos son más económicos que los generados por el desarrollo de propuestas impresas o audiovisuales.

Pese a lo anterior, Internet tiene la desventaja de que su acceso es limitado, ya que aún no se ha podido extender su utilización a todos los sectores de la población. En Venezuela sólo el 5% de los habitantes puede acceder a la red (Datanálisis, 2002); sin embargo, diariamente surgen iniciativas para democratizar su uso, entre ellas la creación de infocentros ubicados en distintos lugares del país, la dotación de computadoras con conexión a la red a varias escuelas públicas, la creación de salas computarizadas en las instituciones de educación privada de todos los niveles, la aparición de cibercafés y centros de telecomunicaciones de empresas como *CANTV* y *Telcel*.

De igual manera, han surgido publicaciones impresas en español y software de fácil de fácil empleo, para propiciar la extensión de los conocimientos sobre Internet y diseño web a otros sectores de la población.

A través del desarrollo de la investigación se pudo advertir una creciente preocupación de parte de las universidades, alumnos y egresados por satisfacer las necesidades informativas y de entretenimiento de los

estudiantes inscritos en centros de educación superior, esto ha contribuido con la proliferación de sitios web, destinados a cumplir con las exigencias de ese target.

En cuanto al empleo de Internet los antecedentes revelan que es el medio más utilizado por los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), quienes recurren a él para ubicar información académica y no académica, por su rapidez, practicidad y grado de fiabilidad de los contenidos extraídos (Raventós, 2001).

Para el desarrollo de propuestas electrónicas es indispensable el conocimiento de las características y necesidades de los posibles internautas, debido a que esto permite el desarrollo del diseño de contenido, identidad e interactividad más adecuado, según las exigencias de los usuarios del sistema. Lo anterior equivale a lo que Nielsen (2000) denominó 'diseño para el usuario', pues si un visitante se siente a gusto en un espacio virtual, su regreso está prácticamente asegurado.

La culminación de este proyecto fue posible gracias a la investigación documental llevada a cabo y a la aplicación de los instrumentos de recolección de datos elaborados. Por una parte, las entrevistas suministradas a los directivos de los medios electrónicos universitarios que voluntariamente colaboraron con esta iniciativa; y por otra, el desarrollo del análisis de usabilidad e interactividad para cada uno de los sitios web tomados en consideración (*University, Universia, La Simón, La Aldea y Decanato Digital*).

Los resultados obtenidos a través de las *entrevistas semiestructuradas*, permitieron conocer que el desarrollo de propuestas electrónicas *no institucionales* dirigidas a estudiantes de educación superior,

ha tenido lugar en los últimos cuatro años (1999-2002), cuando surgieron sitios tendientes a satisfacer tanto al colectivo universitario (*Univerxity* y *Universia*), como a grupos más específicos (*La Simón*, *La Aldea* y *Decanato Digital*).

De igual manera, se advirtió que algunas de estas iniciativas electrónicas (*Univerxity*, *Universia* y *La Simón*) manejan estimaciones de costos elevadas y poseen una estructura de funcionamiento compleja, basada en la división de tareas y la cancelación de salarios. En contraposición, existen iniciativas más modestas que cuentan con un bajo presupuesto (*La Aldea* y *Decanato Digital*), cuyo funcionamiento se debe a la colaboración desinteresada de grupos estudiantiles.

Aunque *Universia* y *La Simón* son sitios web que operan sobre la base de presupuestos considerables y ostentan un diseño visual de gran atractivo, poseen una falla notable, constituida por la colocación de bloques interminables de texto respecto a temas diversos, situación que desorienta e incomoda al lector. A juicio de Nielsen (2000), este tipo de problema podría resolverse con la utilización de contenidos sucintos, divididos mediante vínculos incrustados que le permitan al internauta profundizar sólo en aquello que sea de su interés.

En contraste con lo anterior, *La Aldea* y *Decanato Digital* cuentan con informaciones bien estructuradas y concretas; sin embargo, el diseño visual no tiene suficientes elementos atrayentes para el usuario. Esto genera una disyuntiva para el creador de un sitio web: ¿Qué es más importante para los internautas, un diseño llamativo o un contenido organizado y de buena calidad?. Al respecto es preciso acotar que es posible lograr ambas cosas, ejemplo de ello es *Univerxity*, sitio web que muestra un diseño agradable con

informaciones concretas, dotadas de vínculos para que el visitante ahonde en los contenidos que le interesan.

La aplicación del *sistema de observación* permitió conocer que la retroalimentación está presente en todos los sitios web, aunque se ve afectada por vínculos que muestran errores de direccionamiento, bien sea porque trasladan a los usuarios a sitios inexistentes o porque los conducen a páginas que no se corresponden con sus expectativas.

Nielsen (2000) destaca la importancia de que el sistema responda rápidamente a cada una de las acciones de los visitantes de un sitio web. Al respecto, se pudo advertir que existe una notable tendencia a que los tiempos de respuesta aumenten al revisar vínculos externos; además, en algunos casos la espera puede extenderse debido a la presencia de gráficos y animaciones complejas, lo cual amerita el despliegue de avisos explicativos para indicarle al internauta que debe aguardar.

Pese a las indicaciones anteriores, sitios como *La Aldea* y *Universia* poseen un sistema que emite respuestas tardías, lo cual no se justifica puesto que las páginas son relativamente simples, en comparación con el resto de las que conforman la investigación. Así mismo, estos sitios no despliegan avisos para señalarle al visitante que debe esperar y evitar que se impaciente.

En cuanto a la estructura del sitio, se observa una inclinación de los diseñadores por hacer uso del modelo en red propuesto por Mok (1998), probablemente por las múltiples opciones de desplazamiento que le ofrece a los usuarios. Así mismo, los sitios web revisados tienden a emplear una barra

de navegación colocada a la izquierda de la pantalla y vínculos estructurales inferiores, esquema que se mantiene en la mayoría de las páginas.

A pesar que ninguno de los sitios cuenta con un mapa de navegación, todos poseen estructuras convencionales y guías de fácil visualización para conducir al internauta, entre ellas el menú principal, los submenús, vínculos estructurales e incrustados y opciones de retorno a la página de inicio.

Finalmente, la mayor parte de los sitios estudiados son bastante legibles; empero, algunos presentan fallas, tales como la utilización de fondos estampados (*Decanato Digital*), el uso de fuentes de gran tamaño (*La Aldea*) y el empleo de fondos de colores fosforescentes (*La Simón*). Estos errores entorpecen el desenvolvimiento del proceso de navegación llevado a cabo por los visitantes.

Entre otras cosas, el análisis de usabilidad e interactividad realizado permitió evaluar las debilidades y fortalezas del diseño de contenido, identidad e interactividad de las propuestas similares que existen en el mercado, para extraer los elementos más acordes al nuevo sitio web a desarrollar.

El desarrollo de *Ucabistas* se basó en el seguimiento de los cuatro pasos establecidos por Mok (1998) para la creación de proyectos de esta índole: Definición, Arquitectura, Diseño e Implantación (DADI).

El contenido de este portal se dividió en doce secciones, cada una de ellas responde a temáticas diferentes: *Esta semana en Ucabistas* resume las dos noticias más destacadas de la semana dentro de las que fueron incluidas en el sitio, *Mercado laboral* muestra las ofertas de empleos y pasantías

existentes en el campo de la Comunicación Social, *Corcho* posibilita la publicación de avisos de compra y venta de artículos o servicios profesionales ofrecidos, *Comunicando* expone los artículos de opinión escritos por los estudiantes, *D'Rumba* describe algunas de las opciones nocturnas que tienen los estudiantes en Caracas para el disfrute de su tiempo libre, *Novedades UCAB* difunde temas académicos relevantes para los alumnos, *Cinéfilos* presenta críticas de las películas que forman parte de la cartelera local, *Links* muestra un listado semanal de vínculos de interés para el target, *Eventos* propone las opciones culturales y de entretenimiento más resaltantes, *Ultima hora* ofrece los titulares más trascendentes en el ámbito nacional e internacional, *Fechas importantes* da a conocer las efemérides venezolanas de la semana y *La merma* permite el acceso al archivo de guías de estudio, trabajos y documentos elaborados por los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

Aunado a lo anterior, *Ucabistas* posee recursos interactivos como el correo electrónico, el formulario de ingreso de datos, la encuesta en línea y el chat.

En cuanto al diseño, el sitio web desarrollado emplea el modelo en red. Además, posee una navegación convencional y adopta un esquema que se mantiene invariable en todas las páginas (menú izquierdo y vínculos estructurales inferiores), para evitar que el usuario se desoriente. Además, los tiempos de respuesta son menores a 10 segundos, tanto para vínculos internos como para los enlaces a otros sitios web, aunque esto puede variar dependiendo de las capacidades de la computadora utilizada.

Ucabistas presenta animaciones creadas en *JavaScript* y recursos gráficos tratados con *Photoshop* para reducir su peso, tamaño y resolución. Lo anterior garantiza tanto la calidad de visualización, como la disminución del tiempo que deben aguardar los visitantes para descargar las páginas.

Por último, *Ucabistas* emplea dos tonalidades claras (blanco y azul celeste), lo cual contribuye a resaltar el contraste con los textos negros utilizados, además de estimular los receptores visuales. El uso de estos colores le permite al usuario reconocer más fácilmente los contenidos que le son presentados, favoreciendo su consumo.

El portal propuesto logró materializarse y se encuentra disponible en la red para que todos los estudiantes de Comunicación Social de la UCAB accedan a él. Sin embargo, se requiere del compromiso de representantes estudiantiles de todas las carreras y de la UCAB como institución educativa, a fin de propiciar la extensión del portal a la totalidad de esta comunidad universitaria.

Con respecto a la continuidad del portal interactivo *Ucabistas*, se recomienda:

- Que el Centro de Estudiantes de Comunicación Social (CECOSO) designe un comité encargado de la administración del sitio, el cual deberá estar conformado por redactores, diseñadores y programadores que mantengan la línea editorial inicialmente planteada, utilizando para ello el 'Manual de Estilo' que contiene el presente trabajo de grado.

- Que se realicen evaluaciones trimestrales de la adecuación de la estructura del sitio a los requerimientos y características de los internautas, de tal forma se podrán realizar las modificaciones necesarias.
- Que los miembros de CECOSO encargados del mantenimiento del sitio publiciten el proyecto, para darlo a conocer a los alumnos de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB, propiciando así el surgimiento de un vínculo de identificación entre los usuarios y el espacio interactivo. Para tal fin pueden emplearse la difusión oral y otros medios como periódicos estudiantiles, volantes, listas de correo electrónico y avisos en otros sitios web.
- Mantener abiertos los canales de comunicación con los usuarios del sitio, a través de los mecanismos que se desarrollaron inicialmente (correo electrónico y formulario de envío de datos). A este respecto, podrán diseñarse nuevas herramientas para favorecer el contacto.
- Dar a conocer el proyecto a los representantes estudiantiles de las distintas Escuelas de la UCAB, para promover la extensión del portal a la totalidad de la comunidad ucabista. En tal sentido, el alquiler de un servidor que ofrezca mayor capacidad de almacenamiento de datos y la contratación de un Webmaster que participe en el diseño de las nuevas herramientas de programación, son indispensables para la culminación exitosa del proceso de expansión del sitio web.
- Posterior al proceso de expansión que se pretende lograr, se sugiere diseñar una estrategia de mercadeo para conseguir anunciantes que ofrezcan sus productos o servicios en el sitio a menor precio para los

miembros de la comunidad estudiantil de la UCAB. Para ello sería útil contactar inicialmente a representantes de compañías relacionadas con la venta y fabricación de equipos y herramientas utilizadas en el ámbito universitario (computadoras, calculadoras, equipos fotográficos, etc.), así como librerías especializadas e instituciones bancarias.

Con relación a iniciativas similares que otros tesisistas decidan llevar a cabo en el futuro, se recomienda tomar en consideración los siguientes lineamientos:

- Conocer las características y requerimientos informativos del target al cual va dirigido el sitio web, bien sea a través de la consulta de investigaciones precedentes, o mediante el diseño de un instrumento de recolección de datos adecuado para tal fin. En el diseño de la presente investigación este aspecto fue de utilidad, puesto que el conocimiento previo de los usuarios posibilita la construcción de un sitio web adaptado a las necesidades de los visitantes.
- Si el sitio web va a contener información de bajo nivel de caducidad, el creador de la propuesta debe recabar los datos a ser publicados paralelamente a la construcción del marco teórico de la investigación. En el caso de *Ucabistas* esto no pudo ser aplicado puesto que las temáticas tratadas prescriben rápidamente.
- Organizar el contenido a publicar de forma coherente, según la temática de las secciones a ser incluidas en el sitio para facilitar el proceso de montaje final, tal como se realizó en *Ucabistas*.

- Evaluar el funcionamiento y el diseño de contenido, identidad e interactividad de los sitios web que integran el mercado competitivo en el cual se desenvolverá el proyecto. En tal sentido, es útil la implementación de un *sistema de observación* que incluya las unidades de análisis más acordes a los fines del proyecto, proceso similar al llevado a cabo en esta investigación.
- Seleccionar los software para el desarrollo del sitio web en función del tipo de recursos interactivos que se desean incluir y de las imágenes e ilustraciones a colocar. En *Ucabistas* se utilizaron software relativamente sencillos, entre ellos *Dreamweaver*, *Photoshop* e *Illustrator*, aunque algunos recursos interactivos introducidos en el sitio (encuesta en línea y chat) requirieron del manejo de programas complejos, para lo cual se contrató a un Webmaster. Pese a lo anterior, la tesista estuvo involucrada en el proceso de montaje de estos elementos.
- Analizar los diferentes planes de hospedaje ofrecidos por los servidores web, lo que permitirá la elección del que mejor se ajuste a las funciones del sitio. En relación con lo anterior, es necesario evaluar aspectos como el espacio ofrecido para el almacenamiento de datos, el empleo de banners publicitarios, la elección y mantenimiento del nombre de dominio y el uso de lenguajes de programación dinámicos que faciliten la interacción de los internautas.
- Uso de recursos de bajo peso para evitar sobrecargar el sitio y que los tiempos de respuesta del sistema sean elevados. Esto se logra a través del empleo de programas que permitan la compresión de los elementos a utilizar sin sacrificar su calidad, entre ellos se incluyen

editores fotográficos como *Photoshop*, utilizado en el diseño de *Ucabistas*.

- Utilización del mismo esquema de navegación en todas las páginas del sitio web para impedir que el visitante se desoriente. De igual manera, se deben emplear vínculos estructurales inferiores, conjuntamente con el menú principal, pues esto evita que el usuario deba hacer uso de la barra de desplazamiento o del botón 'back' para movilizarse.
- Diseñar los vínculos externos para que sean desplegados en ventanas alternas, así se reduce el riesgo de que los internautas se extravíen.
- Realizar pruebas de usabilidad antes de iniciar la fase de promoción del sitio web para verificar su funcionamiento cabal. Además, es recomendable evaluar con cierta periodicidad su desempeño para adaptarlo a las nuevas tendencias en el campo de los medios electrónicos y a las necesidades cambiantes de los usuarios. En el caso particular de *Ucabistas*, se realizaron las pruebas de usabilidad correspondientes; sin embargo, la promoción del sitio web será desarrollada por CECOSO luego del inicio del nuevo período de clases.
- Revisar constantemente las publicaciones electrónicas y fuentes hemerográficas especializadas para obtener información sobre la evolución de las directrices que rigen en el área del diseño web, lo cual permitirá conocer aquellos principios que puedan ser de utilidad para el desarrollo del sitio elaborado.

Fuentes de Información Consultadas

Referencias bibliográficas:

- Acosta, D. (2000). Una aproximación al estudio del color en la comunicación. Compilación teórica y elaboración del contenido para el diseño de un curso semestral. Trabajo de grado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Arias, F. (1999). El Proyecto de Investigación: Guía para su elaboración (3ra. ed.). Caracas: Episteme.
- Barret, E., & Redmond, M. (1997). Medios Contextuales de la práctica cultural. Barcelona: Paidós.
- Bisbal, M., & Nicodemo, P. (Coord.) (1996). Nuevas Fronteras: Medios de comunicación y poder. Caracas: Universidad Central de Venezuela (UCV) / Fundación Carlos Eduardo Frias.
- Bisbal, M. (1996). *A modo de presentación Comunicación y Cultura: para pensar lo massmediático.* En: Bisbal, M., & Nicodemo, P. (Coord.) Nuevas Fronteras: Medios de comunicación y poder. Caracas: Universidad Central de Venezuela (UCV) / Fundación Carlos Eduardo Frias.
- Cáceres, D. (2000). El Impulso Digital. Trabajo de grado, Universidad de Los Andes, San Cristóbal.
- Castillo, M., & Pereira, A. (1998). Música Interactiva: Diseño de una publicación multimedia para un enhanced CD. Trabajo de grado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Cebrián, J. (1998). La Red. Madrid: Taurus.

- Colina, C. (1996). *Flujos diversos en el audiovisual globalizado. Las nuevas tecnologías de la comunicación en Venezuela*. En: Bisbal, M., & Nicodemo, P. (Coord.) Nuevas Fronteras: Medios de comunicación y poder. Caracas: Universidad Central de Venezuela (UCV) / Fundación Carlos Eduardo Frias.
- De Los Reyes, D. (1996). *Construyendo una filosofía de la comunicación para los ¿nuevos? tiempos*. En: Bisbal, M., & Nicodemo, P. (Coord.) Nuevas Fronteras: Medios de comunicación y poder. Caracas: Universidad Central de Venezuela (UCV) / Fundación Carlos Eduardo Frias.
- Degen, E. (2001). Evaluación del funcionamiento y utilización de un sitio web: Caso La Aldea. Trabajo de grado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.
- Geenet, G. (1989). Palimpsestos: La literatura en segundo grado. Madrid: Taurus.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1998). Metodología de la investigación (2da. ed.). México D.F: McGraw Hill.
- Hurtado, J. (1996). El anteproyecto y el marco teórico: un enfoque holístico. Caracas: Fundación Sypal.
- Landow, G. (1995). Hipertexto: La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología. Barcelona: Paidós.
- Lynch, P., & Horton, S. (1999). Web Style Guide. Estados Unidos: Yale University.
- Martínez, H., & Rincón, S. (1997). La página web como medio eficaz para transmitir mensajes publicitarios. Trabajo de grado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.

- Mc Luhan, M., & Power, B. (1989): La aldea global. Barcelona: Gedisa.
- Mok, C. (1996). Designing Business. Estados Unidos: Adobe Press.
- Mok, C. (1998). El diseño en el mundo de la empresa. (P. Toldos, Trad.). Madrid: Anaya Multimedia. (Trabajo original publicado en 1996).
- Negroponete, N. (1995). Ser Digital. Buenos Aires: Editorial Atlántida.
- Nielsen, J. (2000). La Usabilidad: Diseño de sitios web. Madrid: Prentice Hall.
- Oronel, E., Plaza, V., & Sisco, C. (1999). La Aldea: Espacio virtual interesuelas de Comunicación Social de Venezuela. Trabajo de grado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Pressman, R. (1993). Ingeniería del Software: Un enfoque Práctico (3ra. ed.). Madrid: Mc.Graw Hill.
- Raventós, V. (2001). ¿Internauta Postmoderno? Perfil del internauta universitario en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, Montalbán, en función de la postmodernidad. Trabajo de grado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Sabino, C. (1998). Cómo hacer una tesis. Buenos Aires: Lumen-Humanitas.
- Terán, M. (2000). Enelmedio Magazine interactivo desarrollo de un medio electrónico interactivo de comunicación para la industria publicitaria y de la producción audiovisual venezolana. Trabajo de grado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.

- Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) (2001). Manual del Tesista de Comunicación Social. Año académico 2001-2002. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).
- Williams, R., Tollett, J., & Rohr, D. (2001). Web Design Workshop. Berkeley: Peachpit Press.
- Wolf, M. (1991). La investigación de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós.

Referencias hemerográficas:

- De Moragas, M. (1996). Las ciencias de la comunicación en la sociedad de la información. *Diálogos de la Comunicación*, 23-32.
- Larrazábal, M. (1997). 1997: un año tras los cables de la red. *Internet World Venezuela*, 1 (6), 33-45.
- Ríos, S. (1997a). 100 respuestas sobre Internet. *Internet World Venezuela*, 1 (2), 49-54.
- Ríos, S. (1997b). 100 respuestas sobre Internet. *Internet World Venezuela*, 1 (3), 65-70.
- Rodríguez, C. (1997). Eureka! un Rally académico por la superautopista. *Internet World Venezuela*, 1 (6), 30-32.
- Rojas, A. (1997). Se solicitan empleados cibermediáticos. *Internet World Venezuela*, 1 (3), 22-27.

Referencias multimedia:

- Micronet, S.A. (1995). Hipertexto. [CD-ROM]. *Enciclopedia Universal*. Madrid: Micronet, S. A.

- Microsoft Corporation (2001a). Lugar en Web. [CD-ROM]. *Enciclopedia Microsoft Encarta*. Redmond: Microsoft Corporation.
- Microsoft Corporation (2001b). Lingüística. [CD-ROM]. *Enciclopedia Microsoft Encarta*. Redmond: Microsoft Corporation.
- Microsoft Corporation (2001c). Logotipo. [CD-ROM]. *Enciclopedia Microsoft Encarta*. Redmond: Microsoft Corporation.
- Microsoft Corporation (2001d). Icono. [CD-ROM]. *Enciclopedia Microsoft Encarta*. Redmond: Microsoft Corporation.

Referencias electrónicas:

- Adobe. (2002). Descripción de software utilizados en el diseño web. *Adobe*. Recuperado el 16 de junio de 2002, de www.adobe.com/products/
- ATV Informática (2002). *Diccionario ABC Internet*. Recuperado el 13 de agosto de 2002, de <http://www.servitel.es/atv/AYU/INTERNET/DICCIO/diccio.htm>
- Burgos, O. (2001). *Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)*. Recuperado el 28 junio de 2002, de <http://www.ucab.edu.ve/humanidades/comunicacion/index.htm>
- CANTV. (2002). *Mi página: Servicio de hospedaje gratuito de páginas web*. Recuperado el 18 de junio de 2002, de <http://mipagina.cantv.net/>
- CNTI. (2002). ¿Qué es el CNTI?. *Centro Nacional de Tecnologías de Información (CNTI)*. Recuperado el 2 de agosto de 2002, de <http://www.reacciun.ve/cnti.html>

- CNTI-Reacciun. (2002). Infocentros. *Centro Nacional de Tecnologías de Información (CNTI)*. Recuperado el 24 de agosto de 2002, de http://www.infocentro.gov.ve/home_infocentros.html
- Conectu. (2002). *Usabilidad de sitios web*. Recuperado el 4 de marzo de 2002, de http://www.conectu.com/art_usabilidad.php
- Contenidos (2002). *Glosario de términos de Internet*. Recuperado el 14 de agosto de 2002, de <http://www.contenidos.com/biblioteca/glosario-internet/#servidor>
- Datanálisis (Enero, 2002). *Los indicadores de penetración de Internet en Venezuela*. Recuperado el 28 de julio de 2002, de http://www.tendenciasdigitales.com/td/indicadores_p.htm#usuarios
- Decanato Digital. (2002). *Decanato Digital: La Primera Comunidad Virtual del Decanato de Medicina UCLA*. Recuperado el 14 de febrero de 2002, de <http://www.geocities.com/decanatodigital>
- Del Rosario, C. (2002). *Las computadoras portátiles. Monografías*. Recuperado el 20 de agosto de 2002, de <http://www.monografias.com/trabajos10/carolin/carolin.shtml>
- Díaz, V. (2000). *.gov y la expansión de Internet. La Red: el periódico de Internet*. Recuperado el 2 de agosto de 2002, de <http://www.lared.com.ve/archivo/porta51.html>
- Escuela de Comunicación Social. Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). (2002). [Homepage]. Recuperado el 19 de julio de 2002, de <http://www.ucab.edu.ve/humanidades/comunicacion/index.htm>
- Eureka.(2002). *Eureka: el buscador académico*. Recuperado el 16 de marzo de 2002, de <http://www.eureka.web.ve/>

- Fortunecity. (2002). *Fortunecity: Servicio de hospedaje de páginas web*. Recuperado el 10 de mayo de 2002, de <http://www.fortunecity.com/>
- Geocities. (2002). *Geocities: Servicio de hospedaje gratuito de páginas web*. Recuperado el 18 de junio de 2002, de <http://www.geocities.com/>
- Hypermart.. (2001). *Hypermart.net: Servicio de hospedaje de páginas web*. Recuperado el 28 de octubre de 2001, de <http://www.hypermart.net/>
- Informática Milenium. (2002). Sitios Web. *Informática Milenium*. Recuperado el 1 de agosto de 2002, de <http://www.informaticamilenium.com.mx/Paginas/espanol/sitioweb.htm>
- La Simón (2002). *lasimon.net: portal de la Universidad Simón Bolívar (USB)*. Recuperado el 4 de febrero de 2002, de <http://www.lasimon.net>
- Lora, V. (2001). Un sitio en Internet ¿Qué es la Web?. *Monografías*. Recuperado el 7 de junio de 2002, de <http://www.monografias.com/trabajos5/laweb/laweb.shtml>
- Macromedia. (2002). Descripción de software utilizados en el diseño web. *Macromedia España*. Recuperado el 16 de junio de 2002, de <http://www.macromedia.com/es/software/>
- Méndez, I. (2002, Septiembre 14). Venezuela: Intel Inside!. *Analítica*. Recuperado el 17 de junio de 2002, de <http://www.analitica.com/cyberanalitica/icono/4251783.asp>
- Mercovich, E. (1998, julio 18). Ponencia Diseño centrado en el Usuario. *Empresa Consultora Gaiasur*. Recuperado el 7 de octubre de 2001, de <http://fractal.gaiasur.com.ar/infoteca/siggraph99/index.html>

- Microsoft. (1996). *Referencia de Internet: Glosario de Términos de Internet*. Recuperado el 25 de agosto de 2002, de <http://lg.msn.com/intl/es/tutorial/glossary.htm#w>
- Microsoft. (2002). Descripción de software utilizados en el diseño web. *Microsoft en español*. Recuperado el 16 de junio de 2002, de <http://www.microsoft.com/Spain/>
- Padilla, J. (2002). Hardware. *Monografías*. Recuperado el 20 de agosto de 2002, de <http://www.monografias.com/trabajos10/hard/hard.shtml#dis>
- Pérez, G. (2001). Incendio de joven y bombero de Viejo. *Multitextos*. Recuperado el 2 de junio de 2002, de <http://www.multitextos.com/articulos/incendio.htm>
- Pérez, M. (2001, Julio). Univerxity se la pone fácil a los estudiantes. *Venezuela Productiva*. Recuperado el 15 de julio de 2002, de http://www.venezuelaproductiva.gov.ve/noti_jul36.html
- Pocovi, P. (1999). *Investigación Cualitativa: Una alternativa viable*. Recuperado el 20 de abril de 2002, de <http://www.iteso.mx/publica/mktglobal/marzo99/marzo6.html>
- Ramírez, M. (2001, junio). ¿Qué necesita para construir profesionalmente un sitio web tipo portal?. *Empresa IKêls Internet Columns*. Recuperado el 21 de mayo de 2002, de <http://www.ikels.com/view/index.asp>
- Ramos, C. (1996, julio). Internet llegó para quedarse. *La Red: el periódico de Internet*. Recuperado el 4 de mayo de 2002, de <http://www.lared.com.ve/archivo/marla5.html>

- REACCIUN. (2002). *nic.ve: Servicio público de registro y búsqueda de dominios bajo VE*. Recuperado el 15 de enero de 2002, de <http://www.nic.ve/servicios.html>
- Recoletos (2002). Guía útil Cómo crear tu propia página web. Glosario de términos. *Tiramillas.net*. Recuperado el 24 de agosto de 2002, de <http://www.tiramillas.net/videojuegos/guiautil/creatuweb/glosario.html>
- Revista Poder. (2002, enero 3). El mercado 'glocal'. *Revista Poder*. Recuperado el 5 de marzo de 2002, de <http://www.revistapoder.com/NR/exeres/26DD0541-9401-4A09-8C58-4B0AC915E976.htm>
- Scarano, L. (2001). Identidades en la Red: ¿construcción o desconstrucción?. *Analítica*. Recuperado el 17 de febrero de 2002, de <http://www.analitica.com/cyberanalitica/fractal/1393552.asp>
- Universia. (2002). *Universia Venezuela*. Recuperado el 4 de febrero de 2002, de <http://www.universia.edu.ve>
- Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). (2002). *Centro de estudiantes de Comunicación Social (CECOSO)*. Recuperado el 19 de julio de 2002, de <http://www.ucab.edu.ve/humanidades/comunicacion/index.htm>
- Univerxity. (2002). *Univerxity*. Recuperado el 4 de febrero de 2002, de <http://www.univerxity.com>

Glosario

A

- **Active X:** Lenguaje de programación apoyado en elementos del entorno *Microsoft* que permite la interacción de aplicaciones Windows con el World Wide Web (Contenidos, 2002).
- **Analógica:** “Información presentada de manera secuencial y continua” (ATV Informática, 2002).
- **Ancho de banda:** Capacidad de transmisión de datos que soporta un enlace. Es un recurso compartido por todos los usuarios de un proveedor específico (Ríos, 1997a).
- **Applets:** Programas escritos en lenguaje *Java*, transferidos a través de Internet y ejecutados en la máquina local, pues se integran en la ventana de visualización del navegador como si formaran una imagen completa (Ríos, 1997b).
- **ARPA (Advanced Research Projects Agency):** Agencia oficial del gobierno norteamericano que creó la red ARPANET (ATV Informática, 2002).
- **ARPANET:** Red de conmutación de paquetes creada a principios de los años sesenta por ARPA. Es considerada como la antecesora de Internet (ATV Informática, 2002).
- **Attachment (Archivo adjunto):** “Archivo de datos (texto, audio, video, etc.) que se envía junto con un mensaje de correo electrónico” (Terán, 2000).

B

- **Banda ancha:** “Característica de cualquier red que permite la conexión de varias redes en un único cable. Para evitar las interferencias (...) se utilizan diferentes frecuencias para cada una de

ellas. La banda ancha hace referencia también a una gran velocidad de transmisión” (ATV Informática, 2002).

“Canal de comunicación digital que permite el flujo de gran cantidad de información de forma simultánea. Ancho de banda que incluye canales de microondas, satélites, cable coaxial y cable de fibra óptica” (Terán, 2000).

- **Banner:** Aviso publicitario que aparece en la página web, generalmente ocupando la parte superior de la pantalla. Posee un vínculo con el sitio web del anunciante (Terán, 2000).
- **Barra de desplazamiento:** Barra vertical colocada a la derecha de la pantalla que forma parte del navegador. A través de esta herramienta, el usuario puede desplazarse dentro de una misma página para acceder a los distintos contenidos que posee (elaboración propia).
- **Barra de navegación:** Recurso empleado para darle movilidad al usuario a través de los contenidos del sitio web. Especie de menú que puede estar colocado en distintos lugares de la pantalla y le permite al internauta saber dónde se encuentra y hacia dónde puede dirigirse (elaboración propia).
- **Binario:** “Archivo que contiene códigos y caracteres que sólo pueden ser utilizados por un tipo específico de software. Los más comunes son los archivos ejecutables, gráficos y documentos con formato” (Contenidos, 2002).
- **Bit (Binary DigIT):** “Unidad mínima de almacenamiento de la información. Su valor puede ser 0 ó 1 ó verdadero o falso” (Contenidos, 2002).
- **Botón ‘Back’:** “Mecanismo de desplazamiento de los navegadores (...), lleva al usuario directamente a la página anterior” (Nielsen, 2000).
- **Buscadores:** Servidores web que permiten acceder a una amplia base de datos relacionada con diversos temas. El usuario introduce

algunos vocablos alusivos a la información que busca y el sistema despliega una lista de enlaces a otros sitios web que contienen las palabras claves usadas (Ríos, 1997b).

C

- **CD-ROM (Compact Disc-Read Only Memory):** Disco utilizado para almacenar datos (audio, video, imágenes y textos) (ATV Informática, 2002).
- **CGI (Common Gateway Interface):** Programa creado para regular el intercambio de información entre clientes web y las aplicaciones situadas y ejecutadas en el servidor (Ríos, 1997b). Es un mecanismo usado para tratar con archivos dinámicos que generen una respuesta por parte del sistema (Delnardo, comunicación personal, 10 de julio, 2002).
- **Chat:** Sistema que le permite a dos internautas conversar en tiempo real a través de los mensajes transmitidos por el teclado (ATV Informática, 2002).
- **Ciber:** Expresión derivada del griego que significa 'máquina', utilizada como prefijo en palabras relacionadas con el mundo electrónico (ATV Informática, 2002).
- **Cibercultura:** "Forma cultural relacionada con las nuevas tecnologías que incluye artes, ciencias y pensamiento" (ATV Informática, 2002).
- **Ciberespacio:** "Término creado para describir el mundo de los ordenadores y la sociedad creada en torno a ellos (...). Área por la que viajan los usuarios de ordenadores cuando 'navegan' a través de una red" (ATV Informática, 2002).
- **Cibernauta** (ver Internauta)
- **Cliente:** Aplicación que permite a un usuario obtener un servicio de parte de un servidor dispuesto en la red (Contenidos, 2002).

- **Cliente/Servidor:** “Modelo lógico de una forma de proceso cooperativo, independiente de plataformas hardware y sistemas operativos. El concepto se refiere más a una filosofía que a un conjunto determinado de productos. Generalmente, el modelo se refiere a un puesto de trabajo o cliente que accede mediante una combinación de hardware y software a los recursos situados en un ordenador denominado servidor” (ATV Informática, 2002).
- **Correo electrónico:** Sistema de intercambio de mensaje entre dos o más usuarios que poseen una dirección específica e irrepetible (Ríos, 1997a).
- **Cut FTP Pro:** Software empleado para transferir archivos vía FTP (elaboración propia).

D

- **DADI:** Definición, Arquitectura, Diseño e Implantación son las cuatro fases que permiten el desarrollo exitoso de un proyecto (Mok, 1998).
- **DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency):** Agencia del Gobierno norteamericano creadora de la red ARPANET, predecesora de Internet (ATV Informática, 2002).
- **Descargar (Download):** “Proceso de transferir información desde un servidor a la propia computadora personal” (Terán, 2000).
- **Dispositivos de entrada:** “Son todos aquellos que permiten al microprocesador la obtención de la información e instrucciones a seguir en determinado momento” (Padilla, 2002). Entre ellos se encuentran el teclado, mouse, escáner, micrófono, unidades de lectura, etc.
- **Dispositivos de salida:** “Son todos aquellos que nos permiten obtener la información procesada por la computadora” (Padilla, 2002).

Entre ellos se encuentran las impresoras, unidades de lectura, el módem y el monitor.

- **DNS (Servicio de Nombres de Dominio):** Servicio encargado de traducir los nombres de dominio a direcciones IP, si el usuario no cuenta con ese servicio debe especificar de forma manual las direcciones IP de los sistemas remotos (Ríos, 1997a).
- **Dominio:** parte del nombre jerárquico con que se conoce cada entidad conectada a Internet. Sintácticamente, un dominio (domain) se compone de una secuencia de etiquetas o nombres separados por puntos, agrupados por lugar de ubicación y funcionalidad (ATV Informática, 2002 & Contenidos, 2002).
- **Dominio público:** Término utilizado para hacer referencia a aquellos software que para ser utilizados no requieren el pago de derechos de autor, puesto que éstos los han cedido a la comunidad de usuarios (ATV Informática, 2002).

E

- **E-mail** (ver correo electrónico)
- **En línea (On-line):** Frase empleada para indicar que la aplicación o el sistema al que se está haciendo referencia permanece conectado a otro ordenador o a una red de ordenadores (ATV Informática, 2002).
- **Escáner:** “Pequeñas copiadoras que, mediante haces de luz, digitalizan punto por punto una imagen y la transfieren a la memoria de la computadora en forma de archivo (...). La calidad de éstos está representada por la resolución máxima a la que pueden rastrear una imagen, los hay desde 300 dpi hasta 2400” (Padilla, 2002).

F

- **Fibra óptica:** “Sistema de transmisión que utiliza fibra de vidrio como conductor de frecuencias de luz visible o infrarrojas. Este tipo de

transmisión tiene la ventaja de que no se pierde casi energía pese a la distancia (la señal no se debilita) y que no le afectan las posibles interferencias electromagnéticas que sí afectan a la tecnología de cable de cobre clásica” (ATV Informática, 2002).

- **Formatos:** “Tipo de archivo. Por ejemplo: .jpg, .gif, .doc, .html, etc” (Terán, 2000).
- **Foros de discusión:** Nombre empleado como sinónimo de las listas de correo. Servicio automatizado de mensajes que suele estar moderado por un propietario, a través de este sistema los integrantes reciben mensajes dejados por otros suscriptores en relación con un tema dado. Los mensajes son enviados por correo electrónico (Contenidos, 2002).
- **Foros de discusión interactivos:** Aquellos que permiten el intercambio entre dos o más personas a través de una conversación escrita simultánea, realizada mediante algún programa (Contenidos, 2002).
- **FTP:** Protocolo que permite transferir archivos entre dos sistemas que integran una red TCP/IP. Para llevar a cabo el proceso se requieren programas especializados para ello (Ríos, 1997a).
- **Fuera de línea (Off-line):** revisión de un contenido sin conexión a Internet, éste puede encontrarse almacenado en el disco duro de la computadora o en cualquier unidad de almacenamiento (CD-ROM, disquete, disco zip, etc.) (elaboración propia).

G

- **GIF (Graphics Interchange Format):** Formato binario de archivos de imágenes. Es usado por su elevada capacidad de compresión. Fue desarrollado en 1987 por la empresa *CompuServe* como solución para

compartir imágenes a través de distintas plataformas (Contenidos, 2002)

- **GIF Animado:** “Formato binario que permite almacenar varios archivos con formato GIF de manera que un visualizador pueda desplegar cada una de las imágenes en orden” (Contenidos, 2002).
- **Gif Animator:** Software que permite la creación de GIF animados (Delnardo, comunicación personal, 10 de julio, 2002).
- **GUI:** Abreviatura de Interfaz gráfica de usuario (elaboración propia).

H

- **Hardware:** “Componentes físicos de una computadora (teclados, monitor, CPU, etc.)” (Hadziconstanti, 1999 en Ornel et al., 1999).
- **Hipermedia:** “Combinación de texto y multimedia. Actualmente es un recurso ampliamente explotado en el World Wide Web” (Contenidos, 2002).
- **Hipertexto:** “Describe un tipo de funcionalidad de exploración en línea interactiva. Los vínculos (direcciones URL) incrustados en palabras o frases permiten al usuario seleccionar texto (p. ej. haciendo clic con el mouse) y mostrar inmediatamente información relacionada y material multimedia” (Microsoft, 1996).
- **Home Page:** Página de inicio de un sitio web (elaboración propia).
- **Host (Anfitrión):** Computadora a la que se tiene acceso de diversas formas (telnet, FTP, World Wide Web, etc). Es el servidor que provee al usuario de la información que necesita para realizar distintas tareas desde una aplicación cliente (Contenidos, 2002).
“Ordenador central en un sistema informático complejo” (ATV Informática, 2002).
- **HTML:** Lenguaje que posibilita la realización de conexiones hipertextuales entre páginas web (Ríos, 1997b).

- **HTTP (Hyper Text Transfer Protocol):** Protocolo de Transferencia de Hipertextos utilizado por el World Wide Web para transmitir páginas desarrolladas en lenguaje HTML (Contenidos, 2002).

I

- **Industrias culturales:** Aquellas que se relacionan directamente con el campo de las comunicaciones, de la cultura y del entretenimiento. Forman parte del sector cuaternario de la economía y propician el desarrollo económico y sociocultural de un país (elaboración propia).
- **Infocentros:** “Salas equipadas con computadoras personales interconectadas para brindar el libre acceso a Internet. Además se dispone de diversos equipos, que permiten el almacenamiento y la impresión de la información que se consulta. Se instalan en diferentes áreas o espacios públicos y privados, como bibliotecas, escuelas, centros comunitarios, centros culturales, en casa de ciencias, museos entre otros” (CNTI-Reacciun, 2002).
- **Infoentretenición:** Término empleado para indicar la combinación de contenidos informativos y de entretenimiento en un producto comunicacional, bien sea impreso, audiovisual o electrónico (elaboración propia).
- **Interactivo:** “Un sistema es interactivo cuando permite un diálogo continuo entre el usuario y la aplicación, respondiendo esta a las órdenes de aquel” (ATV Informática, 2002).
- **Internauta:** Nombre utilizado para designar a los usuarios de Internet que acceden a la red para obtener información (ATV Informática, 2002).
- **Internet:** Red que enlaza centenares de miles de redes locales heterogéneas. El nexo común de todos los sistemas que integran

Internet es el uso de los protocolos de comunicaciones TCP/IP (Ríos, 1997a).

- **ISDN (Integrated Services Digital Network):** “Siglas inglesas de la RDSI, Red Digital de Servicios Integrados” (ATV Informática, 2002).

J

- **Java:** Lenguaje de programación orientado a objetos, interpretado y robusto, desarrollado por la empresa *Sun Microsystems*. Pese a que suele asociarse a Internet, este lenguaje permite crear toda clase de aplicaciones estándar que funcionan de manera autónoma (Ríos, 1997b).

“Un lenguaje de programación que permite ejecutar programas escritos en un lenguaje muy parecido al C++, llamados applets, a través del World Wide Web” (Contenidos, 2002).

- **JavaScript:** Lenguaje creado por *Netscape* que permite el diseño de sitios web interactivos. Tiene similitud con el lenguaje *Java*, pero fue desarrollado independientemente (Terán, 2000).
- **JPEG (Joint Photographic Experts Group):** Formato de compresión de imágenes desarrollado por un grupo de expertos en fotografía, a través del cual se puede reducir considerablemente el tamaño de una imagen (ATV Informática, 2002).

K

- **Kb:** “Abreviatura de kilobit” (ATV Informática, 2002).
- **KB:** “Abreviatura de kilobyte” (ATV Informática, 2002).

L

- **LAN (Local Area Network):** “Red de espacio, concebida para abastecer a subunidades organizativas. (...) red local de ordenadores

que abarca una pequeña zona, bien sea un edificio, o incluso sólo un par de ordenadores” (ATV Informática, 2002).

- **Laptop:** nombre genérico que reciben las computadoras portátiles (elaboración propia).
- **Link:** “Enlace, vínculo. Es un indicador de texto o una imagen que sirve como enlace a otras partes de la página web u otro documento. Al seleccionar el indicador o imagen que contenga el link se obtiene acceso directo a los documentos” (Inter Ware, 1999 en Oronel et al., 1999).
- **Localizador Uniforme de Recursos** (ver URL)
- **Login:** “Conectarse a un ordenador con identificación de usuario y contraseña. Acción de introducir el nombre a través del teclado para acceder a otro ordenador”(ATV Informática, 2002).
- **Logotipo:** “Grupo de letras, abreviaturas, terminaciones o figuras que se utilizan como símbolo o distintivo de una marca comercial” (Terán, 2000).

M

- **MAC:** Nombre genérico que reciben las computadoras marca *Macintosh* (elaboración propia).
- **Macintosh:** “Modelo de ordenador de Apple que se hizo famoso por su facilidad de utilización y el empleo de una interfaz gráfica” (ATV Informática, 2002).
- **MCM:** Abreviatura de Medios de Comunicación Masivos (elaboración propia).
- **Mercado:** Espacio donde confluyen la oferta y la demanda. (...) conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto” (Terán, 2000).

- **Microsoft:** “La mayor empresa productora de software del mundo, creadora del sistema operativo MS-DOS y del Windows. Su fundador y presidente es Bill Gates” (ATV Informática, 2002).
- **Módem :** “Acrónimo que significa modulador/demodulador. Designa al aparato que convierte las señales digitales en analógicas y viceversa, y que permite la comunicación de dos ordenadores a través de la línea telefónica” (ATV Informática, 2002). La velocidad del módem se mide en una unidad denominada baudios (bits por segundo), de su rapidez depende que se puedan transmitir mayor cantidad de datos en menor tiempo (Terán, 2000).
- **Mouse (ratón):** Dispositivo manual que permite la entrada de datos a una computadora. Cuando el usuario desplaza el ratón sobre una superficie plana, el apuntador que se aprecia en la pantalla también se mueve en esa dirección (Del Rosario, 2002).

N

- **Navegador:** “Programas que le permiten al usuario conectarse con servidores web de Internet para tener acceso a documentos HTML, que luego serán interpretados de forma local para mostrarlos en ventana con el formato apropiado, incluyendo gráficos y enlaces hipertexto a otros documentos” (Ríos, 1997b).
- **Net:** “Palabra inglesa que significa red y que, junto al prefijo ‘inter’, da lugar al nombre Internet. En inglés se suele utilizar como diminutivo de Internet” (ATV Informática, 2002).
- **Netscape:** “Visualizador WWW creado por la empresa de ese mismo nombre y que en la actualidad se ha convertido en un estándar de ipso en este tipo de aplicaciones Internet” (Fernández, 1999 en Ornel et al., 1999).

- **No institucional:** Expresión empleada en el presente trabajo de grado para hacer referencia a aquellas propuestas de comunicación electrónica que, aun estando amparadas por una determinada institución educativa o financiera, ofrecen información útil para los estudiantes universitarios, tanto dentro como fuera del entorno académico (elaboración propia).
- **Nodo:** “Otra forma de denominar a un dispositivo que tiene acceso a Internet” (ATV Informática, 2002).

P

- **Página Web:** Unidad básica del World Wide Web, caracterizada por permitir la combinación de textos, imágenes y sonidos, permitiendo que el documento sea dinámico y que el internauta se desplace haciendo uso de los enlaces (Informática Milenium, 2002).
- **Paquete:** “Bloque de información enviado a través de la red” (Hadziconstanti, 1999 en Oronel et al., 1999).
Un paquete integrado contiene un conjunto de programas o software para atender diversas necesidades sectoriales (ATV Informática, 2002).
- **PC (Personal Computer):** Nombre con el que *IBM* bautizó al computador que años más tarde se convertiría en el estándar de la informática diseñada pensando en el usuario. Todas las máquinas que funcionan bajo esos lineamientos se denominan de forma genérica PC (Franco, comunicación personal, 7 de enero, 2002).
- **Poll (Encuesta):** Sondeo de la opinión de una muestra o grupo de personas determinado, basado en la formulación de preguntas (elaboración propia).
- **Producto cultural:** Bienes elaborados por las industrias que forman parte del sector cuaternario, destinados a satisfacer los

requerimientos intelectuales y de entretenimiento del colectivo (elaboración propia).

- **Protocolo:** “Conjunto de normas y mensajes que regulan el intercambio de información entre dos sistemas informáticos” (Ríos, 1997a).

Q

- **Quemador de CD:** dispositivo que permite la transferencia de datos y archivos almacenados en una computadora a un CD de forma permanente o temporal (elaboración propia).

R

- **Remoto :** “Sistemas o elementos de sistemas que se encuentran físicamente separados de una unidad central. (...) el uso del término es muy frecuente: para referirse al mantenimiento de sistemas a distancia, al acceso a aplicaciones residentes en unidades físicamente distantes, etc; naturalmente, esto implica la utilización de un software especializado”(ATV Informática, 2002).
- **Router :** “Elemento responsable de discernir cuál es el camino más adecuado para la transmisión de mensajes en una red compleja que está soportando un tráfico intenso de datos” (ATV Informática, 2002).
- **Rollover:** “Efecto de *JavaScript* que permite que una imagen sustituya a otra cuando se actúa sobre ella, por ejemplo pasando el ratón por encima” (Recoletos, 2002).

S

- **Servidor:** “Dispositivo de un sistema que resuelve las peticiones de otros elementos del sistema, denominados clientes” (ATV Informática, 2002).

- **Sitio web:** Conjunto de páginas web que comparten un mismo tema e intención y que generalmente se encuentran en un sólo servidor, aunque esto no es forzoso.
- **Software:** “Programas, aplicaciones o controladores de dispositivos” (Terán, 2000).

T

- **Target:** público meta al cual va dirigido un producto (elaboración propia).
- **TCP/IP (Transmission Control Protocol):** “TCP es el Protocolo de Transmisión de Información; IP es el Protocolo para conexión entre redes heterogéneas. El protocolo TCP permite el transporte de datos usando los servicios de IP” (Ríos, 1997a).
- **Teclado:** Dispositivo de entrada de datos a una computadora que le permite al usuario dar órdenes concretas mediante lenguaje escrito. Funciona a través de teclas, similares a las de una máquina de escribir, pero de mayor complejidad (Padilla, 2002).
- **Tiempo real:** “Rápida transmisión y proceso de datos orientados a eventos y transacciones a medida que se producen, en contraposición a almacenarse y retransmitirse o procesarse por lotes” (Microsoft, 1996).
- **Transtextual:** todo lo que pone al texto en relación manifiesta o secreta, con otros textos (Genette, 1989).

U

- **URL (Uniform Resource Locator):** El Localizador Uniforme de recursos es un “sistema de direccionamiento estándar para archivos y funciones de Internet, especialmente en el Word Wide Web. (...) está conformado por el servicio, más el nombre de la computadora, más el directorio y el archivo referido” (Contenidos, 2002).

V

- **Vínculos estructurales:** “Vínculos que señalan sistemáticamente a otros niveles de estructura del sitio, además de a los iguales o secundarios de una jerarquía” (Nielsen, 2000).
Son aquellos que le permiten al usuario navegar por el sitio, usualmente están incluidos dentro del menú y submenús de las páginas.
- **Vínculos incrustados:** “Texto subrayado normal que indica que hay ‘más cosas’ acerca de algún tema que se menciona en el cuerpo del texto” (Nielsen, 2000).

W

- **Webmaster:** “Profesionales con competencia para gestionar los recursos virtuales y crear dentro del universo de las redes electrónicas” (Rojas, 1997).
- **World Wide Web (Web):** Universo de información accesible a través de Internet, sistema fundamentado en los hipervínculos (Informática Milenium, 2002).
- **WYSIWYG (What you see is what you get):** Expresión que significa ‘Lo que se ve es lo que es’, comenzó a utilizarse a partir del surgimiento de las interfaces gráficas de usuarios (Nielsen, 2000).

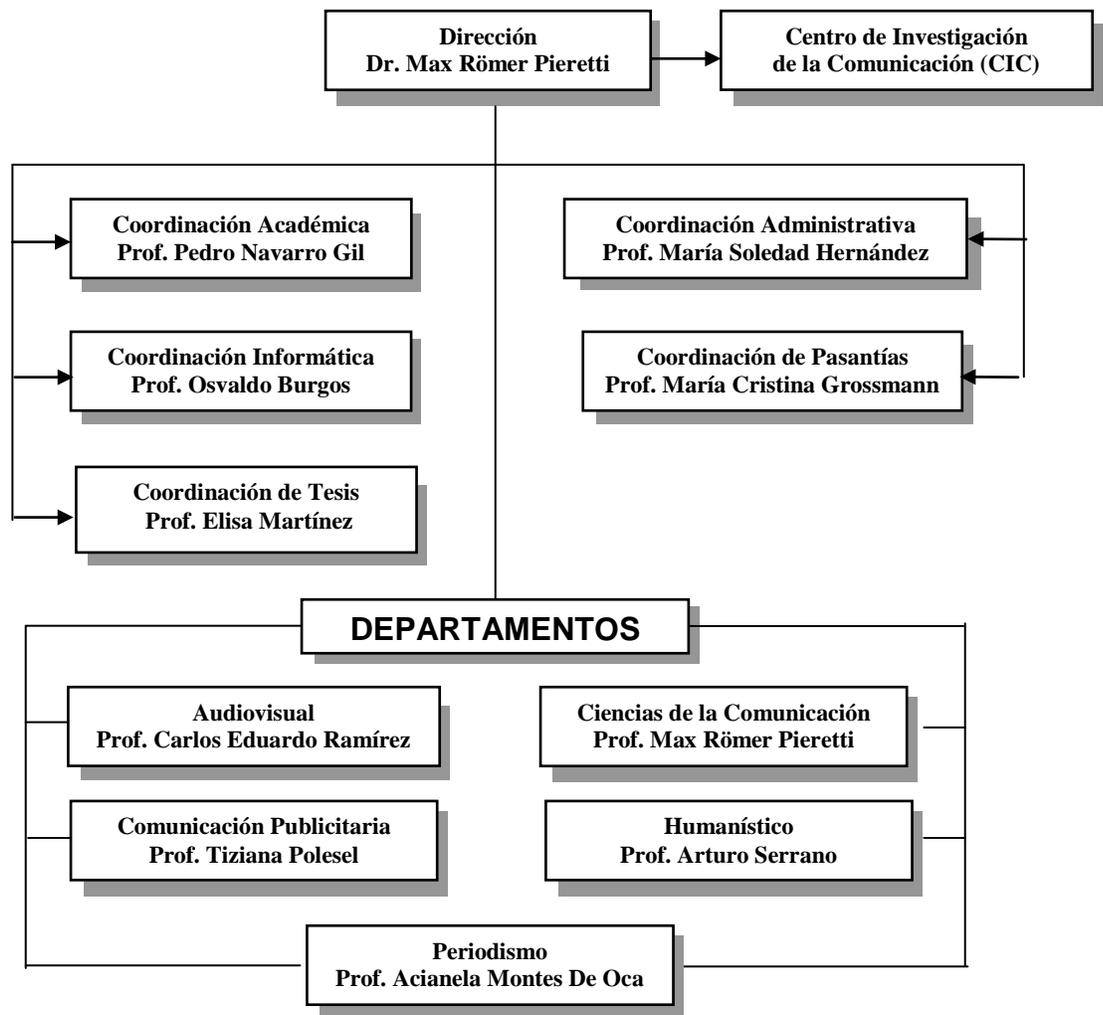
Z

- **Zip:** dispositivo que permite la transferencia de datos y archivos almacenados en una computadora a un Disco Zip de forma permanente o temporal. Su funcionamiento es similar al de una unidad de disquete (elaboración propia).

Anexos

Anexo A

Organigrama de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)



Anexo B

Modelo de entrevista

Nombres y Apellidos: _____

Empresa dentro de la cual labora: _____

Cargo que desempeña: _____

1. ¿Cómo surgió el medio electrónico dentro del cual se desempeña?
2. ¿Cuál fue la motivación inicial para su creación?
3. ¿Se ha dado un cambio de imagen desde la propuesta inicial hasta la actual?
4. ¿A qué obedece esto?
5. Características principales del sitio web, en relación con el contenido, la identidad y la interactividad que definen a los medios electrónicos.
6. Proceso de montaje del sitio:
 - a. *Personal con el que cuentan y proceso de distribución de tareas*
 - b. *Obtención de la información utilizada por los encargados de montar la página.*
 - c. *Proceso de actualización del sitio web.*
 - d. *Manejo de software requeridos.*
7. Dentro de la compañía existe algún tipo de 'Manual de Estilo', que facilite el aprendizaje de tareas por parte de los nuevos trabajadores, además del mantenimiento de la coherencia a lo largo del proceso de publicación del sitio web.

Anexo C

Sistema de observación

1. Retroalimentación

- ¿Hay retroalimentación?:

<input type="checkbox"/>	Siempre
<input type="checkbox"/>	Casi siempre
<input type="checkbox"/>	A veces
<input type="checkbox"/>	Casi nunca
<input type="checkbox"/>	Nunca

- Fallas detectadas:

Vínculo con falla	URL	Tipo de falla detectada			Descripción de la falla (otras)
		A	B	Otras	

A: El vínculo hace conexión con un sitio que no se corresponde con lo esperado.

B: El vínculo presenta errores o hace conexión con un sitio inexistente.

5. Ayuda y documentación

- Mapa de navegación Sí No
- Guías Sí No

Tipo de Guía	Descripción

6. Consistencia, estándares y guías

- Navegación convencional Sí No
- Hay indicaciones del tipo de navegación Sí No Cuáles: _____

- Reversión de errores Siempre Casi siempre A veces Casi nunca Nunca

Sección	URL	Go Back	Vínculo al home	Vínculo a Secciones principales	Vínculo a Subsecciones

7. Anticipación y conveniencia

- Tipo de esquema de contenido

<input type="checkbox"/>	Lineal
<input type="checkbox"/>	Jerárquico
<input type="checkbox"/>	Red
<input type="checkbox"/>	Otro

Cuál: _____

8. Diseño minimalista

<input type="checkbox"/>	Sí
<input type="checkbox"/>	No

9. Modo de operación

<input type="checkbox"/>	Manipulación
<input type="checkbox"/>	Comando
<input type="checkbox"/>	Grabación
<input type="checkbox"/>	Otro

Cuál: _____

10. Legibilidad

- Fondos y fuentes empleadas

Sección	URL	Color del fondo	Color de los textos			
			Generales	Títulos	Intertítulos	Vínculos

- Tamaño de las fuentes utilizadas

Sección	URL	Textos	Generales			Títulos			Intertítulos			Vínculos		
		Tamaño	P	N	G	P	N	G	P	N	G	P	N	G

P: Pequeño
 N: Normal
 G: Grande

Anexo E

Evaluación de usabilidad e interactividad (Degen, 2001)

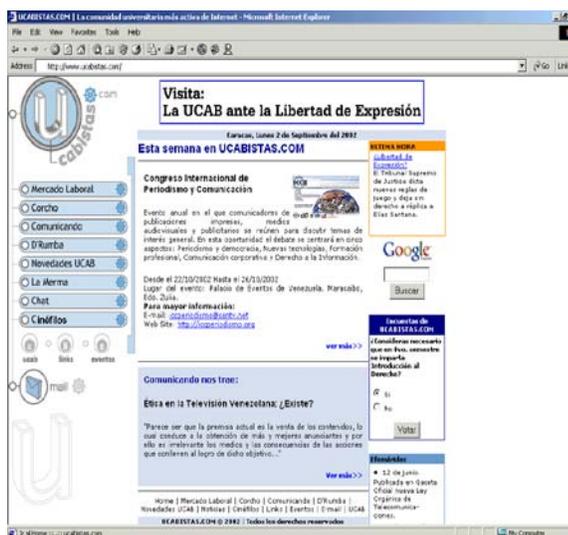
<i>EVALUACIÓN DE USABILIDAD E INTERACTIVIDAD</i>						
Retroalimentación	Interfaz adaptada al usuario	Metáforas	Restricciones naturales contra errores	Ayuda y documentación	Consistencia, Estándares y Guías	Reconocimiento y autonomía

<i>EVALUACIÓN DE USABILIDAD E INTERACTIVIDAD</i>					
Anticipación y conveniencia	Diseño Minimalista	Ritmo y reducción del tiempo de espera	Daltonismo	Modo de operación	Legibilidad

Anexo F

Ficha Descriptiva del 'Homepage'

Número: 01



Contenido: La página de inicio del portal contiene la sección *Esta semana en Ucabistas*, donde se presenta un resumen de las dos novedades más destacadas que posee el sitio web cada semana. Además, en el Homepage está presente la encuesta, el buscador de información, las efemérides y las noticias de última hora.

Nivel que ocupa en el mapa de navegación: Primer nivel

Nombre del archivo: index.htm

Vínculos Internos:

- <http://www.ucabistas.com/mercalabora.htm>
- <http://www.ucabistas.com/comunicando.htm>
- <http://www.ucabistas.com/drumba.htm>

- <http://www.ucabistas.com/novedades.htm>
- <http://www.ucabistas.com/corcho.htm>
- <http://www.ucabistas.com/links.htm>
- <http://www.ucabistas.com/eventos.htm>
- <http://www.ucabistas.com/lamerma.htm>
- <http://www.ucabistas.com/cinefilos.htm>
- <http://www.ucabistas.com/chat.htm>
- <mailto:ucabistas@mail.yahoo.com>

Vínculos Externos:

- Efemérides venezolanas
<http://www.efemeridesvenezolanas.com>
- Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)
<http://www.ucab.edu.ve>
<http://www.ucab.edu.ve/humanidades/comunicacion/expresio.htm>
- Congreso Internacional de Periodismo y Comunicación
<mailto:iccperiodismo@cantv.net>
<http://iccperiodismo.org>

Imágenes¹⁵:

- banner.gif (A)
- menú (B)
- home_title.gif (C)
- icc.gif (D)

¹⁵ Varias de las imágenes utilizadas en la página de inicio de *Ucabistas* se mantienen a lo largo del sitio web (Banner, menú y buscador *Google*), por ello sólo serán descritas en este apartado.

Ficha de Imágenes

Código: 01-A

Nombre del Archivo: banner.gif

Tamaño del Archivo: 468 x 60 píxeles

Peso del Archivo: 10 Kb

Vínculo: <http://www.ucab.edu.ve/humanidades/comunicacion/expresio.htm>

Descripción: Traslada al usuario a debates sobre temas comunicacionales. En este caso particular, el tema planteado es la libertad de expresión en Venezuela.

¿LIBERTAD?

¿EXPRESIÓN?

¿cuál es nuestra posición?

Visita:
La UCAB ante la Libertad de Expresión

¡Haz Click aquí y participa!

Código: 01-B

Nombre del Archivo:..menú¹⁶

Tamaño del Archivo: 229 x 653 píxeles

Peso del Archivo: 34 Kb

Descripción: Permite al usuario ingresar a todas las secciones del sitio web.



¹⁶ En este caso la imagen fue tratada con el programa *Fireworks*, separándose en muchos trozos para poder anexarle los links, por esta razón a efectos de las fichas se le colocó un nombre genérico y una aproximación del peso y tamaño general.

Código: 01-C

Nombre del Archivo: home_title.gif

Tamaño del Archivo: 100 x 38 píxeles

Peso del Archivo: 3 Kb

Descripción: Permite al usuario realizar una búsqueda directa en Google. Los resultados son desplegados en una ventana adicional.



Código: 01-D

Nombre del Archivo: icc.gif

Tamaño del Archivo: 314 x 125 píxeles

Peso del Archivo: 19 Kb

Descripción: Imagen que identifica el evento reseñado.



Ficha Descriptiva de Cinéfilos

Número: 02



Contenido: Crítica de las películas más importantes que se encuentran en la cartelera cinematográfica nacional cada semana.

Nivel que ocupa en el mapa de navegación: Segundo nivel

Nombre del archivo: cinefilos.htm

Vínculos Internos:

- <http://www.ucabistas.com>
- <http://www.ucabistas.com/mercalabora.htm>
- <http://www.ucabistas.com/comunicando.htm>
- <http://www.ucabistas.com/drumba.htm>
- <http://www.ucabistas.com/novedades.htm>
- <http://www.ucabistas.com/corcho.htm>
- <http://www.ucabistas.com/links.htm>
- <http://www.ucabistas.com/eventos.htm>
- <http://www.ucabistas.com/lamerma.htm>
- <http://www.ucabistas.com/chat.htm>
- <mailto:ucabistas@maylahoo.com>

Vínculos Externos:

- Efemérides venezolanas
<http://www.efemeridesvenezolanas.com>
- Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)
<http://www.ucab.edu.ve>
<http://www.ucab.edu.ve/humanidades/comunicacion/expresio.htm>

Imágenes:

- CasoBourne.gif (A)
- oscuraseduccion.gif (B)
- retratosobsesion1.gif (C)
- XXX.jpg (D)
- Caja507.gif (E)
- Cosadulce.jpg (F)
- habbleconella.jpg (G)
- K19.gif (H)
- caminoperdicion.jpg (I)
- codigoguerra.jpg (J)
- subir.gif (K)

Ficha de Imágenes

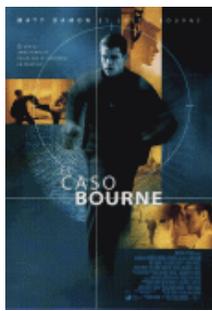
Código: 02-A

Nombre del Archivo: CasoBourne.gif

Tamaño del Archivo: 115 x 164 píxeles

Peso del Archivo: 13 Kb

Descripción: Imagen representativa de la película reseñada.



Código: 02-B

Nombre del Archivo: oscuraseduccion.gif

Tamaño del Archivo: 115 x 163 píxeles

Peso del Archivo: 13 Kb

Descripción: Imagen representativa de la película reseñada.



Código: 02-C

Nombre del Archivo: retratosobsesion1.gif

Tamaño del Archivo: 115 x 163 píxeles

Peso del Archivo: 12 Kb

Descripción: Imagen representativa de la película reseñada.



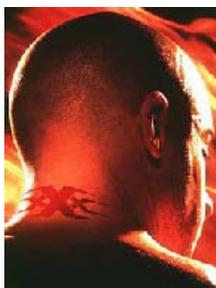
Código: 02-D

Nombre del Archivo: XXX.jpg

Tamaño del Archivo: 145 x 191 píxeles

Peso del Archivo: 11 Kb

Descripción: Imagen representativa de la película reseñada.



Código: 02-E

Nombre del Archivo: caja507.gif

Tamaño del Archivo: 115 x 162 píxeles

Peso del Archivo: 15 Kb

Descripción: Imagen representativa de la película reseñada.



Código: 02-F

Nombre del Archivo: Cosadulce.jpg

Tamaño del Archivo: 136 x 191 píxeles

Peso del Archivo: 7 Kb

Descripción: Imagen representativa de la película reseñada.



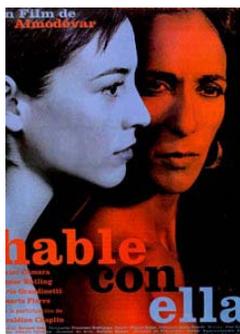
Código: 02-G

Nombre del Archivo: hableonella.jpg

Tamaño del Archivo: 217 x 300 píxeles

Peso del Archivo: 16 Kb

Descripción: Imagen representativa de la película reseñada.



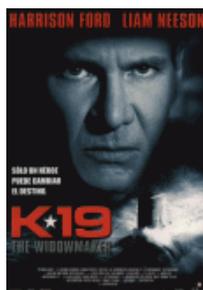
Código: 02-H

Nombre del Archivo: K19.gif

Tamaño del Archivo: 115 x 163 píxeles

Peso del Archivo: 11 Kb

Descripción: Imagen representativa de la película reseñada.



Código: 02-I

Nombre del Archivo: Caminoperdicion.jpg

Tamaño del Archivo: 400 x 140 píxeles

Peso del Archivo: 24 Kb

Descripción: Imagen representativa de la película reseñada.



Código: 02-J

Nombre del Archivo: codigoguerra.jpg

Tamaño del Archivo: 210 x 220 píxeles

Peso del Archivo: 28 Kb

Descripción: Imagen representativa de la película reseñada.



Código: 02-K

Nombre del Archivo: subir.gif

Tamaño del Archivo: 50 x 15 píxeles

Peso del Archivo: 317 bytes

Vínculo: Encabezado de la misma pagina

Descripción: Imagen que le indica al usuario que puede trasladarse al comienzo de la página sin necesidad de utilizar la barra de desplazamiento del navegador.



Ficha Descriptiva del Corcho

Número: 03



Contenido: Avisos de compra y venta de artículos o de servicios profesionales ofrecidos a los estudiantes.

Nivel que ocupa en el mapa de navegación: Segundo nivel

Nombre del archivo: corcho.htm

Vínculos Internos:

- <http://www.ucabistas.com>
- <http://www.ucabistas.com/mercalabora.htm>
- <http://www.ucabistas.com/comunicando.htm>
- <http://www.ucabistas.com/drumba.htm>
- <http://www.ucabistas.com/novedades.htm>
- <http://www.ucabistas.com/cinefilos.htm>
- <http://www.ucabistas.com/links.htm>
- <http://www.ucabistas.com/eventos.htm>
- <http://www.ucabistas.com/lamerma.htm>
- <http://www.ucabistas.com/chat.htm>
- <mailto:ucabistas@mailyahoo.com>

Vínculos Externos:

- Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)
<http://www.ucab.edu.ve>
<http://www.ucab.edu.ve/humanidades/comunicacion/expresio.htm>
- La Compu
<http://www.lacompu.com>

Imágenes:

- celuicon.gif (A)
- homeicon.gif (B)
- bookicon.gif (C)
- levisicon.gif (D)
- palmicon.gif (E)
- nuevo.gif (F)
- subir.gif (G)
- pc.gif (H)

Ficha de Imágenes

Código: 03-A

Nombre del Archivo: celuicon.gif

Tamaño del Archivo: 25 x 43 píxeles

Peso del Archivo: 499 bytes

Descripción: Ilustración utilizada para hacer referencia a la venta de un celular.



Código: 03-B

Nombre del Archivo: homeicon.gif

Tamaño del Archivo: 36 x 57 píxeles

Peso del Archivo: 569 bytes

Descripción: Ilustración utilizada para hacer referencia al alquiler de una vivienda o habitación.



Código: 03-C

Nombre del Archivo: bookicon.gif

Tamaño del Archivo: 35 x 42 píxeles

Peso del Archivo: 481 bytes

Descripción: Ilustración que hace referencia a la venta de guías de estudio.



Código: 03-D

Nombre del Archivo: levisicon.gif

Tamaño del Archivo: 26 x 43 píxeles

Peso del Archivo: 468 bytes

Descripción: Ilustración que indica la venta de blue jeans y ropa deportiva.



Código: 03-E

Nombre del Archivo: palmicon.gif

Tamaño del Archivo: 39 x 46 píxeles

Peso del Archivo: 569 bytes

Descripción: Ilustración utilizada para hacer referencia a la venta de una agenda electrónica Palm Pilot.



Código: 03-F

Nombre del Archivo: nuevo.gif

Tamaño del Archivo: 33 x 10 píxeles

Peso del Archivo: 261 bytes

Descripción: Imagen empleada para indicarle a los internautas cuáles son los avisos nuevos publicados semanalmente.



Código: 03-G

Nombre del Archivo: subir.gif

Tamaño del Archivo: 50 x 15 píxeles

Peso del Archivo: 317 bytes

Vínculo: Encabezado de la misma pagina

Descripción: Imagen que le indica al usuario que puede trasladarse al comienzo de la página sin necesidad de utilizar la barra de desplazamiento del navegador.



Código: 03-H

Nombre del Archivo: pc.gif

Tamaño del Archivo: 143 x 800 píxeles

Peso del Archivo: 16 Kb

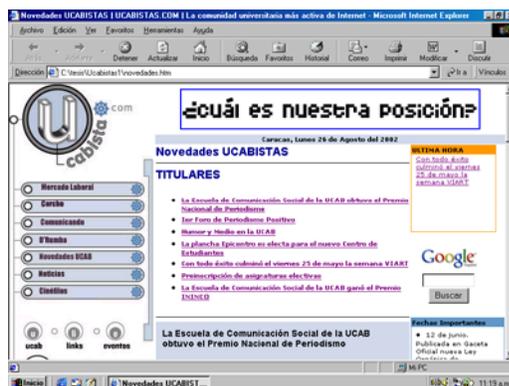
Vínculo: <http://www.lacompu.com>

Descripción: Traslada al usuario a un sitio web dedicado a la venta en línea de computadoras y accesorios.



Ficha Descriptiva de Novedades UCAB

Número: 04



Contenido: Noticias actuales relacionadas con eventos, congresos y foros a realizarse dentro de las instalaciones universitarias, información sobre acciones que se llevan a cabo en la Escuela de Comunicación, actividades planeadas por CECOSO, anuncios sobre procesos estudiantiles que se desarrollan cada semana, etc.

Nivel que ocupa en el mapa de navegación: Segundo nivel

Nombre del archivo: novedades.htm

Vínculos Internos:

- <http://www.ucabistas.com>
- <http://www.ucabistas.com/mercalabora.htm>
- <http://www.ucabistas.com/comunicando.htm>
- <http://www.ucabistas.com/drumba.htm>
- <http://www.ucabistas.com/cinefilos.htm>
- <http://www.ucabistas.com/corcho.htm>
- <http://www.ucabistas.com/links.htm>
- <http://www.ucabistas.com/eventos.htm>
- <http://www.ucabistas.com/lamerma.htm>
- <http://www.ucabistas.com/chat.htm>

- <mailto:ucabistas@mailyahoo.com>

Vínculos Externos:

- Efemérides venezolanas
<http://www.efemeridesvenezolanas.com>
- Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)
<http://www.ucab.edu.ve>
<http://www.ucab.edu.ve/humanidades/comunicacion/expresio.htm>
- Comala
<http://www.comala.com>
- VIART
<http://www.viart.org>

Imágenes:

- [subir.gif](#) (A)

Ficha de Imágenes

Código: 04-A

Nombre del Archivo: subir.gif

Tamaño del Archivo: 50 x 15 píxeles

Peso del Archivo: 317 bytes

Vínculo: Encabezado de la misma pagina

Descripción: Imagen que le indica al usuario que puede trasladarse al comienzo de la página sin necesidad de utilizar la barra de desplazamiento del navegador.

subir ↑

Ficha Descriptiva de D'Rumba

Número: 05



Contenido: Descripción de los sitios nocturnos a los que el estudiante puede acudir para el disfrute de su tiempo libre. Se incluye información detallada del lugar y su ubicación.

Nivel que ocupa en el mapa de navegación: Segundo nivel

Nombre del archivo: drumba.htm

Vínculos Internos:

- <http://www.ucabistas.com>
- <http://www.ucabistas.com/mercalabora.htm>
- <http://www.ucabistas.com/comunicando.htm>
- <http://www.ucabistas.com/corcho.htm>
- <http://www.ucabistas.com/novedades.htm>
- <http://www.ucabistas.com/cinefilos.htm>
- <http://www.ucabistas.com/links.htm>
- <http://www.ucabistas.com/eventos.htm>
- <http://www.ucabistas.com/lamerma.htm>
- <http://www.ucabistas.com/chat.htm>
- <mailto:ucabistas@mail.yahoo.com>

Vínculos Externos:

- Efemérides venezolanas
<http://www.efemeridesvenezolanas.com>
- Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)
<http://www.ucab.edu.ve>
<http://www.ucab.edu.ve/humanidades/comunicacion/expresio.htm>

Imágenes:

- subir.gif (A)

Ficha de Imágenes

Código: 05-A

Nombre del Archivo: subir.gif

Tamaño del Archivo: 50 x 15 píxeles

Peso del Archivo: 317 bytes

Vínculo: Encabezado de la misma pagina

Descripción: Imagen que le indica al usuario que puede trasladarse al comienzo de la página sin necesidad de utilizar la barra de desplazamiento del navegador.

subir †

Ficha Descriptiva de Mercado Laboral

Número: 06



Contenido: Lista de empleos y pasantías disponibles, con breve descripción de la empresa que lo ofrece, el nivel académico que debe tener el aspirante y la fecha tope de recepción de documentos a ser presentados en la Escuela de Comunicación Social para poder optar por el cargo.

Nivel que ocupa en el mapa de navegación: Segundo nivel

Nombre del archivo: mercalabora.htm

Vínculos Internos:

- <http://www.ucabistas.com>
- <http://www.ucabistas.com/drumba.htm>
- <http://www.ucabistas.com/comunicando.htm>
- <http://www.ucabistas.com/corcho.htm>
- <http://www.ucabistas.com/novedades.htm>
- <http://www.ucabistas.com/cinefilos.htm>
- <http://www.ucabistas.com/links.htm>
- <http://www.ucabistas.com/eventos.htm>
- <http://www.ucabistas.com/lamerma.htm>
- <http://www.ucabistas.com/chat.htm>

- <mailto:ucabistas@mailyahoo.com>

Vínculos Externos:

- Efemérides venezolanas
<http://www.efemeridesvenezolanas.com>
- Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)
<http://www.ucab.edu.ve>
<http://www.ucab.edu.ve/humanidades/comunicacion/expresio.htm>

Imágenes:

- [subir.gif](#) (A)
- [conac.gif](#) (B)
- [cantv.gif](#) (C)
- [rctv.gif](#) (D)
- [cinesa.gif](#) (E)
- [fundacionpolar.gif](#) (F)
- [patagon.gif](#) (G)
- [gan.gif](#) (H)

Ficha de Imágenes

Código: 06-A

Nombre del Archivo: subir.gif

Tamaño del Archivo: 50 x 15 píxeles

Peso del Archivo: 317 bytes

Vínculo: Encabezado de la misma pagina

Descripción: Imagen que le indica al usuario que puede trasladarse al comienzo de la página sin necesidad de utilizar la barra de desplazamiento del navegador.



Código: 06-B

Nombre del Archivo: conac.gif

Tamaño del Archivo: 70 x 53 píxeles

Peso del Archivo: 2 Kb

Descripción: Logotipo que identifica a la compañía o institución que ofrece el empleo o la pasantía.



Código: 06-C

Nombre del Archivo: cantv.gif

Tamaño del Archivo: 124 x 40 píxeles

Peso del Archivo: 941 bytes

Descripción: Logotipo que identifica a la compañía o institución que ofrece el empleo o la pasantía.



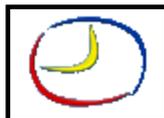
Código: 06-D

Nombre del Archivo: rctv.gif

Tamaño del Archivo: 68 x 48 píxeles

Peso del Archivo: 2 Kb

Descripción: Logotipo que identifica a la compañía o institución que ofrece el empleo o la pasantía.



Código: 06-E

Nombre del Archivo: cinesa.gif

Tamaño del Archivo: 130 x 58 píxeles

Peso del Archivo: 3 Kb

Descripción: Logotipo que identifica a la compañía o institución que ofrece el empleo o la pasantía.



Código: 06-F

Nombre del Archivo: fundacionpolar.gif

Tamaño del Archivo: 125 x 50 píxeles

Peso del Archivo: 2 Kb

Descripción: Logotipo que identifica a la compañía o institución que ofrece el empleo o la pasantía.



Código: 06-G

Nombre del Archivo: patagon.gif

Tamaño del Archivo: 130 x 39 píxeles

Peso del Archivo: 2 Kb

Descripción: Logotipo que identifica a la compañía o institución que ofrece el empleo o la pasantía.



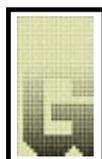
Código: 06-H

Nombre del Archivo: gan.gif

Tamaño del Archivo: 38 x 70 píxeles

Peso del Archivo: 2 Kb

Descripción: Logotipo que identifica a la compañía o institución que ofrece el empleo o la pasantía.



Ficha Descriptiva de Comunicando

Número: 07



Contenido: Sección de opinión del sitio web donde los estudiantes tienen la oportunidad de publicar artículos sobre temas diversos.

Nivel que ocupa en el mapa de navegación: Segundo nivel

Nombre del archivo: comunicando.htm

Vínculos Internos:

- <http://www.ucabistas.com>
- <http://www.ucabistas.com/mercalabora.htm>
- <http://www.ucabistas.com/cinefilos.htm>
- <http://www.ucabistas.com/drumba.htm>
- <http://www.ucabistas.com/novedades.htm>
- <http://www.ucabistas.com/corcho.htm>
- <http://www.ucabistas.com/links.htm>
- <http://www.ucabistas.com/eventos.htm>
- <http://www.ucabistas.com/lamerma.htm>
- <http://www.ucabistas.com/chat.htm>
- <mailto:ucabistas@maylahoo.com>

Vínculos Externos:

- Efemérides venezolanas
<http://www.efemeridesvenezolanas.com>
- Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)
<http://www.ucab.edu.ve>
<http://www.ucab.edu.ve/humanidades/comunicacion/expresio.htm>

Imágenes:

- subir.gif (A)

Ficha de Imágenes

Código: 07-A

Nombre del Archivo: subir.gif

Tamaño del Archivo: 50 x 15 píxeles

Peso del Archivo: 317 bytes

Vínculo: Encabezado de la misma pagina

Descripción: Imagen que le indica al usuario que puede trasladarse al comienzo de la página sin necesidad de utilizar la barra de desplazamiento del navegador.



Ficha Descriptiva de Links

Número: 08



Contenido: Listado semanal de sitios web de interés para los estudiantes de Comunicación Social.

Nivel que ocupa en el mapa de navegación: Segundo nivel

Nombre del archivo: comunicando.htm

Vínculos Internos:

- <http://www.ucabistas.com>
- <http://www.ucabistas.com/mercalabora.htm>
- <http://www.ucabistas.com/cinefilos.htm>
- <http://www.ucabistas.com/drumba.htm>
- <http://www.ucabistas.com/novedades.htm>
- <http://www.ucabistas.com/corcho.htm>
- <http://www.ucabistas.com/comunicando.htm>
- <http://www.ucabistas.com/eventos.htm>
- <http://www.ucabistas.com/lamerma.htm>
- <http://www.ucabistas.com/chat.htm>
- <mailto:ucabistas@mayl.yahoo.com>

Vínculos Externos:

- Efemérides venezolanas
<http://www.efemeridesvenezolanas.com>
- Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)
<http://www.ucab.edu.ve>
<http://www.ucab.edu.ve/humanidades/comunicacion/expresio.htm>
- Venezuela Analítica
<http://www.analitica.com>
- Enelmedio.com: Magazine interactivo de la industria publicitaria venezolana
<http://www.enelmedio.com>
- Organización de periodistas en Internet
<http://www.periodistas.org>
- Isla Virtual: algo más que www
<http://www.perusite.com/islavirtual/>
- Cursos de Producción, Dirección y redacción de guión para televisión y cine
<http://www.cineguion.com/gpage1.html>
- Revista producto
<http://www.producto.com.ve/>
- Revista Latina de Comunicación Social
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/>
- Adlatina.com: El Portal de la Publicidad Latina
<http://www.adlatina.com>
- Monografías
<http://www.monografias.com>
- Altavista
<http://www.altavista.com>

- Yahoo en español
<http://espanol.yahoo.com>
- Astrolabio
<http://www.astrolabio.net>
- Neverí
<http://www.neveri.com>
- Auyantepui
<http://www.ayantepui.com>
- Eureka
<http://www.eureka.web.ve>
- Rincón del Vago
<http://www.rinconmdelvago.com>

Imágenes:

- monografias.gif (A)
- altavista.gif (B)
- yahoo.gif (C)
- astrolabio.gif (D)
- neveri.gif (E)
- auyantepui.gif (F)
- eureka.gif (G)
- rinconvago.gif (H)

Ficha de Imágenes

Código: 08-A

Nombre del Archivo: monografias.gif

Tamaño del Archivo: 80 x 36 píxeles

Peso del Archivo: 2 Kb

Descripción: Traslada al usuario al sitio web Monografías para que busque información académica de su interés.



Código: 08-B

Nombre del Archivo: altavista.gif

Tamaño del Archivo: 80 x 17 píxeles

Peso del Archivo: 2 Kb

Descripción: Permite al usuario dirigirse a Altavista para realizar una búsqueda determinada.



Código: 08-C

Nombre del Archivo: yahoo.gif

Tamaño del Archivo: 80 x 17 píxeles

Peso del Archivo: 1 Kb

Descripción: Permite al usuario dirigirse a Yahoo en Español para realizar una búsqueda determinada.



Código: 08-D

Nombre del Archivo: astrolabio.gif

Tamaño del Archivo: 80 x 17 píxeles

Peso del Archivo: 2 Kb

Descripción: Permite que el internauta se traslade hasta Astrolabio para realizar una búsqueda específica de información.



Código: 08-E

Nombre del Archivo: neveri.gif

Tamaño del Archivo: 70 x 20 píxeles

Peso del Archivo: 3 Kb

Descripción: Permite al usuario dirigirse al portal venezolano Neverí.



Código: 08-F

Nombre del Archivo: auyantepui.gif

Tamaño del Archivo: 80 x 17 píxeles

Peso del Archivo: 2 Kb

Descripción: Permite al usuario dirigirse al buscador venezolano Auyantepui.



Código: 08-G

Nombre del Archivo: eureka.gif

Tamaño del Archivo: 70 x 27 píxeles

Peso del Archivo: 3 Kb

Descripción: Permite al usuario dirigirse al buscador académico Eureka.



Código: 08-H

Nombre del Archivo: rinconvago.gif

Tamaño del Archivo: 70 x 27 píxeles

Peso del Archivo: 3 Kb

Descripción: Permite al usuario dirigirse al sitio web Rincón del Vago.



Ficha Descriptiva de Eventos

Número: 09



Contenido: Sección en la que se describen los eventos culturales próximos a realizarse en la ciudad, incluyendo información de interés como los teléfonos y direcciones del lugar donde se llevarán a cabo, y las fechas en las que se desarrollarán. Dentro de esta sección se colocarán festivales, exposiciones, obras de teatro, entrega de premios, talleres, foros, conciertos, etc.

Nivel que ocupa en el mapa de navegación: Segundo nivel

Nombre del archivo: eventos.htm

Vínculos Internos:

- <http://www.ucabistas.com>
- <http://www.ucabistas.com/mercalabora.htm>
- <http://www.ucabistas.com/cinefilos.htm>
- <http://www.ucabistas.com/drumba.htm>
- <http://www.ucabistas.com/novedades.htm>
- <http://www.ucabistas.com/corcho.htm>
- <http://www.ucabistas.com/links.htm>
- <http://www.ucabistas.com/comunicando.htm>
- <http://www.ucabistas.com/lamerma.htm>

- <http://www.ucabistas.com/chat.htm>
- <mailto:ucabistas@mail.yahoo.com>

Vínculos Externos:

- Efemérides venezolanas
<http://www.efemeridesvenezolanas.com>
- Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)
<http://www.ucab.edu.ve>
<http://www.ucab.edu.ve/humanidades/comunicacion/expresio.htm>
- Evenpro
<http://www.evenpro.com>
- Centro Internacional de Exposiciones de Caracas
[mailto: info@ct-expo.com](mailto:info@ct-expo.com)
<http://www.CT-expo.com>
- Congreso Internacional de Periodismo y Comunicación
<mailto:iccperiodismo@cantv.net>
<http://iccperiodismo.org>

Imágenes:

- [subir.gif](#) (A)
- [redhot.gif](#) (B)
- [suenoverano.gif](#) (C)
- [rosario.gif](#) (D)
- [icc.gif](#) (E)

Ficha de Imágenes

Código: 09-A

Nombre del Archivo: subir.gif

Tamaño del Archivo: 50 x 15 píxeles

Peso del Archivo: 317 bytes

Vínculo: Encabezado de la misma pagina

Descripción: Imagen que le indica al usuario que puede trasladarse al comienzo de la página sin necesidad de utilizar la barra de desplazamiento del navegador.



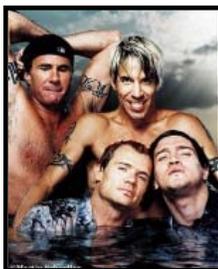
Código: 09-B

Nombre del Archivo: redhot.gif

Tamaño del Archivo: 150 x 188 píxeles

Peso del Archivo: 12 Kb

Descripción: Fotografía del grupo musical protagonista del evento.



Código: 09-C

Nombre del Archivo: suenoverano.gif

Tamaño del Archivo: 120 x 119 píxeles

Peso del Archivo: 5 Kb

Descripción: Imagen representativa del evento reseñado.



Código: 09-D

Nombre del Archivo: rosario.gif

Tamaño del Archivo: 99 x 120 píxeles

Peso del Archivo: 6 Kb

Descripción: Fotografía de la cantante que ofrecerá el concierto.



Código: 01-D

Nombre del Archivo: icc.gif

Tamaño del Archivo: 314 x 125 píxeles

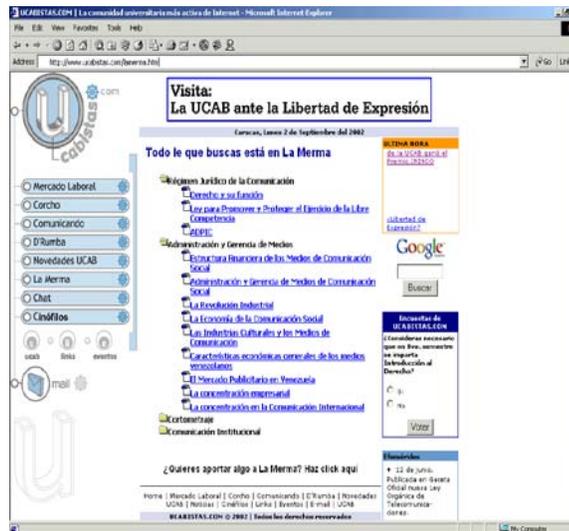
Peso del Archivo: 19 Kb

Descripción: Imagen que identifica el evento reseñado.



Ficha Descriptiva de La merma

Número: 10



Contenido: Archivo digital de trabajos y guías de estudio de las diferentes materias impartidas en la carrera, publicadas por los estudiantes.

Nivel que ocupa en el mapa de navegación: Segundo nivel

Nombre del archivo: lamerma.htm

Vínculos Internos:

- <http://www.ucabistas.com>
- <http://www.ucabistas.com/mercalabora.htm>
- <http://www.ucabistas.com/cinefilos.htm>
- <http://www.ucabistas.com/drumba.htm>
- <http://www.ucabistas.com/novedades.htm>
- <http://www.ucabistas.com/corcho.htm>
- <http://www.ucabistas.com/links.htm>
- <http://www.ucabistas.com/comunicando.htm>
- <http://www.ucabistas.com/eventos.htm>

- <http://www.ucabistas.com/chat.htm>
- <mailto:ucabistas@mail.yahoo.com>

Vínculos Externos:

- Efemérides venezolanas
<http://www.efemeridesvenezolanas.com>
- Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)
<http://www.ucab.edu.ve>
<http://www.ucab.edu.ve/humanidades/comunicacion/expresio.htm>

Tabla N° 5: Análisis de usabilidad e interactividad de *Univerxity*

EVALUACIÓN DE USABILIDAD E INTERACTIVIDAD									
Retroalimentación	Tiempo de espera	Interfaz adaptada al usuario	Metáforas	Ayuda y documentación	Consistencia, estándares y guías	Anticipación y conveniencia	Diseño minimalista	Modo de operación	Legibilidad
Se cumple a cabalidad en la mayoría de los casos, pero hay algunos links mal direccionados o inactivos que entorpecen la rutina de navegación del usuario.	El tiempo que debe aguardar el usuario para visualizar las páginas oscila entre 2 y 6", para vínculos internos, y entre 13 y 17" para enlaces externos. Ese tiempo puede variar dependiendo de las capacidades del equipo.	El lenguaje empleado se adapta al usuario en todo momento. La barra de navegación, ubicada en la parte superior de la pantalla y los vínculos estructurales inferiores, le permiten al usuario movilizarse por todo el sitio.	Utiliza metáforas diversas. Cada sección tiene un icono alusivo a su contenido. De igual manera, las subsecciones utilizan grafismos bastante claros que le indican al usuario el tipo de información con la cual va a encontrarse.	La página no tiene mapa de navegación; sin embargo, posee animaciones y avisos que guían al internauta. Estos recursos no son necesarios, pues el sitio web tiene una estructura fácil de utilizar, por lo que es imposible que el usuario se pierda.	Las opciones de navegación de este sitio son convencionales, así que el usuario sabe cómo recorrerlo sin inconvenientes. El sistema le permite revertir los errores cometidos, a través del uso del botón 'back', del menú y de los vínculos estructurales que posibilitan el ingreso a todas las páginas.	El sitio cuenta con un esquema en red que permite el acceso a todas las secciones y subsecciones desde cualquier lugar.	Se cumple a cabalidad.	El usuario utiliza la manipulación y la grabación para ejecutar las acciones.	El sitio emplea fondos en azul, blanco y naranja con textos en negro, títulos combinados en dos tonalidades, intertítulos azules y links resaltados en naranja o azul. El tamaño de las fuentes, pese a ser pequeño, es legible.

Tabla N° 6: Análisis de usabilidad e interactividad de *Universia*

EVALUACIÓN DE USABILIDAD E INTERACTIVIDAD									
Retroalimentación	Tiempo de espera	Interfaz adaptada al usuario	Metáforas	Ayuda y documentación	Consistencia, estándares y guías	Anticipación y conveniencia	Diseño minimalista	Modo de operación	Legibilidad
Se cumple a cabalidad en la mayoría de los casos, pero hay algunos links mal direccionados o inactivos que entorpecen la rutina de navegación del usuario.	El tiempo que debe aguardar el usuario para visualizar las páginas oscila entre 7 y 20", La tardanza en este caso parece no estar justificada porque la página no posee imágenes o animaciones complejas.	El lenguaje empleado se adapta al usuario en casi todos los casos. Las barras de navegación, ubicadas en la parte izquierda y superior de la pantalla, además de los vínculos estructurales inferiores, le permiten al usuario movilizarse por todo el sitio.	Su uso es regular. Coexisten páginas con pocos y muchos recursos de este estilo, tales como iconos y algunas imágenes alusivas a las secciones que representan.	La página no tiene mapa de navegación, pero la simplicidad de la estructura facilita el desplazamiento de los internautas, quienes logran ubicarse mediante el menú, los vínculos estructurales e incrustados y algunas animaciones.	Las opciones de navegación de este sitio son convencionales, así que el usuario sabe cómo recorrerlo sin inconvenientes. El sistema le permite revertir los errores cometidos, a través del uso del botón 'back', del menú y de los vínculos estructurales que posibilitan el ingreso a todas las páginas. Esto no es posible en los links a páginas externas, pues carecen de opción de retorno al sitio web.	El sitio cuenta con un esquema en red que permite el acceso a todas las secciones y subsecciones desde cualquier lugar.	Se cumple a cabalidad.	El usuario utiliza la manipulación y la grabación para ejecutar las acciones.	El sitio emplea fondos blancos y rojos con textos negros, títulos en negro, rojo o azul, intertítulos rojos o blancos y links en gris, negro o rojo. Las fuentes son pequeñas pero legibles.

Tabla N° 7: Análisis de usabilidad e interactividad de *La Simón*

EVALUACIÓN DE USABILIDAD E INTERACTIVIDAD									
Retroalimentación	Tiempo de espera	Interfaz adaptada al usuario	Metáforas	Ayuda y documentación	Consistencia, estándares y guías	Anticipación y conveniencia	Diseño minimalista	Modo de operación	Legibilidad
Se cumple a cabalidad.	El tiempo que debe aguardar el usuario para visualizar las páginas oscila entre 2 y 6", para vínculos internos y externos. Sin embargo, hay que tomar en consideración que la revisión del sitio se realizó fuera de línea.	El lenguaje empleado se adapta al usuario en todo momento. La barra de navegación izquierda y los vínculos estructurales inferiores, le permiten al usuario movilizarse por todo el sitio, esquema que se mantiene en todas las páginas.	El uso de este recurso visual es limitado, sólo se emplean unas cuantas fotos e ilustraciones alusivas a servicios ofrecidos por el sitio.	La página no tiene mapa de navegación, pero la simplicidad de la estructura y la presencia de las barras de navegación facilitan el desplazamiento de los internautas.	Las opciones de navegación de este sitio son convencionales, así que el usuario sabe cómo recorrerlo sin inconvenientes. El sistema permite revertir los errores cometidos, a través del uso del botón 'back' y de los vínculos estructurales que posibilitan el ingreso a todas las páginas.	El sitio cuenta con un esquema en red que permite el acceso a todas las secciones y subsecciones desde cualquier lugar.	Se cumple a cabalidad.	El usuario utiliza la manipulación y la grabación para ejecutar las acciones.	El sitio emplea un fondo en amarillo, blanco y verde (en distintos tonos). Los textos generales e intertítulos son negros, los títulos son negros o blancos y los vínculos son azules. El tamaño de las fuentes, pese a ser pequeño, es legible.

Tabla N° 8: Análisis de usabilidad e interactividad de *La Aldea*

EVALUACIÓN DE USABILIDAD E INTERACTIVIDAD									
Retroalimentación	Tiempo de espera	Interfaz adaptada al usuario	Metáforas	Ayuda y documentación	Consistencia, estándares y guías	Anticipación y conveniencia	Diseño minimalista	Modo de operación	Legibilidad
Se cumple sólo en algunos casos, puesto que por la falta de actualización del contenido, algunos links han perdido vigencia.	Aunque el sitio posee grafismos sencillos, las respuestas suelen ser tardías. Para los vínculos internos el tiempo de respuesta oscila entre 4 y 9", pero para vínculos externos varía de 16 y 24". La tardanza en este último caso se justifica por la complejidad de las páginas exteriores.	El lenguaje empleado se adapta al usuario en todo momento. Las barras de navegación, ubicadas en la parte izquierda y superior de la pantalla, además de los vínculos estructurales inferiores, le permiten al usuario movilizarse por todo el sitio.	El uso de metáforas es muy limitado. La más resaltante es la constituida por el logo que identifica el sitio web.	La página no tiene mapa de navegación, pero la simplicidad de la estructura facilita el desplazamiento de los internautas, quienes logran ubicarse mediante las barras de navegación colocadas a la izquierda y en la parte inferior de la pantalla.	Las opciones de navegación de este sitio son convencionales, así que el usuario sabe cómo recorrerlo sin inconvenientes. El sistema permite revertir los errores cometidos, a través del uso del botón 'back' y de los vínculos estructurales que posibilitan el ingreso a todas las páginas. Esto no es posible en los links a sitios externos, pues carecen de posibilidad de retorno al sitio web.	El sitio cuenta con un esquema en red que permite el acceso directo a cualquier sección; además, el usuario puede dirigirse a las subsecciones porque éstas cuentan con links entre ellas.	Se cumple a cabalidad.	El usuario utiliza la manipulación y la grabación para ejecutar las acciones.	El sitio emplea un fondo blanco con textos generales en negro, títulos en gris y azul oscuro, links azules y algunos intertítulos en verde o rojo. El contenido es legible, pero las fuentes poseen un tamaño muy superior al que los usuarios están acostumbrados.

Tabla N° 9: Análisis de usabilidad e interactividad de *Decanato Digital*

EVALUACIÓN DE USABILIDAD E INTERACTIVIDAD									
Retroalimentación	Tiempo de espera	Interfaz adaptada al usuario	Metáforas	Ayuda y documentación	Consistencia, estándares y guías	Anticipación y conveniencia	Diseño minimalista	Modo de operación	Legibilidad
Se cumple en algunos casos, pes hay varios links mal direccionados que entorpecen la rutina de navegación del usuario.	El tiempo que debe aguardar el usuario para visualizar las páginas internas y externas oscila entre 2 y 9", lo cual obedece a la simplicidad del diseño y al poco peso de las imágenes empleadas.	El lenguaje empleado se adapta al usuario en todo momento. Los usuarios se movilizan mediante la barra de navegación colocada en la parte superior de la pantalla, esquema que se mantiene en todo el sitio.	Se hace un uso regular de este tipo de recurso gráfico. Hay ilustraciones variadas con niveles de adecuación diferentes, usadas para apoyar los textos, o para dar entrada a las secciones.	La página no tiene mapa de navegación, pero la simplicidad de la estructura y la presencia de la barra de navegación, facilitan el desplazamiento de los internautas.	Presenta opciones de navegación convencionales, permitiendo que el usuario lo recorra sin inconvenientes. El sistema posibilita la reversión de errores, tanto dentro como fuera del sitio web, mediante la opción 'back' y la permanencia de la barra de navegación (incluso en sitios externos). Sin embargo, el sitio no cuenta con opción de retorno a la página de inicio.	El sitio cuenta con un esquema en red, pero su funcionamiento se ve disminuido, debido a la falla que impide el regreso a la página de inicio.	Se cumple a cabalidad.	El usuario utiliza la manipulación para ejecutar las acciones.	El sitio emplea un fondo blanco y azul estampado con el logo representativo. Los textos generales son negros, los intertítulos son blancos, negros o rojos, mientras que los títulos y links son azules y blancos. El tamaño de la letra es adecuado, pero hay segmentos poco legibles por la distorsión que causa el fondo.

