

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
BIBLIOTECA GUSTAVO LEAL

FECHA DE ENTREGA: 29/06/09

**AUTORIZACION PARA LA DIFUSIÓN ELECTRONICA DE LOS TRABAJOS DE GRADO
Y/O
TRABAJOS DE ASCENSO DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UCV.**

Yo, (Nosotros) *Balza, Jeannette y Páez-Bravo, Ariane*, autor(as) del trabajo:

www.ilustralgo.com. Diseño y desarrollo de un webzine en el contexto de la web 2.0 que sirva como punto de encuentro de una comunidad por afinidad. Caso de estudio: Aficionados a la ilustración.

Presentado para optar: Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Licenciado en Comunicación Social

A través de este medio autorizo a la Escuela de Comunicación Social de la UCV, para que difunda y publique la versión electrónica de este trabajo de grado, a través de los servicios de información que ofrece la Biblioteca Gustavo Leal de la Institución, sólo con fines de docencia e investigación, de acuerdo a lo previsto en la Ley sobre Derecho de Autor, Artículo 18, 23 y 42 (Gaceta Oficial N° 4.638 Extraordinaria, 01-10-1993).

<input checked="" type="checkbox"/>	Si autorizo
<input type="checkbox"/>	Autorizo después de 1 año
<input type="checkbox"/>	No autorizo

Firma(s) autor (es)

C.I. N° V- 12420063

e-mail: jeannettebalza@gmail.com

C.I N° V- 18587293

e-mail: arianepaezbravo@gmail.com

En Caracas, a los 22 días del mes de junio de 2009

Nota: En caso de no autorizar: la Escuela de Comunicación Social publicará en sus portales la referencia bibliográfica, tabla de contenido (índice) y un resumen descriptivo elaborado por la Biblioteca Gustavo Leal, sus palabras claves y se indicará que el autor decidió no autorizar el acceso al documento a texto completo.

La cesión de derechos de difusión electrónica, no es cesión de los derechos de autor, porque este es intransferible.

Título del Producto o Propuesta: www.ilustralgo.com. Diseño y desarrollo de un webzine en el contexto de la web 2.0 que sirva como punto de encuentro de una comunidad por afinidad. Caso de estudio: Aficionados a la ilustración.



**UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

www.ilustralgo.com

**Diseño y desarrollo de un webzine en el contexto de la web 2.0 que sirva de
punto de encuentro de una comunidad por afinidad**

Caso de estudio: Aficionados a la ilustración

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al
Título de Licenciado en Comunicación Social

Autores:

Br. Jeannette Balza

Br. Ariane Páez- Bravo

Tutor: Alejandro Terenzani

Mayo 2009

DEDICATORIA

Nos gusta llamar testarudez a la perseverancia ajena pero le reservamos el nombre de perseverancia a nuestra testadurez.

Jean-Baptiste Alphonse Karr

AGRADECIMIENTOS

Nos gustaría agradecer a nuestro tutor Alejandro Terenzani por ser nuestro guía en este proceso de aprendizaje.

A papi tutor, por su ayuda y apoyo incondicional.

A nuestra madre y psicóloga por sus consejos,
correcciones y amor ilimitado

A nuestros novios, Frank y Raúl, por su amor y cuidado. Gracias
por acompañarnos en todo momento y ser nuestro
apoyo cuando más lo necesitábamos.

A nuestro equipo de trabajo: Frank, David y Javier E., por
habernos ayudado a hacer realidad este proyecto. Gracias por
trabajar contra-reloj para que estuviera listo a tiempo.

A los llaveros más lindos del mundo, Rafael y Nelson,
por su hermosa amistad.

A todos los profesores que durante la carrera se
esmeraron en formarnos como profesionales.

Gracias por estar siempre ahí, ¡los queremos!

RESUMEN

Este Trabajo de Grado plantea el diseño y desarrollo de webzine bajo el contexto de la Web 2.0 que sirve como punto de encuentro de una comunidad por afinidad específica: aficionados a la ilustración, profesionales o no, y todas aquellas personas y empresas que por una u otra razón están también interesados en el rubro.

Ilustralgo tiene como objetivo la integración de los avances tecnológicos con las necesidades sociales para optimizar la expresión y comunicación de comunidades por afinidad a nivel global y fomentar la interacción entre los miembros de la agrupación para que fluya la información y el conocimiento en sus diversas formas.

Palabras claves: Webzine o Ezine, Web 2.0, Comunidades por afinidad, Internet, Ilustración.

ABSTRACT

This thesis shows the webzine design and development within the context of the 2.0 Web, as a gathering point for an affinity community: people interested in illustration, professional or not, and any other person or enterprise interested in this area.

Ilustralgo intends to integrate new technology and social needs, in order to improve the expression and communication of affinity communities in general and foster interaction among their members, so information and knowledge flow properly.

Key words: Webzine or Ezine, Web 2.0, affinity communities, Internet, Illustration.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	1
AGRADECIMIENTOS.....	2
RESUMEN	3
ABSTRACT	4
CAPÍTULO I.....	9
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
JUSTIFICACIÓN.....	11
OBJETIVOS.....	12
CAPÍTULO II	13
MARCO TEÓRICO	13
1. Internet.....	13
1.1 Definición:.....	16
1.2 Evolución:.....	18
1.3 World Wide Web:.....	20
1.4 Web 2.0.....	21
1.4.1 Elementos de Comunicación.....	22
2. Fanzine.....	25
2.1 Definición	25
2.2 Prozine.....	29
2.3 Webzine o Ezine	31
3. Comunidades por Afinidad.....	36
4. Diseño Web	42
4.1 Definición:	42
4.2 Herramientas:.....	43
4.3 Elementos principales:	44
4.3.1 Color	45
4.3.2 Tipografía.....	46
4.3.3 Composición	47
CAPÍTULO III.....	50
MARCO METODOLÓGICO	50
TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN.....	52

Entrevista	52
MODELO DE ENTREVISTA	54
RESULTADOS	59
Resultados de las entrevistas:	60
CAPÍTULO IV	70
PROPUESTA	70
1. ¿Qué es Ilustralgo?	72
2. Proyectando un medio para una comunidad específica.....	73
2.1 Miembros de la Comunidad y sus roles.....	74
2.2 Medio.....	76
2.3 Discurso.....	85
3. Planificando la Estrategia	86
3.1 Mapa del Sitio	89
4. Diseñando	90
4.1 Identificando-nos.....	90
4.2 Diseño Gráfico Digital.....	95
4.3 Color.....	97
4.4 Tipografía	99
5. Estructurando – Con las herramientas en la mano.....	101
6. Y con ustedes: Ilustralgo!	102
CONCLUSIONES	116
GLOSARIO	119
BIBLIOGRAFÍA.....	124
REFERENCIA FUENTES IMPRESAS	124
REFERENCIA FUENTES ELECTRÓNICAS	126

INTRODUCCIÓN

El ser humano es por definición un ser social. El hombre es, en tanto que vive en sociedad, en su relación con los otros. Para que esta relación se diera de manera efectiva, requería de la creación de distintas manifestaciones y expresiones de la comunicación: gestual, mímica y gutural. Nuestros ancestros más primitivos fueron evolucionando hasta lograr formas cada vez más sofisticadas de lenguaje, desde el hablado hasta el desarrollo posterior de la escritura. En un principio, esta relación con sus iguales se veía impulsada por las necesidades que tenían y la forma en que las satisfacían (la caza, la construcción, etc.). En la medida en que la urbanización se acelera, se produce una gran división del trabajo y los individuos se especializan, se desarrollan formas de comunicación e intercambio particulares: intereses comunes, aficiones, entre otros, formando lo que hoy conocemos como grupos de afinidad.

Gracias a las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC'S), los grupos de afinidad se pueden articular con gran facilidad eliminando las fronteras espacio-temporales. Anteriormente, los grupos por afinidad se definían como pequeñas agrupaciones de entre 3 y/o 20 personas constituidas por activistas basados en una ideología común, una preocupación compartida por un asunto o una actividad, un papel o una habilidad común. En la actualidad y como producto de los cambios ya mencionados, la definición adquiere otras dimensiones. Hoy en día, el grupo puede

crecer sin limitación alguna, más allá de la que los propios usuarios y redes determinen. Estas comunidades formadas por amigos o personas de similar pensamiento, utilizan un método de organización no jerárquico, responsable, flexible y descentralizado.

A medida que las poblaciones humanas fueron creciendo en número y desarrollándose social y culturalmente, los medios y formas de comunicarse comenzaron a sufrir grandes transformaciones en distintos momentos de la historia.

El progreso es una constante en el desarrollo de la humanidad y las comunicaciones han contribuido al mismo, al igual que éstas se han visto afectadas por los avances en las distintas áreas del conocimiento.

Con el surgimiento de la Internet, la comunicación se ha desarrollado de manera vertiginosa, lo que supone que se acorten las distancias entre las personas. La existencia de la red ha traído una serie de ventajas y desventajas, de facilidades y problemas, de beneficios y descontentos en todos los ámbitos. (Castells, 1996 : 401)

La integración potencial de texto, imágenes, y sonido en el mismo sistema, interactuando desde puntos múltiples, en un tiempo elegido (real o demorado) a lo largo de una red global, con un acceso abierto y accesible, cambia de forma fundamental el carácter de la comunicación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Gracias al desarrollo de las TIC'S, hoy en día se acortan las distancias permitiendo que estas comunidades por afinidad vayan más allá de lo geográfico y haciendo posible que se desarrollen comunidades por afinidad de carácter global utilizando Internet como punto de encuentro para intercambiar conocimientos y experiencias sobre un tema específico.

Con el reciente desarrollo del concepto de Web 2.0 se le permite a las comunidades por afinidad ir más allá de los contenidos publicados por un grupo editor debido a que éste término se refiere a una serie de aplicaciones y páginas de Internet que utilizan la inteligencia colectiva para proporcionar servicios interactivos en red dando a los usuarios el control de sus datos.

El término Web 2.0 fue acuñado por Tim O'Reilly en 2004 para referirse a una segunda generación en la historia de la Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis o las folcsonomías, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios. (Información disponible en: Wikipedia consultada 18/10/08)

El impacto que Internet ha provocado se hace sentir en todas las áreas del quehacer humano: económico, social, cultural, político, etc. Cada una de estas actividades ha sentido las transformaciones que el uso de Internet es capaz de producir: educación a distancia, universidades virtuales, operaciones a distancia, entre otros. Todas estas instancias son de gran importancia para el desarrollo de cada uno de los seres humanos.

Esta investigación coloca el énfasis en el ámbito social y se considera importante crear un espacio donde se conjuguen las herramientas tecnológicas disponibles para ponerlas al servicio de la integración de comunidades por afinidad.

JUSTIFICACIÓN

La vertiginosa evolución de Internet abre las posibilidades y ofrece las herramientas para la creación y crecimiento de comunidades por afinidad, brinda la oportunidad de construir espacios para su encuentro y la posibilidad de intercambiar todo tipo de material concerniente al tema que los une.

Los portales virtuales que sirvan de punto de encuentro para las comunidades por afinidad deben explotar al máximo todas las herramientas disponibles para optimizar sus formas de expresión y comunicación. Los instrumentos de colaboración que pueden utilizarse en la red ponen en manos de los usuarios la posibilidad de reinventar las formas y el fondo de los contenidos que conformarán el sitio web democratizando la información como ningún otro medio ha logrado hacerlo.

Por todo lo anterior, consideramos pertinente hacer uso de las ventajas que brindan estos avances tecnológicos para unir a nivel global a posibles miembros de comunidades con afinidades específicas.

OBJETIVOS

Objetivo General:

Diseñar y desarrollar un webzine en el contexto de la Web 2.0 que sirva de punto de encuentro de una comunidad por afinidad.

Caso de estudio: aficionados a la ilustración.

Objetivos Específicos:

- * Caracterizar las tendencias actuales de la Web, en particular de la Web 2.0 y las herramientas que ofrece para la optimización de la expresión y comunicación de los grupos por afinidad.
- * Identificar las necesidades expresivas y comunicacionales de una comunidad aficionada a la ilustración.
- * Integrar los avances tecnológicos con las necesidades sociales para optimizar la expresión y comunicación de comunidades por afinidad a nivel global.
- * Estudiar el concepto de fanzine y su evolución hacia el webzine.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

1. Internet

Si bien la revolucionaria invención del teléfono marcó un hito en la historia de la humanidad en general, y en la de la comunicación en particular, la aparición en las últimas décadas de la Internet, gracias al vertiginoso crecimiento en las ciencias y la tecnología, ha superado con creces todos los esquemas previstos para el futuro de los seres humanos, ya que en sólo 10 años ha logrado conectar a más de 600 millones de personas en todo el planeta, es decir, prácticamente triplicó el número de usuarios del famoso invento de Graham Bell. La innovación y el desarrollo tecnológico son hechos consustanciales a la sociedad y el desarrollo humano.

Internet es parte del tejido de nuestras vidas. Si la tecnología de información es el equivalente histórico de lo que supuso la electricidad en la era industrial, en nuestra era podríamos comparar la Internet con la red eléctrica y el motor eléctrico, dada su capacidad para distribuir el poder de la información por todos los ámbitos de la actividad humana. (Castells, 2001 : 15)

Tal como lo aprecia el conocido sociólogo Manuel Castells, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC'S) han modificado sustancialmente las

distintas relaciones que forman parte de la interacción social. Así se observa un proceso de transformación provocado especialmente por el surgimiento de la Internet, que se emplea a nivel mundial y sirve de fundamento para el fenómeno llamado Globalización.

En la actualidad las TIC'S están transformando todo, tanto en el campo social, como en el económico y político, por ello la vida de cada ser humano ha cambiado y es necesario aceptarlo y adaptarse a este cambio.

“La aparición de un nuevo sistema de comunicación electrónico, caracterizado por su alcance global, su integración de todos los medios de comunicación y su interactividad potencial, está cambiando nuestra cultura”. (Castells, 1996 : 400)

Con el surgimiento de la Internet, la comunicación se ha desarrollado de manera vertiginosa, lo que supone que se acorten las distancias entre las personas. La existencia de la red ha traído una serie de ventajas y desventajas, de facilidades y problemas, de beneficios y descontentos en todos los ámbitos.

Se ha afirmado que la revolución que ha experimentado el amplio mundo de la informática y las telecomunicaciones representa uno de los componentes esenciales y característicos de este mundo sin fronteras que el hombre se ha empeñado a construir. En efecto, el indetenible proceso de globalización, la creación de nuevos espacios regionales, posible sólo en la medida en que se eliminan las fronteras tradicionales, ha sido acompañado y reforzado por los cambios

vertiginosos en el amplio universo de la informática y las telecomunicaciones. (Páez, 2008 : 19)

En un momento histórico como el que vivimos, marcado, entre otras cosas por la globalización, es de gran importancia estar informado acerca de todo lo que acontece en el entorno. Anteriormente, los teléfonos eran el medio de comunicación interpersonal por excelencia; hoy en día, la Internet ha potenciado el uso de este invento y para algunas actividades lo ha desplazado, masificando al mismo tiempo el número de personas que hoy se comunican con relativa facilidad por medios tecnológicos.

El avance de las tecnologías es una realidad y como individuos, formamos parte de ella. El surgimiento de las computadoras se debe a la necesidad que tenemos los seres humanos de facilitar las cosas, de avanzar, de progresar. Las Nuevas Tecnologías están a la vanguardia y eso es algo observable actualmente gracias a Internet y la era digital.

El manejo de la información se da de forma más efectiva y rápida, el texto digital es más flexible, es móvil, es hipertexto. Todo lo anterior es lo que presenta el video de “La máquina somos nosotros”: expresa simplemente una realidad que permite hacer del texto digital algo mejor mediante la separación del contenido y el formato. (Video disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=NLIgopyXT_g)

La información contenida en la Web, es manejada por cientos de personas diariamente. La cantidad de datos almacenados que se encuentran es realmente inmensa. Las páginas Web son creadas por el hombre porque tiene la capacidad de hacerlo. De igual forma, es capaz de quedarse con aquello que necesita y de dejar a un lado lo que no le hace falta, es decir, es selectivo. La democratización, el acceso, el intercambio con personas que desconocidas y que no se evalúan en función de origen social, color, religión, ingreso, lugar de vivienda, etc., se han multiplicado los centros de decisión, ya no es un sólo emisor.

Es todo esto lo que permite acceder a un mundo digital en donde las comunicaciones son operadas por las personas. Se puede compartir, comerciar. Facilita la vida en todos los ámbitos y es innumerable la cantidad de beneficios que posee.

1.1 Definición:

Luego de una investigación exhaustiva se encontró que varios de los autores consultados coinciden en que Internet es una red de computadores interconectados a nivel mundial que le permite a los usuarios acceder y transferir información a distancia. La información vista en la Red no está realmente ahí, pero sí en otros computadores y puede ser vista por esta vía. Se podría comparar a la Internet con una red telefónica que posee la capacidad de contactar lugares a distancia e intercambiar

información verbalmente. Internet hace posible que los usuarios se contacten en locaciones distantes e intercambien información electrónicamente.

La composición física de Internet consiste en un sistema de cuerdas, cables de fibra óptica, routers, celdas de comunicación inalámbrica y circuitos que hacen posible la conexión. Mucha gente ve la Internet como un cuerpo de información abstracto que flota alrededor del ciberespacio.

La integración potencial de texto, imágenes, y sonido en el mismo sistema, interactuando desde puntos múltiples, en un tiempo elegido (real o demorado) a lo largo de una red global, con un acceso abierto y accesible, cambia de forma fundamental el carácter de la comunicación. (Castells, 1996 : 401)

No es necesario salir de casa para trabajar, para educarse, para comprar, para enterarse, para cortejar. Incluso no es preciso desplazarse muy lejos para ser intervenido por el mejor doctor puesto que ya las operaciones se realizan a través de la pantalla de continente a continente. La capacidad de traslado iguala a la velocidad de la luz mientras el cuerpo se acomoda en un sofá. (Verdú, 1996 : 153)

La Web ha permitido un flujo de comunicación global a una escala sin precedentes en la historia humana. Personas separadas en el tiempo y el espacio, pueden usarla para intercambiar y desarrollar sus pensamientos, experiencias, ideas, cultura, negocio, arte, fotografías y literatura. Todo puede ser compartido y difundido digitalmente, haciéndolo llegar casi de forma inmediata a cualquier otro punto del

planeta. Internet es el medio de mayor difusión de intercambio personal aparecido en la Historia de la Humanidad, muy por delante de la imprenta.

1.2 Evolución:

Internet es una infraestructura de comunicación creada en 1968 con el nombre de ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network), en plena guerra fría, por el Departamento de Defensa de Estados Unidos para conectar el Pentágono con las investigaciones militares en universidades y grandes corporaciones. (Verdú, 1996 : 149)

Para prevenir un ataque enemigo al sistema de comunicaciones de la Defensa, se permitía que la información fluyera por cauces alternativos. Si una línea era dañada se podía redirigir la información por otra línea. Un mensaje o un archivo no se envían por la misma línea sino que se dividen en paquetes y se envían por líneas diferentes, aprovechando aquellas líneas menos usadas en un momento determinado.

Los principales servicios de los que se disponía eran los de intercambio de mensajes (correo electrónico), de archivos (FTP) y acceso remoto a otra máquina (telnet). Estos servicios permitían desarrollar proyectos que integraban varios grupos de investigación en lugares distantes, con la consiguiente mejora en cuanto a transferencia de resultados y a la disponibilidad de los recursos. (Disponible en: www.economicas-online.com/interhis.htm)

Durante los años 70, ARPANET se fue desarrollando. La agencia DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency) plantea un proyecto denominado Internetting para desarrollar un protocolo de investigación que permitiría que varias redes se pasaran información. Es de ahí de donde se deriva el nombre de Internet. Como resultado de las Investigación en este proyecto surge el protocolo TCP/IP, vigente hoy en día en Internet.

Su fundación es por tanto vieja y castrense, pero, en 1986, la NSF (National Science Foundation) estimuló el uso no militar agregando una nueva red enlazada con otros cinco superordenadores de Estados Unidos y permitió el acceso a los estudiantes a través de sus universidades. (Verdú, 1996 : 149)

Sin embargo, la expansión a gran escala de Internet no se produce hasta mediados de los 90, cuando se desarrollan programas en entornos gráficos que permiten al usuario acceder a la información simplemente pulsando un botón. En 1990 se crea la Electronic Frontier Foundation (E.F.F.). Internet ya contaba con 313.000 servidores. Ese mismo año, redes de diversos países como España, Argentina, Austria, Brasil, Chile, Irlanda, Suiza y Corea del Sur se conectaron también a NSFNET.

En el año 95 había más de 5 millones de servidores conectados a Internet. La espina dorsal de NSFNET empezaba a ser sustituida por proveedores comerciales interconectados.

El tremendo crecimiento de la red, unido a la autonomía de su funcionamiento, hacen que gran parte de su contenido esté en la penumbra: según datos del año 1999, el conjunto de los grandes buscadores de páginas en la Red sólo conocía el contenido de menos del 50% de los sitios web. La iniciativa Internet 2, propone crear un espacio aparte de comunicaciones para instituciones dedicadas a la investigación.

1.3 World Wide Web:

La World Wide Web o Red Global Mundial es un sistema de documentos de hipertexto y/o hipermedios enlazados y accesibles a través de Internet. Con un navegador Web, un usuario visualiza páginas que pueden contener texto, imágenes, vídeos u otros contenidos multimedia, y navega a través de ellas usando hiperenlaces. (Información disponible en: Wikipedia consultada 18/10/08)

El acceso de servicio a Internet más popular es el World Wide Web (WWW). La Web y la Net son frecuentemente consideradas como sinónimos pero realmente representan dos cosas diferentes. Mientras que Internet es el medio para acceder a la información, la Web compone el despliegue visual de la información que está siendo consultada.

Las páginas Web son colecciones de archivos y documentos que están almacenados en servidores alrededor del mundo, en un formato de lenguaje de

programación llamado HTML (Hypertext Markup Language). Este lenguaje le permite al usuario desplazarse por la página haciendo click en áreas resaltadas, llamadas hipervínculos (Hyperlinks o links) o enlaces. La Web es navegada usando una tecnología llamada hipertexto. Estos enlaces pueden visualizarse en forma de palabras, frases, íconos o gráficos, y crear interconexiones entre archivos y documentos, dándole un carácter a la imagen del World Wide Web, como una red. (Información disponible en <http://www.encontrandodulcinea.com>)

1.4 Web 2.0

El término Web 2.0 se refiere a una serie de aplicaciones y páginas de Internet que utilizan la inteligencia colectiva para proporcionar servicios interactivos en red dando a los usuarios el control de sus datos.

Podemos entender como 2.0, "todas aquellas utilidades y servicios de Internet que se sustentan en una base de datos, la cual puede ser modificada por los usuarios del servicio, ya sea en su contenido (añadiendo, cambiando o borrando información o asociando datos a la información existente), bien en la forma de presentarlos, o en contenido y forma simultáneamente". (Ribes, 2007)

El término Web 2.0 fue acuñado por Tim O'Reilly en 2004 para referirse a una segunda generación en la historia de la Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis o las

folcsonomías, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios. (Información disponible en: Wikipedia consultada 18/10/08)

1.4.1 Elementos de Comunicación

La Web 2.0 permite que se dé la interactividad entre usuarios para que el flujo de información entre los mismos sea más dinámico. Los elementos de comunicación mas utilizados, de los cuales nos valdremos para realizar esta propuesta, son los siguientes:

- **Chat**

El chat es un sistema mediante el cual dos o más personas pueden comunicarse a través de Internet, en forma simultánea, es decir en tiempo real, por medio de texto, audio y video, sin importar su localización geográfica.

Es un medio muy económico porque la comunicación se puede establecer desde y hacia cualquier parte del mundo sin tener que pagar llamadas de larga distancia.

Un chat está conformado por una o varias salas o canales, los cuales son cuartos virtuales en donde la gente se reúne para comunicarse e intercambiar ideas

sobre un tema en particular, o se puede conversar en privado con personas conocidas o no.

Se puede decir que los chat room son lugares virtuales que se encuentran en un servidor de Internet el cual administra todos los mensajes, tanto enviados como recibidos.

El chat, puede ser considerado, como un espacio en común para conversar por Internet. Es un medio de comunicación ampliamente utilizado, el cual está disponible en la red. Hay salas de chat, que se refieren a espacios específicos, en cuanto a geografía, como las que ofrecen algunas universidades. Otras salas de chat, pueden dar pie, a conversaciones entre ciudadanos del mismo país. Asimismo un chat más abierto, puede ser integrado por personas de distintos países.

Lo único que se necesita para ingresar a una sala de chat, es tener un URL o dirección de la misma. Por lo mismo es que toda persona en el mundo que conozca la dirección podrá hacerse partícipe de la conversación; se denominan salas a los espacios designados para llevar a cabo una determinada conversación. Existe un tipo de chat para cada persona o grupo de interés.

El tipo de chat más utilizado en la actualidad, es aquel que corresponde al servicio de mensajería instantánea, como es el caso de MSN, ICQ, Jabber y otros. Las variaciones más actuales del chat, incluyen la conversación en formato de texto más videoconferencias y llamadas de voz de computador a computador. Debido a la

competencia en este sector, estos servicios son gratis y se han ido implementando a través de la Internet.

- **Foro**

Un foro representa un segmento de la sociedad donde un grupo de personas mantienen conversaciones más o menos en torno a un tema en común y específico o bien cualquier tema de actualidad. En todo foro aparecen las figuras del administrador, moderadores y usuarios. Normalmente en los foros aparecen una serie de normas para pedir la moderación a la hora de relacionarse con otras personas y evitar situaciones tensas y desagradables.

En Internet, el administrador del sitio puede definir varios foros sobre una sola plataforma. Éstos funcionan como contenedores de las discusiones que empezarán los usuarios; otros usuarios pueden participar o incorporarse a las discusiones y responder en las ya comenzadas o empezar unas nuevas según lo crean convenientes. Se puede clasificar a los foros de Internet en aquellos que requieren registrarse para participar y aquellos en los que se puede aportar de manera anónima.

Por lo general los foros disponen de formas de personalizar la apariencia a la que le resulte más cómoda al usuario e inclusive algunas formas mixtas.

2. Fanzine

2.1 Definición

Su nombre proviene del inglés, FAN de fanático o aficionado y ZINE de magazine, revista. Un fanzine es un tipo de zine, publicación temática amateur realizada por y para aficionados. (Información disponible en: Wikipedia consultada el 29/01/09)

El término empezó a utilizarse en octubre de 1940 con el fanzine de ciencia ficción de Russ Chauvenet, que se popularizó por temas de ciencia ficción. (Disponible en: www.absoluteastronomy.com/topics/Science_fiction_fanzine)

Algunos autores afirman que el fanzine es un tipo de prensa alternativa, generalmente editada con escasos medios técnicos y económicos y sin ánimo de lucro. Nacida en el mundo anglosajón como homenaje de los fans de diversos grupos musicales, su temática se ha extendido a otros campos como el cine, la ciencia ficción, el comic, etc.

Se conoce al fanzine como la publicación impresa independiente y generalmente de periodicidad irregular, realizada por aficionados de un tema en específico, sin ánimo de lucro cuya verdadera finalidad es difundir una idea y que no cuenta con algún tipo de respaldo editorial de una empresa.

Los fanzines son publicaciones no profesionales producidas por fans de un fenómeno cultural particular para otros que tienen los mismos intereses. Puede ser informativa, con entrevistas y notas, o ficcional, con historietas o cuentos cortos sobre lo que permita la imaginación del autor.

El fanzine es un método práctico de difusión de ideas, información, poesía, etc. generalmente se realizan con fotocopias y se hacen ediciones pequeñas descuidadamente encuadradas. Es económicamente no rentable.

Es en sí mismo un medio de aparición esporádica de muy difícil seguimiento, ya que la gente que lo realiza, rara vez dispone de recursos para continuarlo, y muchas veces, los cambios de ideas obligan a los realizadores a cambiar radicalmente su enfoque, pero así mismo, no podemos dejar de saber que es una de las formas que la cultura actual toma como herramienta de difusión.

“1. m. Revista de escasa tirada y distribución, hecha con pocos medios por aficionados a temas como el cómic, la ciencia ficción, el cine, etc”. En la práctica, el concepto de fanzine ha evolucionado mucho más allá, incluyendo desde compendios de historietas a revistas literarias, fanfics y cualquier tipo de cómic independiente de, como dice la RAE, “escasa tirada y distribución”.

Esta amplia definición abarca todo tipo de géneros y una variedad más o menos razonable de calidades de impresión, desde las fotocopias hasta las impresiones caseras. Lo que define al fanzine es la combinación de una modesta

calidad de edición, bajo tiraje y la ausencia de aspiraciones comerciales. Y si bien el común denominador de los fanzines es la condición amateur de sus autores, no siempre ocurre esto. Normalmente los editores, colaboradores y publicadores de fanzines no reciben compensación monetaria. Los fanzines tradicionalmente son gratuitos o con un coste mínimo para pagar los gastos de producción.

El fanzine no se opone sólo estéticamente a las revistas tradicionales y comerciales, el fanzine es un grito de expresión personal y único. Sin embargo, existen fanzines que son más bien publicaciones mensuales de contrainformación y otros más cercanos a lo artístico y la propia experiencia con el mundo del artista. El impulso creador del fanzine es siempre una necesidad de expresarse y comunicarse.

La edición y la distribución del fanzine son muy limitadas porque si aumentasen mucho los costos se debería empezar a cobrar por él. El fanzine es un medio, no un fin.

Cuentan entre sus miembros con grandes especialistas en la materia afín, publicando de forma libre y directa sin ataduras ni intereses para con terceros.

Se pueden hacer subcategorías dentro de los Fanzines entre características físicas como por ejemplo subdividir los blanco y negro de los que tienen color, los fotocopiados de los hechos en imprenta. Otras subcategorías pueden ser por géneros, o de formas de narrar las historias o si el trabajo es hecho por un grupo o de forma individual.

Es, en la mayoría de los casos, una propuesta de interacción entre texto y/o imágenes distribuidas en tirajes pequeños, el tiraje de cada número es variable pudiendo ser de 10, 200, o más ejemplares dependiendo de las necesidades y posibilidades económicas del equipo que publica.

La palabra fanzine proviene de la abreviación de dos voces inglesas, fan, abreviatura de fanatic, “fanático”, y zine, abreviatura de magazine, “revista” en tanto que para webzine, su primera parte deriva de Web, “red” haciendo referencia al Internet. El término fanzine ya es reconocido por la Academia de la Lengua Española pudiéndosele encontrar en la mayoría de las enciclopedias, en tanto que webzine aún no tiene validez oficial en el español.

Miguel Ángel Cevallos, en un artículo publicado en México en el periódico “El Universal”, el 10 de mayo del 2002, dice respecto al fanzine: “Generalmente, estas publicaciones que se distribuyen en fotocopias, son irrelevantes y de bajo tiraje, pues algunas apenas editan 50 o 100 ejemplares en una periodicidad que oscila entre uno y seis meses. La falta de difusión y de apoyo económico son los principales obstáculos que sortean los fanzines, cuya característica esencial radica en ser publicaciones personales o que elaboran dos o tres personas que, en teoría, intentan hacer una nueva literatura enfocada a sus gustos personales o en temas que, por su tratamiento, son considerados como contraculturales”.

Los problemas más frecuentes de los fanzines son su dependencia de las ganas desinteresadas de sus colaboradores, en un trabajo no remunerado que debe hacerse en el tiempo libre y sus dificultades para distribuirse llegando a su público potencial. Su ventaja indiscutible es contar con grandes especialistas en su materia, publicando de forma libre y directa sin ataduras ni intereses para con terceros.

El desarrollo de esta actividad no suele ir acompañado de intereses económicos al depender del tiempo y el esfuerzo desinteresado de sus creadores. Es posible que si el trabajo realizado es sobre un campo muy específico del que no hay respuesta oficial o competencia, pueda mantenerse cubriendo un hueco e incluso profesionalizarle.

De folletos fotocopiados a verdaderos productos de ocio alternativo, la evolución de los llamados fanzines ha alcanzado un ritmo vertiginoso en los últimos años, dando lugar a títulos de una calidad cada vez mayor aunque todavía no lo bastante conocidos por el público general.

2.2 Prozine

Al igual que el fanzine, éste es desarrollado por aficionados, pero su formato y características de publicación son más cercanas a las profesionales. No son una entidad separada de los fanzines, son una subclasificación de éstos. Son un estadio

superior al del fanzine. Más medios y mejor calidad, tanto de aspecto como de contenidos.

Aunque el fanzine impreso es común que se inicie haciendo uso de la fotocopia, no es raro que, al ir ganando público en cada número, se pueda aumentar los niveles de calidad; esto se traduce como: un fanzine que logra publicarse y que arriba al cuarto o quinto número puede llegar a tener portada de papel a color, ser impreso en offset e incluso contar con póster central. Muchas personas emplean el término “Prozine” cuando la calidad lo hace ya muy difícil de distinguir de una revista profesional, ya que se considera de mejor calidad que los fanzines promedio respecto a impresión, pero comparte con ellos su distribución limitada.

Prozine denota más bien la experiencia y/o calidad de los autores y trabajos, no se trata de la calidad de la edición, si la misma es mejor o peor, la diferencia consiste en que los autores son al mismo tiempo los editores, así que el hecho de ser profesionales es un rasgo que cuenta en la calidad de la edición y del contenido.

Algunos de los autores consultados sostienen que el prefijo pro viene dado porque los realizadores son profesionales mientras otros sostienen que ese prefijo viene de producción, ya que los medios con los cuales se hace el fanzine son más industrializados.

Un fanzine que ha pasado a editarse con medios profesionales se denomina prozine. Si hay un equipo detrás de su publicación profesionalizada y llega a obtener

beneficios, hablamos ya de una revista como tal, aunque no haya un grupo editorial detrás de ello.

2.3 Webzine o Ezine

Actualmente, medios como Internet y la facilidad para crear websites han hecho más sencilla la distribución y el formato, por lo que la edición de fanzines se ha extendido a la red. Este tipo de fanzines electrónicos se denomina ezine o webzine.

Un ezine es la integración de electronic y magazine, o lo que es lo mismo: magazine electrónico. Tiene las características de una revista, pero en lugar de emplear el formato tradicional (papel) se emplea como medio de difusión un formato electrónico, ya sea como documento, que puede abrirse en una aplicación a tal efecto (por ejemplo un archivo TXT, PDF o HTML, por lo general con enlaces para recorrerlo a modo de hipertexto), o bien como un programa ejecutable para una plataforma específica. (Información disponible en: www.alojate.com/glosario/8php)

Generalmente el principal reto del ezine está en el contenido. Encontrar proyectos acabados, bien estructurados, que traten sobre un mismo tema, y con una orientación particular, a veces no es tan fácil como parece. Sin embargo, poco a poco se van encontrando trabajos únicos y gente dispuesta a colaborar.

En cuanto al webzine o ezine, aunque no exista una definición oficial, esta sería prácticamente idéntica a la de su predecesor impreso, la única diferencia entre

uno y otro género parece ser que mientras uno se reproduce en papel, el otro se hará dentro del disco duro de una computadora para su posterior distribución a través de CD o de Internet.

“En cualquiera de sus versiones (fanzine o webzine) los principales objetivos de este medio siguen siendo los mismos: resolver de una manera sencilla (a comparación con publicar o conseguir que se le publique a uno en una revista) la necesidad de jóvenes creativos de ver publicada su obra y dar a conocer o compartir información (sean ideas o imágenes) sobre un tema específico. Su contenido se puede presentar en los más diversos formatos: a manera de libro, de comic, de página Web o inclusive puede constar únicamente de trabajos gráficos a manera de muestrarios de arte”. (Información disponible en <http://www.musicaenaccion.com/fanz.pdf>)

El webzine, por su parte, es la respuesta electrónica a las numerosas revistas en papel, que no pueden vivir sin la publicidad, mientras que estos productos artesanales pueden sobrevivir sin ella, y de contar con el favor del público es probable que aumente el tamaño y número de sus secciones ya que muchas de las compañías que dan espacios gratuitos para Internet dan espacio adicional, dependiendo del número de visitas que tenga el sitio, llegando a realizar concursos por categoría y dando espacio ilimitado al que reporte mayores entradas o más visitas a sus páginas de publicidad.

Los webzines poseen, como sus parientes editados en papel, una estructura simple, que responde a una concepción propia y a una elección que exige cierta disciplina y que para su buen funcionamiento debe respetar algunas condiciones. La más importante de todas es que si no responde a las expectativas de los lectores desaparece sin dejar huella.

En ambos, como ya se mencionó, es frecuente el uso del argot, es decir, el uso de un lenguaje especializado y no formal para los conocedores del tema tratado.

Como dos medios de comunicación gráfica que comportan una misma esencia, pero tienen distintos soportes materiales, el fanzine y el webzine, se pueden clasificar de muchas maneras, pero no todas ellas son aplicables a ambos casos. Así pues, tenemos que al fanzine podríamos clasificarlo por tipo de impresión, encuadernado, número de páginas, etc. En tanto que en el webzine se tomaría en cuenta aspectos como número de pantallas, megabites, descargables, etc. Sin embargo, hay dos tipos de clasificación que son completamente aplicables a ambos.

Tanto el fanzine como el webzine pueden tratar absolutamente de cualquier tema, hacer una clasificación de géneros de los mismos puede resultar muy amplio; sin embargo, en la red se encuentra una página en inglés llamada eZINESearch eZines Database, The Ultimate Seine Database, la cual es un webzine dedicado a los webzines. Entre otras secciones tiene un directorio para fanzines y webzines, donde se utilizan las siguientes ochenta categorías básicas:

Películas	Feminismo	Diversión	Autores
Filosofía	Ficción	Adolescentes	Fantasía
Viajes	Personal	Fotografía	Web
Opinión	Música	Novedades	Ensayos
Medios	Historias	Tecnología	Dinero
Publicidad	Deportes	Underground	Gastronomía
Diseño	Cultura	Medio Ambiente	Torneos
Literatura	Software	Entretenimiento	Moda
Literario	Poemas	Historias Cortas	Infantil
Educación	Sexo	Mercadotecnia	Periodismo
Religión	Comedia	Computadoras	Política
Horror	Críticas	Ciencia Ficción	Poética
Libros	Humor	Programación	Internet
Rock	Editorial	Políticos	Negocios
Prosa	Sátira	Alternativas	Comic
Promoción	Arte	Moda de ciudad	Historia
Cultura	Pop	Habilidades y oficios	Salud
Comentarios	Ciencia	Entrevistas	Bromas

(Información disponible en <http://www.ezine-search.com/search-it/ezine/>)

Una revisión del sitio muestra que un mismo webzine puede encontrarse en dos o más categorías y que hay algunas que podrían incorporarse a otras entre las que aparentemente no hay diferencia. Esta clasificación está hecha para facilitar la búsqueda lo más posible, asimismo, los expertos o seguidores de cada rama entenderán mejor las sutiles diferencias de la clasificación que les interesa con otra similar que alguien no versado o simplemente no interesado en el tema.

3. Comunidades por Afinidad

Un grupo por afinidad o comunidad por afinidad es un grupo libremente asociado que reúne a un número variable de individuos quienes coinciden en sus gustos y opiniones artísticas, literarias, políticas, filantrópicas, deportivas, etc., o simplemente en sus deseos de relación social. Es una organización que toma las decisiones desde las bases y puede realizar acciones como grupo de formas muy creativas. Hace posible que varias personas de diferentes puntos geográficos, ideologías y filosofías, realicen acciones directas juntas, de forma que se fortalezcan con respecto a las diferencias culturales y tácticas sin jerarquizarse.

El principio de autonomía del grupo de afinidad es la llave del modelo de integración. Crear un espacio donde la voz de cada persona pueda oírse y tenerse en cuenta, fortalece a la gente para que tome libremente sus propias decisiones. Estos sujetos trabajan juntos para obtener un fin común.

Las comunidades por afinidad representan un método de organización responsable, flexible y descentralizada. Es un grupo no jerárquico, basado en la confianza, formado por personas de similar pensamiento. Se trata de un método de organización altamente efectivo porque permite que la información fluya dentro del grupo. Se puede formar un grupo de afinidad con amigos, personas pertenecientes a una comunidad, en el ambiente laboral u organizaciones ya existentes.

Los grupos por afinidad permiten que cada miembro aporte lo que desee, siempre y cuando nutra con su aporte el fin común o a la comunidad.

Su organización por consenso de base lo convierte en una estructura bastante exitosa. Es un sistema autosuficiente que puede desarrollar por sí mismo muchas y diversas acciones o puede trabajar con otros grupos de afinidad con una meta común en una acción más grande. Como existe una ausencia de jerarquía, con el tiempo desarrolla una gran confianza en la inteligencia del colectivo, permitiendo dejar de un lado algunos prejuicios a la hora de considerar que es lo mejor para el grupo.

Los grupos por afinidad pueden estar basados en una ideología común, una preocupación compartida por un asunto o una actividad, un papel o una habilidad. Los grupos de la afinidad pueden tener membresía abierta o cerrada, aunque lo segundo es mucho más común.

Los fines y actividades de los grupos por afinidad son muy diversos y dependen del motivo por el que las personas se asocian: realización de actividades deportivas, intercambios de ideas, debates culturales, organización de actividades a favor de otros, actividades formativas e informativas, etc.

Son grupos surgidos a partir de relaciones sociales, formativas, laborales, muchas veces interrelacionando núcleos de convivencia o colectivos ya existentes. Son núcleos donde el buen entendimiento ayuda a que fluyan las propuestas, las ganas de hacer cosas, a la vez que son nodos de comunicación estables en que una

vez empezado un proyecto, es fácil darle continuidad porque no cuesta encontrarse y compartir. (Información disponible en <http://www.cherada.com/articulos/podemos-vivir-sin-capitalismo-plan-para-ser-el-cambio-que-queremos>)

Cada comunidad por afinidad debe decidir como tomar las decisiones y cuál es un norte. Este proceso empieza cuando se forma el grupo. Si un nuevo individuo decide unirse a éste, debe enterarse de cual es la forma de pensar del colectivo y su objetivo general, y si es compatible con su objetivo personal. Lo ideal, es que se tenga una meta similar en cuanto a los intereses individuales y colectivos. Qué puede ofrecer el individuo al grupo y qué beneficios puede obtener de éste. Se deben tener acuerdos previos sobre ciertos asuntos: en cuanto a la actividad, el espíritu o el compromiso que se esté dispuesto a asumir.

Un grupo de afinidad es un colectivo de personas entre las cuales hay semejanza mutua, conocen los puntos fuertes y las debilidades los unos de los otros, se apoyan mutuamente y realizan juntos actividades relacionadas con el tema afín. Se basa en la interacción cara a cara o mediática, en la comunicación directa y significativa y en la toma de decisiones por consenso.

Dentro de una comunidad por afinidad hay una gran gama de diferentes funciones que sus miembros pueden realizar. Gran parte de esas funciones estarán determinadas por la razón o la meta a que debe su existencia el grupo pero podrían incluir una persona portavoz ante otros medios de comunicación, una catalizadora de

decisiones rápidas, otra portavoz que asista a asambleas mayores de racimos de comunidades por afinidad.

Diversos grupos por afinidad forman una red interconectada e interdependiente que logra muchas más cosas que un gran grupo de individuos actuando por separado.

Una comunidad por afinidad se basa en la relación afectiva y de amistad que existe entre los participantes, la perdurabilidad de un grupo afín dependerá de la buena relación que tengan sus miembros. Si se quiere formar un grupo por afinidad lo mejor que se puede hacer es invitar amigos o personas relacionadas que tengan un mismo interés. Si un individuo quiere unirse a un grupo ya constituido puede hacerlo, todas las comunidades por afinidad están abiertas para nuevos colaboradores.

Los grupos por afinidad están compuestas por personas que comparten ciertos principios, objetivos, intereses, etc. que les facilita trabajar bien juntos. Cada grupo de afinidad forma una red de trabajo que logra muchísimo más de lo que el mismo número de colaboradores no afiliados podría lograr por su cuenta.

Dos o más comunidades por afinidad con valores comunes o que deseen realizar actividades compatibles deberían trabajar juntos como un cluster de grupos de afinidad, un cluster es un conjunto de grupos de afinidad. Esta estrategia consiste en una coordinadora de grupos de afinidad para determinadas acciones. El consenso es el código que dicta las actitudes y acciones de los cluster.

Ya existen muchas agrupaciones que funcionan así, como por ejemplo comités de usuarios, los centros sociales, etc. Pero también hay muchos grupos de afinidad que todavía necesitan encontrar otros compatibles para poder llevar a cabo sus iniciativas. También puede darse el caso de comunidades por afinidad que participan al mismo tiempo en diversas agrupaciones de comunidades por afinidad o racimos.

Se deben impulsar alternativas comunicativas, reforzar los medios de comunicación social, incentivando un tercer sector comunicativo, separado de los sectores público y privado: medios manejados por la sociedad civil y por grupos sociales de diversa índole.

Es un momento óptimo para potenciar y compartir medios, espacios, recursos y todas las redes alternativas al alcance de todos. La iniciativa de los cambios y las alternativas que se quieren depende de la capacidad de comunicación, comprensión y acción colectiva. Todo es posible si se da un paso adelante, se dan reencuentros y todos se ponen de acuerdo.

Esto ha llevado a un fortalecimiento democrático y flexible. Asegura que los grupos de trabajo estén coordinados eficientemente y no duplicando cada uno el trabajo del otro.

Las reuniones están abiertas a todos, grupos de trabajo, forums educativos, elaboración de propuestas, debates, entre otras actividades que conlleven a la optimización del funcionamiento de la comunidad.

Internet tiene sus problemas y peligros, como la calidad de la información y la falta de personalización de las relaciones que se establecen. Por eso hace falta ir más allá y conseguir hacer funcionar de manera articulada y armónica la trama de Internet conjuntamente con una realidad básica como es la de la red de relaciones sociales, amistades, compañeros, familia, a través de las cuales fluye ya la información de manera natural. Es ahí donde hay amistad y compañerismo, donde se encuentran las mejores vías para extender las propuestas y llevarlas a la práctica. Lógicamente, los seres humanos siempre serán más receptivos a las propuestas que lleguen de colegas, relacionados o familiares que de las de personas que apenas conocen.

Hay claramente un largo camino para incluir esfuerzos específicos por tender puentes y construir alianzas. Es importante lograr una buena organización. Para hacerlo, se debe tener en cuenta que la forma de organización de la sociedad civil y de los movimientos sociales a través de grandes organizaciones con afiliados ha fortalecido a colectivos más pequeños y ágiles. La aparición de Internet ha dado fuerzas a las formas de organización en red, muy flexibles y rápidas, que benefician a los colectivos pequeños tanto como a las estructuras tradicionales de organización.

4. Diseño Web

La revolución de Internet ha tenido gran significación en la vida del ser humano. El número de páginas y sitios web aumenta a gran velocidad y para el diseñador gráfico resulta desafiante el adaptarse a los cambios y prácticas del diseño digital.

“En los primeros tiempos, la construcción de páginas web era un proceso relativamente sencillo. Las limitaciones técnicas del diseño del medio exigían del trabajo del diseñador poco más que colocar pequeñas imágenes en un texto. En la actualidad, la nueva tecnología y la funcionalidad mejorada de Internet permiten a los diseñadores emplear películas, sonidos y animaciones para amenizar la experiencia del usuario”. (GG, 2007 : 136)

En este entorno tan cambiante, los diseñadores deben hacer un buen uso de las diferentes herramientas existentes para poder distinguirse entre los demás y elaborar diseños eficaces que sean capaces de dar soluciones a la vez que comunican.

4.1 Definición:

“El diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Un buen diseño es la mejor

expresión visual de la esencia de algo, ya sea esto un mensaje o un producto”. (Wong, 1995 : 41)

Para que una persona pueda diseñar debe tener dominio del lenguaje visual, ya que es la base de la creación o elaboración del mismo. Los diseñadores están constantemente ofreciendo soluciones a los diferentes problemas que se les presentan.

El diseño web consiste en la aplicación del diseño gráfico mediante la utilización de herramientas digitales, para su implementación en sitios web. Al diseñar para Internet, es necesario tener conocimientos previos de usabilidad, interactividad, navegabilidad, arquitectura de la información; y de formatos como el texto, la imagen, el video y el audio.

Si se combinan los elementos antes mencionados con la elaboración de un buen diseño y manejo de los contenidos de la página, se podrá obtener eficacia a nivel comunicacional y de intercambio de datos e interactividad.

4.2 Herramientas:

Actualmente existen diversas compañías que ofrecen tecnologías que sirven para la elaboración de páginas web. Adobe es una de éstas y la más reconocida y utilizada a nivel mundial. En los últimos años, se ha ido apoderando del mercado del diseño digital.

Cuando se diseña para Internet, se pueden utilizar distintas herramientas de diseño general y de software específico para la web. Existen diversos programas de edición de páginas web, siendo éstos los más utilizados: Dreamweaver – recientemente comprado por Adobe- y Microsoft FrontPage. Sin embargo, antes de editar los contenidos, se manejan otros programas de diseño gráfico digital: Illustrator, PhotoShop, Fireworks, Image Ready y otros no tan comunes. En cuanto a animación y a contenidos dinámicos e interactivos, Flash se ha convertido en el más usado.

“Así, el abismo existente entre los primeros programadores de la era de Internet y el diseñador gráfico puro y simple se ha estrechado hasta el punto que hoy ambas disciplinas se hallan inextricablemente vinculadas. El diseñador dispone de mucho más campo para su creatividad, pero a cambio debe aprender las nuevas habilidades técnicas que están en constante renovación”. (GG, 2007 : 136)

4.3 Elementos principales:

“El papel del diseñador gráfico, en la medida en que podemos separarlo del proceso general de construcción de un sitio web, consiste en conferir a las páginas una estructura visual adecuada. Los elementos fundamentales del diseño: composición, color, tipos e imágenes, son los mismos que en los demás medios, pero

la naturaleza de su aplicación para la pantalla y los tecnicismos propios de la red añaden muchas peculiaridades”. (GG, 2007 : 138)

Es necesario saber qué limitaciones tiene Internet para poder diseñar en la web correctamente, haciendo buen uso de las tecnologías y programas disponibles, a su vez escogidas en función del propósito, la naturaleza y el público objetivo del mismo.

Existen diferencias entre el diseño web y el diseño para impresión. Todo lo que se publica en Internet se va a ver a través de una pantalla, y para esto, es necesario establecer ciertas preferencias en la computadora. Por lo tanto, es fundamental adaptarse y aprender para sacarle provecho al entorno.

El trabajo que se haga a través de la web, va a ser visto en diferentes monitores, a través de distintas aplicaciones e incluso con distintos tamaños. Existen diversos elementos que interfieren en la visualización de una página: tamaño de la ventana y preferencias del navegador, resolución del monitor y algunas diferencias entre la visualización de imágenes entre la MAC y la PC. (GG, 2007:143)

4.3.1 Color

La utilización del color en la web tiene ciertas limitaciones. El que diseña en este medio, debe considerarlo en términos muy específicos. Actualmente, los

monitores de las computadoras muestran una amplia gama de colores mediante la combinación del rojo, el verde y el azul (RGB).

Muchos de los diseñadores que trabajan par web, utilizan libremente los colores correspondientes a la aplicación con la que trabajen. Sin embargo, para tener garantía de que éstos sean iguales en los monitores de los usuarios, casi todos trabajan con la gama RGB, ya que representa el estándar que cumplen en la actualidad, casi todos los equipos.

4.3.2 Tipografía

A pesar de que pareciera existir cierta libertad a la hora de escoger las fuentes a utilizar en la página web, existen limitaciones que el diseñador debe tomar en cuenta.

La falta de fuentes disponibles en las diferentes aplicaciones es un factor determinante. Hoy día existe la posibilidad de descargar de forma gratuita, diferentes tipografías desde Internet. Sin embargo, para poder utilizarlas en la página y que los usuarios la puedan ver, éstos deben tener la misma fuente instalada en su ordenador.

“En la práctica, esto último limita las opciones a las fuentes comunes de Windows y Mac: Verdana, Trebuchet MS y Arial como tipos de palo seco; Georgia y Times New Roman como tipos con remates o serif; Courier New como tipo monoespaciado; Arial Black , Impact y la inexplicablemente Comic Sans MS como

tipos para titulares”. (GG, 2007 : 149).

Aunque es importante destacar que, con los nuevos avances a nivel de diseño, existen formas alternativas para colocar cualquier tipografía, siendo la más común, la de convertir la fuente en curvas (vectorizarla), para que los usuarios la puedan ver sin importar que ésta esté instalada o no en el computador de los usuarios.

4.3.3 Composición

En el diseño web, todos los elementos que componen una página pueden moverse de su sitio a menos que se tomen medidas para bloquearlos. Esto es muy diferente de la composición inamovible de una publicación impresa, lo que puede resultar desconcertante. Algunos diseñadores hacen lo posible por mantener cierto control bloqueando los elementos para preservar la apariencia deseada de su diseño. Otros tratan de producir páginas que contemplan esa posibilidad y conservan en cierta medida la apariencia deseada aunque los elementos se muevan en la ventana del navegador. Este tipo de diseño, a veces denominado “diseño líquido o fluido”, puede garantizar que la composición se ajuste a la ventana del navegador, sea cual sea su medida, pero también impone limitaciones estéticas al diseñador. (GG, 2007 : 143)

Los monitores son apaisados (más ancho que alto), por eso, la orientación del diseño digital va a ser distinta a la del diseño impreso que generalmente es vertical. Por lo tanto, el diseñador web se debe adaptar a la estructura de diseño deseada.

4.3.4 Imágenes

No importa que tan llamativa sea la página web, si al abrirla tarda mucho en cargarse, no puede considerarse exitosa. Si una página se carga rápidamente, se genera una buena impresión en el usuario haciendo que éste la visite repetidas veces.

“Ahora que muchos usuarios cuentan con conexiones de banda ancha, sin embargo, puede resultar tentador pensar que todas las páginas excepto las más pesadas, se cargarán casi al instante. La velocidad con la que se muestra una página en el navegador está relacionada directamente con el peso de los archivos, de tal forma que los diseñadores web han buscado fanáticamente medios para minimizar el peso total de sus páginas”. (GG, 2007 : 146)

Para montar imágenes en Internet es necesario mantener los archivos lo menos pesado posible, por lo que es importante adaptarlas a ciertos formatos que permitan la compresión de la imagen manteniendo una buena calidad y resolución de la misma. Los más utilizados son JPEG y GIF.

Teniendo en cuenta la bibliografía consultada y los antecedentes que se relacionan con el objeto de este trabajo especial de grado se tiene una idea global de cual es el norte del proyecto. Una vez familiarizados con este grupo de conceptos y teorías relacionados con el proyecto a realizar, pasaremos a determinar cuáles son las necesidades comunicacionales y expresivas que presenta la comunidad por afinidad que es objeto de estudio: los ilustradores.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El siguiente capítulo presenta el diseño metodológico que se adapta a esta propuesta. Se describirán las técnicas adecuadas para la recolección de datos que permitirán la realización del proyecto **ilustralgo**. Para ello es necesario el reconocimiento del tipo de investigación que se está realizando, las herramientas de recolección de datos que se utilizarán en esta investigación y el análisis de los diferentes resultados que éstas arrojen.

El tipo de diseño de esta investigación tiene carácter descriptivo pues su propósito es el de caracterizar un sector de la realidad, poco explorada y, al mismo tiempo, relevante e interesante para desarrollar una herramienta que llene las expectativas de la comunidad que es objeto de estudio.

El objetivo de esta investigación está en proveer un buen registro de los tipos de hechos que tienen lugar dentro de esta realidad y que la definen o caracterizan sistemáticamente y, a partir de esta caracterización, diseñar un espacio virtual que sirva de punto de encuentro para aficionados a la ilustración.

Sin embargo, no está limitada a lo descriptivo sino que los datos obtenidos gracias a este tipo de investigación serán utilizados en el diseño y desarrollo de un webzine en el contexto de la web 2.0 que sirva como punto de encuentro para una comunidad por afinidad conformada por ilustradores.

Este proyecto de tesis comprende la evaluación de un entorno social específico, para, con base en la información recopilada llevar a cabo el proyecto **www.ilustralgo.com**.

TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN

La técnica a utilizar para la recolección de datos será la entrevista; debido a que por medio de ésta se puede tener una interpretación más aproximada a la realidad de los hechos actuales según la opinión de distintos especialistas y/o actores relacionados con el tema. Es un instrumento de gran utilidad que permite recoger no sólo las respuestas y opiniones orales, sino también la gestualidad, datos obtenidos del lenguaje no verbal.

Entrevista

Varios autores coinciden en que la entrevista es una técnica de recolección de datos usada muy frecuentemente en la investigación social y que consiste en obtener testimonios orales de personas especialistas y/o protagonista en el tema a indagar, por medio de preguntas ya elaboradas con suficiente antelación.

La entrevista a aplicar será de tipo semi-estructurada e individual, se harán las preguntas en cierto orden, pero teniendo la posibilidad de que a medida que se realice y dependiendo de las respuestas que dé el entrevistado, vaya cambiando el orden de las preguntas o se vayan haciendo otras complementarias a las ya elaboradas; además se le aplicará a cada persona por separado, individualmente. (Goode-Hatt, 1982 : 229)

Se estructura sobre la base de preguntas cuya forma lógica se orienta a describir una realidad. El cuestionario permitirá agrupar los datos o unificar las diferencias singulares, las definiciones, la identificación de elementos por referencia a un criterio de clase, las comparaciones que determinan las semejanzas y discrepancias. (Información disponible en: www.scribd.com/doc/319885/Manual-de-proyecto-de-tesis)

Las preguntas serán abiertas, para estimular al entrevistado a generar una respuesta personal, quedando así garantizada la espontaneidad del entrevistado, evitando que el sujeto se sienta dirigido y dé respuestas prefabricadas, ajenas.

La entrevista se aplicará a aficionados a la ilustración, profesionales o no, ya que son las personas ideales para responder preguntas sobre este tema, porque manejan la información, se interesan o trabajan con ella y se forman o son formados en un instituto de diseño que aporta datos de interés para el estudio.

El criterio de selección de los entrevistados responde a los diferentes matices que pueden aportar estos actores a la investigación, según su condición con respecto a la ilustración, por esto se entrevistaron tanto a profesionales como a ilustradores amateur. Estos testimonios permitirán la creación de una herramienta óptima que satisfaga las necesidades comunicacionales y expresivas de esta comunidad por afinidad específica.

MODELO DE ENTREVISTA

1. ¿Qué relación mantiene usted con la ilustración?

Esta pregunta se formula con la idea de establecer si el entrevistado es profesional o aficionado de la ilustración.

2. ¿Pertenece a alguna agrupación de ilustradores? ¿Cuál?

Sirve para establecer si el entrevistado pertenece a alguna comunidad de ilustradores ya constituída.

3. ¿Cada cuánto se reúne dicha agrupación? ¿Usted asiste?

Esta pregunta tiene por finalidad determinar la funcionalidad de la comunidad de ilustradores a la cual puede pertenecer el entrevistado y si éste es miembro activo de dicha comunidad.

4. ¿Cuáles temas relacionados con la ilustración se discuten en estas reuniones?

La pregunta tiene por objeto especificar qué tópicos resultan importantes para la comunidad de ilustradores a la cual puede pertenecer el entrevistado.

5. ¿Cuáles temas propondría usted para su discusión en el grupo?

La interrogante tiene el propósito de investigar que tópicos le parece relevante tocar con otros miembros de su comunidad, aparte de los que ya se discuten.

6. ¿Qué clase de sitios *web* acostumbra frecuentar?

La pregunta pretende establecer un modelo de bitácora web seguida por miembros de la comunidad de ilustradores.

7. ¿Qué es lo que encuentra en ellos que le hace regresar?

Tiene por objeto localizar los puntos atractivos para los miembros de la comunidad ilustradores dentro de sitios web no relacionados con la ilustración.

8. ¿Qué les falta?

Con esta pregunta se busca indagar qué tipo de contenidos, formatos y otros elementos son considerados por el entrevistado como importantes o atractivos.

9. ¿Visita usted lugares en Internet relacionados con la ilustración?

La respuesta a la interrogante hace posible establecer el nivel de interés que el entrevistado tiene en la ilustración y el que pudiera llegar a tener en **ilustralgo**.

10. ¿Qué tipo de información encuentra en ellos?

Sirve para determinar el tipo de información ya existente en la red concerniente a la ilustración.

11. ¿Qué tipo de información le gustaría encontrar en ellos?

Determina el tipo de información que el entrevistado no encuentra aún en medios electrónicos y que **ilustralgo** podría ofrecerles.

12. Si tuviera la oportunidad de crear un sitio web dedicado a la ilustración, ¿Qué tipo de información compartiría con los miembros de la comunidad?

Esta pregunta busca profundizar en cuáles son las necesidades comunicacionales y expresivas de un ilustradores al momento de encontrarse en un portal web dedicado al tema de la ilustración

13. ¿En qué tipo de formato prefiere recibir información? ¿Por qué?

Caracteriza las preferencias de la comunidad en relación al tipo de formato: texto, audio, vídeo, otros. Con esto se busca manejar dentro del proyecto **ilustralgo** los formatos que resulten más atractivos y fáciles de usar por los posibles miembros de la comunidad de ilustradores.

14. ¿Qué tipo de herramientas están presentes en los sitios dedicados a la ilustración visitados por usted?

La respuesta a la pregunta permite conocer el grado de información que posee el entrevistado en relación a las herramientas que conoce: salas de chat, foros, galerías, correo electrónico, etc.

15. ¿Qué tipo de herramientas propondría usted?

En esta interrogante, el entrevistado define cuales de éstas herramientas, señaladas anteriormente, le parece relevante encontrar dentro de un portal web dedicado a la ilustración.

16. ¿Cuánto tiempo dedica a buscar en Internet contenido relativo a la ilustración?

Del tiempo invertido en navegación, ¿cuánto resulta utilizado en obtener o compartir información sobre la ilustración?

17. ¿Cuánto tiempo podría dedicar a enriquecer ilustralgo?

En esta pregunta se le presenta al entrevistado una explicación resumida del proyecto **ilustralgo**. La respuesta permite evaluar el interés que suscita el webzine en el entrevistado y al mismo tiempo hace posible identificar la disposición y motivación a participar en la misma, y cómo se traduciría su

compromiso con la comunidad de ilustradores en tiempo invertido en obtener y compartir información sobre el tema común.

RESULTADOS

La entrevista se realizó a dos profesionales de la ilustración, Rosana Faría e Idana Rodríguez con el objeto de identificar matices en sus respuestas ante la propuesta de el webzine; y a diez (10) estudiantes de ilustración del Instituto de Comunicación Visual: Prodiseno, pertenecientes a los últimos semestres de la carrera.

A continuación se presentan todos los datos e información obtenidos como producto de la aplicación de la guía de preguntas de la entrevista realizada descrita en el capítulo de la metodología de esta investigación.

Resultados de las entrevistas:

1. ¿Qué relación mantiene usted con la ilustración?

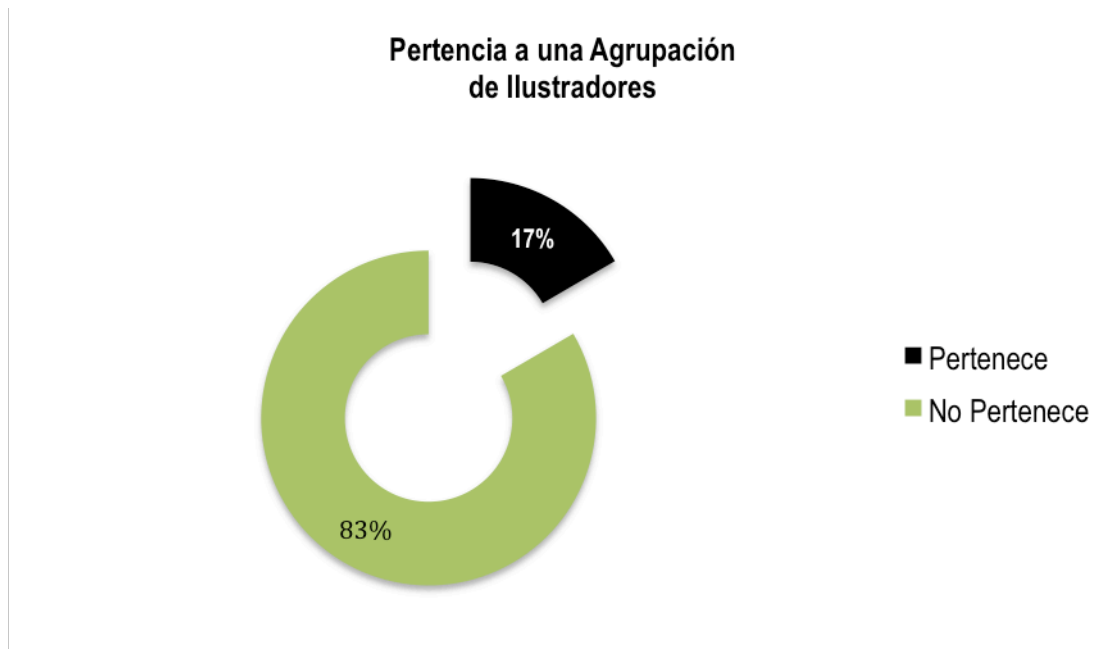
En la selección realizada se encontró que una parte de quienes podemos calificar como aficionados ejercen como profesionales del rubro de la ilustración.

Relación con la Ilustración



2. ¿Pertenece a alguna agrupación de ilustradores? ¿Cuál?

Todos los entrevistados que dijeron ser parte de un grupo afín con el tema, eran profesionales de la ilustración.



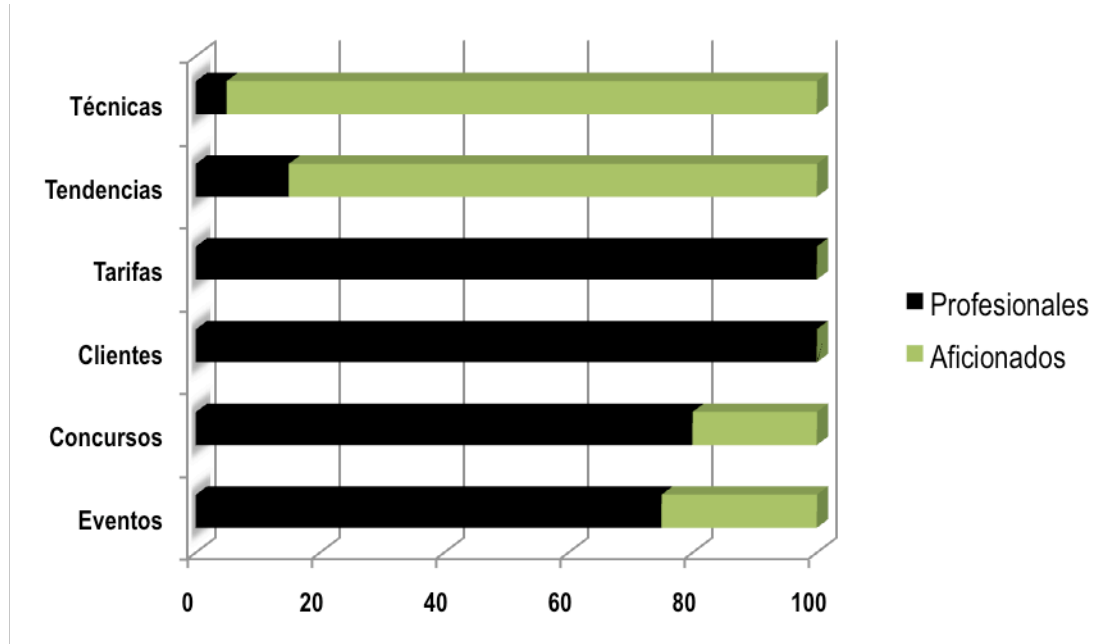
3. ¿Cada cuánto se reúne dicha agrupación? ¿Usted asiste?

Los entrevistados profesionales que dijeron ser parte de un grupo por afinidad relativo a la ilustración expresaron que estas agrupaciones se reúnen muy esporádicamente y de manera irregular. También comentaron no asistir habitualmente a dichas reuniones.

Los aficionados a la ilustración expresaron reunirse de manera informal (entre amigos). También dijeron que eran conversaciones en las cuales el tema de la ilustración llegaba de manera más bien casual.

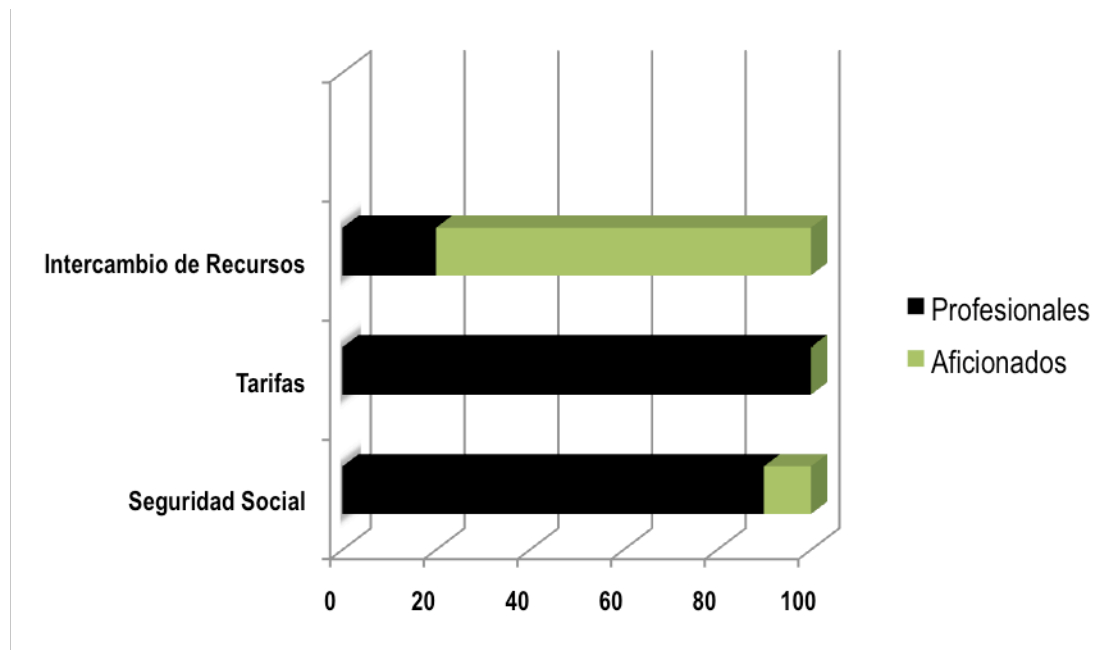
4. ¿Cuáles temas relacionados con la ilustración se discuten en estas reuniones?

En esta pregunta se percibió una gran diferencia entre profesionales y amateurs. Los primeros dijeron tocar con sus iguales temas como eventos, concursos, tarifas, clientes. Mientras que los aficionados prefieren hablar en torno a nuevas tendencias, técnicas, últimos trabajos de sus artistas favoritos, etc.



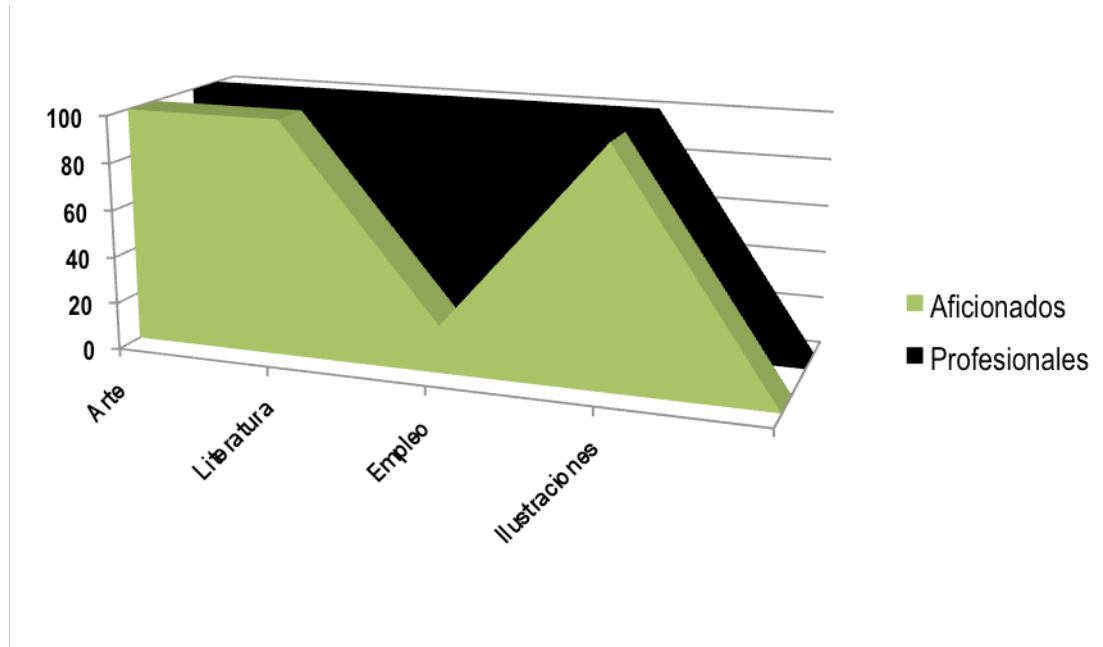
5. ¿Cuáles temas propondría usted para su discusión en el grupo?

De nuevo se pudieron apreciar distintas propuestas de acuerdo a las posiciones de profesional o amateur. Por un lado los profesionales propondrían temas como la seguridad social para ilustradores, establecimiento de tarifas según trayectoria del artista y tiraje de la publicación, entre otros. Mientras que los aficionados se inclinaron hacia la posibilidad de discutir formas de intercambio de información y material que lleven al mejoramiento y desarrollo de su desempeño como ilustradores.



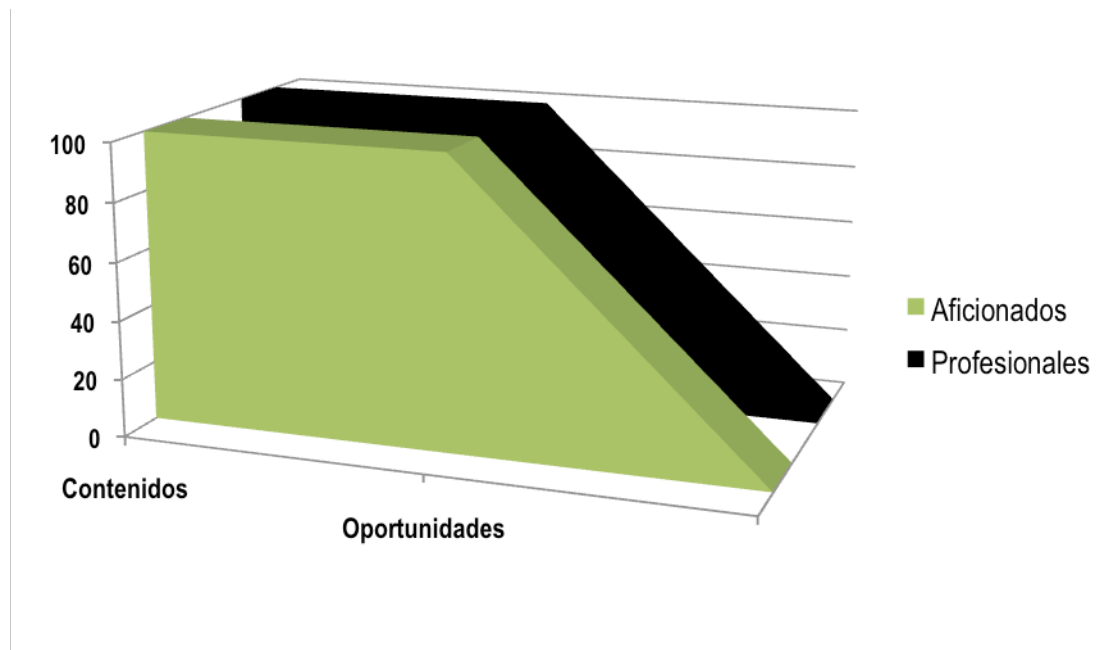
6. ¿Qué clase de sitios *web* acostumbra frecuentar?

Todos los entrevistados coincidieron en que visitan sitios web que tienen que ver con arte, literatura, posibilidades de empleo, exhibición de trabajos de ilustración, etc.



7. ¿Qué es lo que encuentra en ellos que le hace regresar?

Manifestaron que los contenidos relevantes así como también las oportunidades de mostrar su trabajo eran los elementos que más los atraían a la hora de regresar a estos sitios.

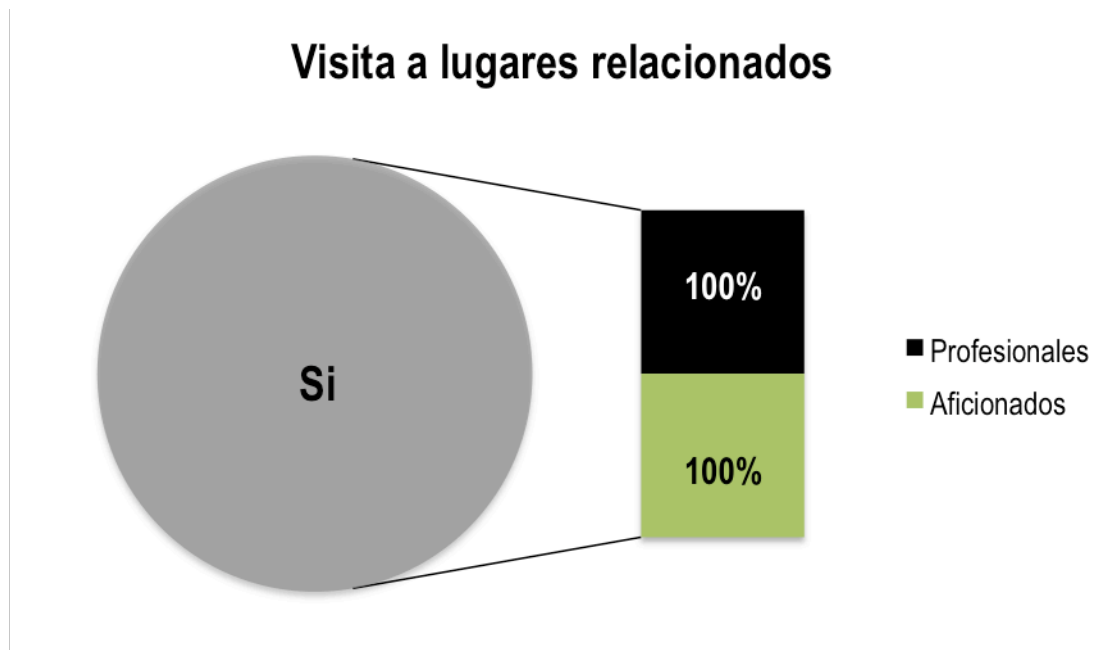


8. ¿Qué les falta?

En cuanto a contenido los entrevistados mencionaron los tópicos presentes en las preguntas 4 y 5. Algunos de ellos comentaron que la interfaz gráfica de la mayoría de los sitios no era lo suficientemente atractiva y/o amigable.

9. ¿Visita usted lugares en Internet relacionados con la ilustración?

La respuesta en todos los casos fue positiva, como cabría esperar de un aficionado de la ilustración. Ello además es una cierta garantía de que el webzine creado va a ser utilizado.



10. ¿Qué tipo de información encuentra en ellos?

Se determinó que la información obtenida acerca de temas concernientes a la ilustración de lugares en la red no satisface las necesidades básicas de los entrevistados. Generalmente los contenidos encontrados no cubren los puntos mencionados en la pregunta 4. La identificación de los vacíos es fundamental para el diseño de el webzine.

11. ¿Qué tipo de información le gustaría encontrar en ellos?

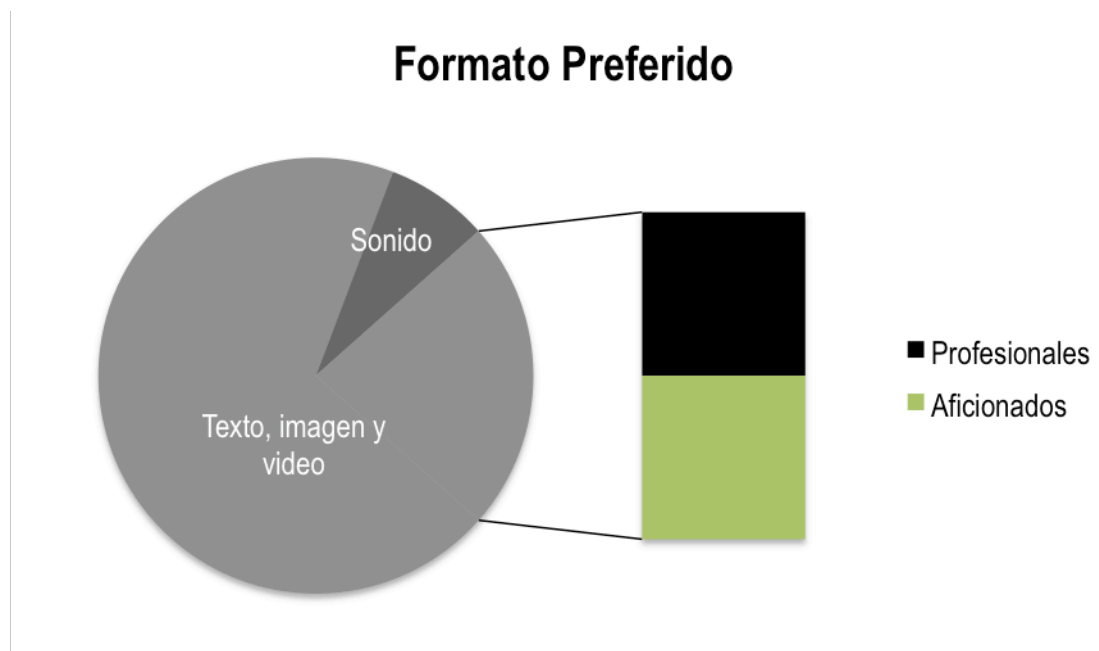
Los entrevistados hicieron énfasis en que se deben profundizar los tópicos mencionados en la pregunta 4 y se debe dar espacio a los puntos tocados en la pregunta 5.

12. Si tuviera la oportunidad de crear un sitio web dedicado a la ilustración, ¿Qué tipo de información compartiría con los miembros de la comunidad?

En cuanto al contenido se repite la tendencia a mencionar los puntos de las preguntas 4 y 5. Dijeron que la interfaz debe ser flexible y permitir a los usuarios ser creativos de alguna forma. La usabilidad también es tema sensible en esta oportunidad, ya que muchos de los entrevistados se preocuparon de que el recorrido no siempre se hace fácil en muchos lugares en Internet visitados por ellos.

13. ¿En qué tipo de formato prefiere recibir información? ¿Por qué?

Texto, imagen y vídeo fueron los formatos preferidos por los entrevistados. La posibilidad de tener sólo audio fue desechada por ellos ya que el vídeo tiene sonido y escuchar sin tener ningún elemento visual no les pareció atractivo.



14. ¿Qué tipo de herramientas están presentes en los sitios dedicados a la ilustración visitado por usted?

El foro fue la herramienta de comunicación preferida por casi todos los entrevistados por ofrecer la posibilidad a todos los miembros de la comunidad de discutir tópicos de interés y obtener beneficios de dicha discusión. El chat

fue visto como una forma de vincular personas y fortalecer relaciones interpersonales más que beneficiar al colectivo. Las galerías de imágenes fueron descritas como indispensables para la exhibición de intercambio de material concerniente a la ilustración.

15. ¿Qué tipo de herramientas propondría usted?

Los entrevistados estuvieron de acuerdo en que cualquier herramienta que fortalezca a la comunidad como tal y respalde el trabajo de sus miembros sería bienvenida.

16. ¿Cuánto tiempo semanal dedica a buscar en Internet contenido relativo a la ilustración?

El rango estuvo entre 5 y 20 horas semanales dedicadas a obtener información o material que tuviera que ver con la ilustración. Los entrevistados dijeron no invertir tiempo en compartir dicha información.

17. ¿Cuánto tiempo podría dedicar a enriquecer **ilustralgo**?

Los entrevistados se mostraron entusiasmados con la idea de pertenecer a **ilustralgo** y dijeron tratar de invertir al menos dos horas semanales en colaborar subiendo contenidos y material al webzine.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

La tendencia que siguen los medios de comunicación tradicionales, como la televisión, al pasar de dar información general a especializarse para cubrir necesidades específicas de una región o un grupo por afinidad, también ha influenciado a los medios electrónicos, con la diferencia de que éstos le han añadido la interactividad real y la posibilidad de democratizar la información al ofrecer la oportunidad a los usuarios de producir (y no sólo consumir) contenidos de distinta índole.

La globalización e Internet ofrecen la posibilidad de obtener información específica de primera mano en tiempo real y la hipertextualidad brinda la opción de enriquecer la información requerida.

La vertiginosa evolución de las TIC'S nos ofrece las herramientas para la conformación y crecimiento de comunidades por afinidad, dándoles la oportunidad de construir espacios para su encuentro y la posibilidad de intercambiar todo tipo de información concerniente al tema que los une.

Es por eso que se considera importante crear un espacio donde se conjuguen las herramientas tecnológicas disponibles, para ponerlas al servicio de la integración de comunidades por afinidad.

Gracias al desarrollo de las TICS, hoy en día se acortan las distancias permitiendo que estas comunidades por afinidad vayan más allá de lo geográfico, utilizando Internet como punto de encuentro para intercambiar conocimientos y experiencias sobre un tema específico.

Durante el proceso creativo de portales virtuales que sirven de punto de encuentro para las comunidades por afinidad, se deben explotar al máximo todas las herramientas disponibles para optimizar sus formas de expresión y comunicación. Los instrumentos de colaboración que pueden utilizarse en la red ponen en manos de los usuarios la posibilidad de reinventar las formas y el fondo de los contenidos que conformarán el sitio web, democratizando la información como ningún otro medio ha logrado hacerlo.

1. ¿Qué es **Ilustralgo**?

Un punto de encuentro que conjuga las bondades del webzine con las herramientas disponibles en las distintas redes sociales que se pueden encontrar en Internet. Conforma la posibilidad de expresarse, comunicarse e interrelacionarse para todos los miembros de cualquier comunidad por afinidad.

Ilustralgo es una invitación a la creación, sin importar la experiencia o la preparación formal, lo trascendente es expresarse a través de lo que une a los miembros de esta comunidad: la ilustración

2. **Proyectando un medio para una comunidad específica**

Los temas que pueden llevar a un grupo de individuos a conformar una comunidad por afinidad son infinitos. Asimismo, sus necesidades comunicacionales pueden variar de manera ilimitada.

La comunidad por afinidad para la cual ha sido diseñado este medio de comunicación exige, además, que los usuarios vean satisfechas sus necesidades expresivas. Se trata de un grupo que se reúne alrededor de la creatividad y la expresión gráfica de ideas por lo que las autoras han identificado una necesidad y han evaluado el enorme potencial que encierra el webzine como medio de comunicación, organización y participación democrática en la red, por lo que sienten la obligación de proveerles un entorno diferente e innovador con respecto a otros sitios que brindan espacio a individuos relacionados con la ilustración.

Los espacios virtuales dedicados a los ilustradores generalmente están centrados en vender los servicios de profesionales de la ilustración al mercado de trabajo. Muestran su portafolio para que empresas e instituciones se contacten con la “agencia” o directamente con el ilustrador. También existen blogs donde se comentan temas relacionados con el rubro. No existe, hasta ahora, un lugar que conjugue las herramientas necesarias para lograr un punto de encuentro integral para este grupo específico por afinidad y es una necesidad como ha sido caracterizado en este estudio, por ello el diseño de **ilustralgo**.

Los aficionados (amateurs) han sido excluidos sistemáticamente de estas formas de agrupación por no tener una formación académica o un desempeño profesional en el área gráfica. **Ilustralgo** brinda la oportunidad a los fanáticos de que formen y tomen parte en el flujo de información que les atañe como miembros de la comunidad.

Ilustralgo nace como una alternativa para que todos y cada uno de los interesados en la ilustración logren intercambiar datos, material, etc. fortaleciendo así a su comunidad por afinidad.

2.1 Miembros de la Comunidad y sus roles

El acceso y participación en el medio es exclusivo de quienes conforman la comunidad por afinidad, específicamente los aficionados a la ilustración. Sin la participación de estos usuarios, la creación del webzine no tendría sentido, puesto que los contenidos serán generados por los mismos.

- **Buscadores – Mostradores:**

El webzine diseñado es un portal web que permite a las comunidades por afinidad ir más allá de los contenidos publicados por un grupo editor.

Establecer límites y separar a los mostradores de los buscadores resulta una tarea compleja y difícil. Las personas que visiten el site podrán cumplir ambos roles o

no, dependiendo del interés particular de cada quien. Los roles antes diferenciados hoy se desdibujan y cada quien puede desempeñar varios de ellos a un mismo tiempo.

Esto significa que todos los que accedan a la página podrán publicar y generar contenidos o tendrán la posibilidad de observar y buscar lo que deseen. Por lo tanto, no se puede determinar quiénes y cuántos serán mostradores y quiénes y cuántos serán buscadores; mas tendrán la posibilidad de elegir si desean tener un comportamiento activo o pasivo. Se estima que el 80% de los contenidos será producido por el 20% de las personas o miembros de la comunidad.

“En todo proceso o sistema unas personas cuentan más que otras. Dicho así, no parece una idea muy novedosa. Los economistas suelen referirse al principio del 80/20, que quiere decir que el 80% del trabajo siempre lo realiza un 20% de los implicados. En lo tocante a epidemias, sin embargo, esta desproporción resulta aún más extrema: un mínimo % de personas hace la mayoría del trabajo”. (Gladwell, 2007 : 29)

- **Anunciantes – Promotores:**

Actualmente, no se ha considerado la opción de tener anunciantes o promotores en el medio. Podría convertirse en una solución a futuro para que el webzine se pueda mantener.

- **Mediadores – Contramediadores:**

Las autoras de este trabajo cumplirán el papel de mediadores. La investigación y las entrevistas a profesionales y aficionados, permiten confirmar la inexistencia de portal alguno que incluya todo lo que se pretende desarrollar en el webzine. Hasta ahora, existen algunos foros y páginas personales relacionadas con ilustración, pero no se considera que puedan llegar a ser competidores del medio en estudio; por el contrario, son perfectos candidatos para convertirse en próximos aliados.

2.2 Medio

El medio es Internet y, debido a los avances tecnológicos, los equipos desde los cuales puede acceder el usuario son diversos: computadora, celular, televisor, y otros., sin que se vea afectado el contenido del webzine.

2.2.1 Descripción de las relaciones de interfaz de almacenamiento y segmentación

Se desarrolló una base de datos que permite el registro de usuarios y el almacenamiento de la información y se generaron las herramientas para que los mismos usuarios clasifiquen imágenes e información de acuerdo a su criterio.

En cuanto a la apariencia, se diseñó un espacio agradable y llamativo, aunque el punto central fue la simplicidad. Lo más importante es que sea fácil de manejar.

Por otra parte, se desarrollaron las herramientas que permiten que las comunidades por afinidad elaboren sus propios contenidos. Sin embargo, existen ciertas reglas que se deben cumplir para que se respete el espacio de los ilustradores y los contenidos relacionados con el tema.

2.2.2 Entorno Mediático

El medio seleccionado para la elaboración de este trabajo es digital: la Web. Se realizará un Webzine en el contexto de la Web 2.0, por lo que el diseño de la herramienta permitirá que los buscadores sean, a su vez, los mostradores. Al mismo tiempo, será amigable, versátil y de fácil acceso.

- **Población Cubierta**

Debido al medio seleccionado y al alcance del mismo, la cobertura geográfica será muy amplia, puesto que llega a todo el mundo, además de que hay aficionados a la ilustración en todas partes a quienes les puede interesar el webzine.

- **Mapa de Cobertura**

En principio, el público potencial está constituido por estudiantes de diseño, de Comunicación Social y carreras afines; empresas editoriales en su amplio sentido u otras interesadas en acceder al site para buscar ilustradores y aficionados; y, por su puesto, todas las personas, ilustradores o no, que estén interesados en el tema por alguna razón.

Ha sido importante analizar las nuevas tendencias de Internet y las ventajas, señaladas previamente en la investigación, de la Web 2.0 en cuanto a la interacción entre el medio y su entorno y las nuevas modalidades existentes.

2.2.3 Construcción de la relación de promociones por el mediador

La herramienta diseñada es versátil y cuenta con diversos elementos de fácil acceso. El webzine permite que se dé la interactividad de forma tal que los buscadores puedan también ser mostradores y que los contenidos se generen por los mismos.

La fidelidad del medio se logra por la utilidad del mismo. El diseño de una herramienta amigable permitirá que los buscadores se sientan a gusto con el site, deseen regresar al mismo y recomendarle ilustralgo a sus contactos que pudiesen

estar interesados en los contenidos. La viralidad es parte importante de la promoción del webzine.

La capacidad de contagio, que pequeñas causas tengan grandes efectos y que el cambio no se produce de manera gradual, sino drásticamente a partir de cierto momento, son los tres principios que definen cómo se extiende el sarampión en el aula de un colegio o cómo ataca la gripe cada invierno. De las tres, la última es la más importante, pues da sentido a las otras dos y nos permite comprender cómo tienen lugar hoy los cambios sociales. Ese momento concreto de una epidemia a partir del cual todo puede cambiar de repente se denomina tipping point, que en español se puede traducir como punto clave o punto de inflexión. (Gladwell, 2007 : 17)

2.2.4 Tecnología del Medio

- **Redes de transmisión o distribución**

Tomando en cuenta la naturaleza del medio, la distribución del mismo se da a través de la web. Para poder acceder a este, debe haber una conexión con la red de redes, Internet.

- **Soportes: aparatos de emisión y recepción**

Hace algunos años era posible describir la estructura del aparato, puesto que sólo se accedía a Internet a través de las computadoras personales. Sin embargo, gracias a los avances y al desarrollo tecnológico, hoy día es posible conectarse a través de diferentes equipos: computadoras fijas, laptops, celulares, televisores, consolas de video juegos, y otros.

El tamaño, las dimensiones y las superficies de las distintas pantallas, varían de acuerdo al aparato que se esté utilizando.

2.2.5 Lo Multimodal y su segmentación

- **Multimodalidad del medio y su relación con el soporte**

La estructura del medio estará constituida por diferentes ventanas y secciones: la pantalla está conformada por diversos elementos: foros, noticias, videos, imágenes, salas de chat y otros.

- **Multimodalidad de la forma textual y su relación con la multimodalidad del medio**

En este caso particular, no aplican las formas fabricadas previamente para conceder un espacio. En cuanto a la forma textual, esta se elaboró de acuerdo a los criterios de producción de una revista web: imágenes, videos, textos, gráficos, etc.

2.2.6 Modelo de Interactividad del Medio

- **Interno**

En un primer momento, el mostrador y el mediador están representados por la misma persona, puesto que es necesario colocar algunos contenidos que sirvan de base para que los usuarios generen contenidos.

Sin embargo, para establecer la comunicación de los administradores con los mostradores, fueron creadas una serie de normas y parámetros que se encuentran en el webzine y que permiten el mejor funcionamiento del mismo.

- **Externo**

Se establece un sistema mediante el cual los buscadores y mostradores pueden interactuar. La idea es que los foros sirvan para discutir temas de interés, pero

también para colocar las inquietudes de cada miembro. Asimismo, los chats y otras formas de interacción forman parte importante del site.

- **Interactividad e interacción mediática**

Los buscadores no son en este caso, espectadores. Una de las ventajas de trabajar bajo el contexto de la web 2.0, es que supone la interactividad y la participación, de forma tal que las audiencias puedan convertirse a su vez en mostradores siendo capaces de generar sus propios contenidos.

Por lo tanto, los mostradores existirán en tanto que deseen ser productores de los elementos que conformarán el webzine.

- **La programación**

Para lograr que el diseño de la herramienta sea versátil, ha sido necesario programar los distintos medios que se desea formen parte del webzine: imágenes, videos, audio, textos, foros, chats, y otros. De igual forma, hay que seguir ciertos parámetros para que se respete el término de revista web y evitar que siga siendo una página común.

- **La tecnología del medio**

Se construyó una base de datos de ilustradores que permite crear redes para captar al público interesado en el tema. El webzine es multimedia y para su desarrollo, fue necesario emplear un lenguaje de programación.

- **La comercialización del medio**

En principio, se está diseñando un medio alternativo sin fines de lucro, aunque más adelante se podría pensar en hacerlo privado y, para ello, sería necesario promover marcas en campañas comerciales que permitan obtener ganancias para mantener el medio en funcionamiento.

- **El mediador como gestor y director del medio**

Como se señaló anteriormente, en un principio, el mediador realizará el papel de mostrador puesto que es necesario colocar algunos contenidos que sirvan de base para generar otros por los que deseen ser mostradores.

Además, este medio permite que se dé la interactividad de forma tal que los buscadores puedan también ser mostradores y que los contenidos se generen por los mismos.

- **Principales problemas establecidos que bloquean la mediación**

Uno de los principales problemas o amenazas para crear la mediación entre mostradores y buscadores es el hecho de que pueda surgir competencia y que otro medio ofrezca algo mucho más completo que genere la pérdida de interés por parte de los usuarios. De la evaluación que hemos realizado esto resulta poco probable. Además en la medida en que aumenta la participación en la webzine se minimizan las posibilidades de que aparezca un competidor. Los resultados de la entrevista son elocuentes, denotan un gran interés de los aficionados a participar y fortalecer este medio de comunicación.

- **Principales oportunidades detectadas para implantar nuevas posibilidades de mediación**

Se considera que una de las ventajas detectadas para crear este nuevo medio tiene que ver con que existe un mercado importante que ha estado desatendido. Evidencia de ello la encontramos en las respuestas a las entrevistas, que señalan que en la actualidad no existen muchas revistas digitales que ofrezcan todas las herramientas que posee el medio que se está desarrollando y que a su vez sirve de punto de encuentro para aficionados a la ilustración sin límites espacio-temporales.

2.3 Discurso

Quién habla, a quién se le habla en el discurso del medio y a través de quién se genera el contacto o la relación de mediación que se establece entre los actores descritos en la tipología.

2.3.1 Tipología del Discurso

- **Discurso Programado**

Ilustralgo contiene diferentes secciones: chat, foros, fotografías, videos y noticias importantes a los que tendrán acceso los usuarios.

- **Discurso de Promoción**

El medio se promociona a si mismo por estar abierto al acceso del público pero, al mismo tiempo, fue necesario crear bases de datos de las personas que se considera pueden estar interesadas en acceder al webzine para promocionarles este medio de forma directa.

3. Planificando la Estrategia

El diseño de un sitio WEB exige de un proceso de planificación estratégica y, en consecuencia, requiere de una serie de pasos y fases sin cuyo cumplimiento resulta imposible alcanzar los resultados concretos en cuanto a lo que se desea realizar. La primera fase del proceso es la definición precisa de aquello que se desea obtener, el diseño del producto que se pretende lograr.

En este trabajo, la primera fase consistió en la elaboración de una serie de bocetos, primero en papel, con el propósito de plasmar la idea inicial de aquello que se quería obtener. Esto que a primera vista resulta sencillo, no lo es tanto. El resultado que se perfiló debía reunir, entre varios requisitos, el de ser un producto innovador.

Para la definición del primer bosquejo del producto, se realizó una búsqueda en diversas revistas web. La consulta realizada arrojó resultados poco alentadores para los fines propuestos dado que se estaba buscando que el diseño fuera innovador dentro de lo que comúnmente se conoce como webzine. Se observó que cerca del 80% de las revistas consultadas repetían un mismo patrón, mantenían la estructura de una revista tradicional, con la diferencia de que ahora se hacía en formato digital.

Los resultados obtenidos en la búsqueda no satisfacían los requerimientos del producto que se quería diseñar. Se decidió implementar algo distinto, capaz de romper con los esquemas de lo que generalmente es una e-zine. Para eso, era

necesario alejarse del diseño habitual que convierte al sitio web en una prolongación de la revista en formato digital.

El diseño construido supera el molde tradicional en cuanto a formato. En los párrafos que siguen más adelante se detallará en que consiste la innovación y la ruptura con los esquemas convencionales. Tal y como se señaló en capítulos anteriores, y ese es el punto de partida, lo que determina una revista web no es el formato. Es por esta razón que el diseño se concentra en optimizar las ventajas que ofrece el webzine en cuanto a la disposición y el manejo de los contenidos junto con la interactividad y aprovechar todas las ventajas y facilidades que ofrece la Web 2.0.

Precisamente, centrar el diseño del producto aprovechando las facilidades antes señaladas, conllevó a la necesidad de invertir un tiempo precioso, horas de análisis y discusiones, múltiples reuniones con programadores e ilustradores para determinar los elementos que debía contener la página. El resultado de estas reuniones permitió esbozar con mayor precisión y claridad el mapa del sitio antes de siquiera comenzar a diseñar frente a la computadora.

La fase inicial consiste en explicar la identidad de los mediadores y cuál es el objetivo de **www.ilustralgo.com** para que se dé el proceso de identificación. Es indispensable este espacio que permite que el usuario se ubique en cuanto llegue al sitio.

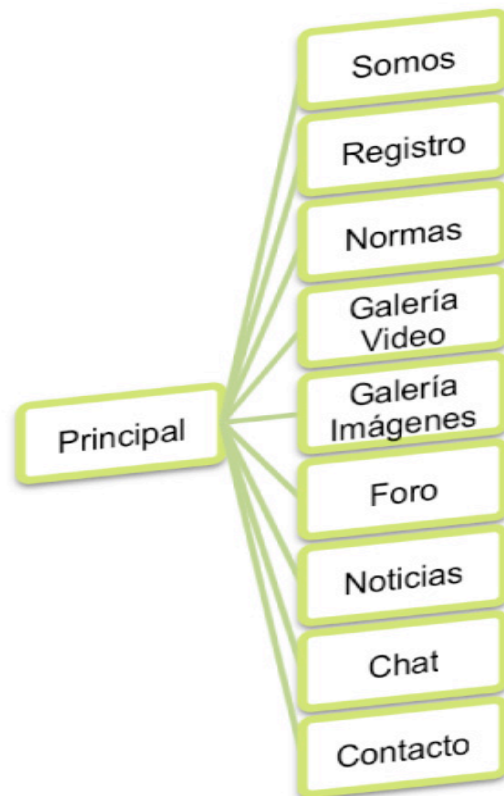
La interactividad de la página hace que sea imprescindible la construcción de una base de datos de la comunidad a la que está dirigida. Del mismo modo, los usuarios interesados en formar parte de la comunidad, una vez registrados, podrán publicar imágenes, bocetos, videos e información acerca de su trabajo o de cualquier otro material referente al tema. Por lo anterior, se desarrollaron las galerías.

Por otra parte, y como algo fundamental para mantener el concepto de comunidades por afinidad, era imprescindible idear una forma de interacción entre los miembros de esta comunidad de ilustradores. Por esto se pensó en el foro, que permite la discusión y el desarrollo de temas específicos; y en el chat interno, para que los diferentes públicos puedan hablar mientras están conectados en la red.

Además, es importante establecer elementos que sean actualizables y permitan mantener informados a los miembros de la comunidad de ilustradores, por esto se colocó un espacio de noticias. De igual forma, es necesario construir vínculos con los administradores del medio, por lo que se creó el espacio de “contacto” para que los usuarios puedan enviar sugerencias, preguntas o manifestar sus inquietudes.

En el siguiente gráfico se presenta la estructura, también conocida como organigrama, del sitio que contiene los diferentes espacios y/o links que posee el e-zine y la forma en la que estarán dispuestos dentro del mismo.

3.1 Mapa del Sitio



Después de definido lo anterior, empezaron a realizarse los diseños de forma digital. Con base en los bocetos se construyeron las diferentes pantallas que integran y conforman el site.

4. Diseñando

Dentro del diseño del webzine se deben considerar diversos elementos indispensables para su identificación y elaboración. En este estudio lo hemos establecido de la manera en que se describe a continuación.

4.1 Identificando-nos

Todo autor musical, de texto, o de cualquier obra, debe presentarse, se tiene que identificar para poder darse a conocer. El propio ser humano se diferencia del resto por tener un nombre propio que lo identifica. Lo mismo sucede con las diferentes organizaciones, deben tener una marca, un nombre propio que las identifique. De esta forma se da la identidad personal, la individual y la corporativa.

“La identidad del sujeto institucional constituye un sistema de mensajes complejo que puede manifestarse en todos y cada uno de los componentes de la institución, desde los creados y utilizados específicamente para identificarla, hasta aquellos elementos no esencialmente sígnicos, pero que connotan rasgos y valores de la identidad”. (Chaves, 2005 : 43)

Sin la existencia de un nombre que permita el reconocimiento del sitio web, será realmente difícil crear esa identificación fundamental entre el medio y las personas interesadas en él.

Cuando una persona natural o jurídica decide registrar alguna empresa o corporación, debe registrar en primer lugar el nombre de la misma. Lo mismo sucede con las páginas web. Es necesario cerciorarse de que el nombre esté disponible, al igual que la dirección URL; en los párrafos que siguen más adelante se detallará en qué consiste ésta última.

Cuando se habla de la Identidad Corporativa, la entendemos como el “sistema de signos visuales que tienen por objeto facilitar el reconocimiento de una empresa u organización de las demás” Costa (2007). Esta se apoya en diversos elementos:

- Lingüísticos: Representan el nombre de la empresa.
- Icónicos: Se refiere a la marca gráfica, al Logotipo.
- Cromáticos: Se refiere al color o colores que la empresa adopta como distintivo emblemático.

Además de lo señalado anteriormente, se considera indispensable lograr que los diferentes usuarios se identifiquen con la imagen del webzine.

“El concepto de identificación institucional puede desdoblarse en dos acepciones claramente diferenciadas:

- *Identificación en sentido estricto, es decir, el proceso por el cual la institución va asumiendo una serie de atributos que definen qué y cómo es y*

- *Denominación, o sea, la codificación de la identidad anterior mediante su asociación con unos nombres que permitan decir quién es esa institución*". (Chaves, 2005 : 43)

Para lograr que se estableciera un verdadero vínculo entre los diferentes usuarios y el sitio web, fue necesario elaborar un logotipo que sirviera de imagen del webzine y que permitiera la identificación del mismo por parte de todos los públicos existentes.

Cuando se piensa en alguna empresa, ésta generalmente se reconoce de forma inmediata por la marca que la identifica y suele estar representada por un logotipo. Varios autores coinciden al decir que el logotipo es una unidad gráfica que sirve para representar un producto, una institución.

Existe en la actualidad un sin fin de definiciones de esta palabra. Sin embargo, la que más se asemeja a lo que consideramos debe ser un logotipo, es la siguiente:

“El logotipo aparece así como un segundo plano de individualización institucional, análogo a lo que en el individuo es la firma autógrafa respecto de su nombre. El logotipo puede definirse entonces como la versión gráfica estable del nombre de la marca” . (Chaves 1994)

Logotipo:



Luego de una extensa búsqueda, y partiendo de los significados de cada uno, fueron seleccionados los colores que formarán parte de la imagen del Webzine: verde y negro.

El color verde es tranquilo y sedante, es el color de la calma indiferente. Representa el honor, la esperanza, el reposo, la cortesía y evoca el frescor y la naturaleza. Sugiere aire libre. Este color libera el espíritu y equilibra las sensaciones. Además está equilibrado porque está compuesto por un color cálido, amarillo, y uno frío, el azul y significa realidad.

Por su parte, el negro es el símbolo del silencio, y representa la nobleza, pudor, honestidad, seriedad y elegancia.

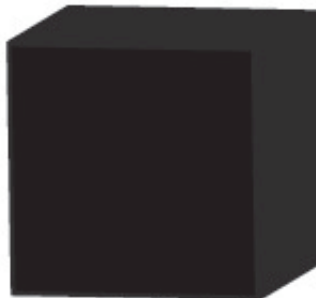
A continuación se presentan los colores seleccionados con sus respectivas propiedades dentro de la gama RGB.



R = 140
G = 198
B = 63



R = 191
G = 215
B = 48



R = 35
G = 31
B = 32

Debido al tipo de medio que se diseñó, consideramos que la identidad del site debe estar constituida principalmente por una imagen que se represente mediante elementos tipográficos. Las letras seleccionadas para la elaboración del logotipo fueron: Luna Bar y Hand of Sean por tratarse de letras decorativas que simulan una caligrafía amateur que se puede relacionar con la ilustración por el trazo a mano alzada.



Luna Bar



Hand Of Sean

4.2 Diseño Gráfico Digital

La página Web que se diseñó es una representación de una habitación o espacio que podría ser perfectamente el lugar de trabajo de un ilustrador. En el caso particular de los ilustradores, luego de haber conversado con ellos, se observó que requieren de los medios convencionales como libros de dibujo, carbonillos, lápices de distintos modelos, computadoras para trabajar de forma digital y un sin fin de

herramientas más que les permita sentirse cómodos mientras hacen lo que les gusta, ilustrar. La habitación está compuesta por mesas y sillas de trabajo, herramientas de diseño y otros elementos determinantes que permiten que el espectador sienta que está entrando a un espacio “real”.

El diseño que se realizó fue poco convencional. Se trató de recrear un espacio cálido que permitiera a su vez que los ilustradores y cualquier otra persona que ingresara al sitio se sintieran como en su casa u oficina; un lugar que va más allá de lo que generalmente se ve en la web pero que, al mismo tiempo, atrapa por el simple hecho de no ser habitual.

Hoy en día, se maneja el concepto de que lo que se encuentra en 3D se aproxima más a nuestra realidad. Se puede observar con los avances en los videojuegos, las películas animadas e incluso en los parques de atracciones. Pareciera entonces que, cuanto más parecidas son las dimensiones y el espacio a lo real, más se identifican las personas con el mismo.

Por lo anterior, la imagen del sitio está hecha en un diseño de 3 dimensiones ya que de este modo la apariencia cambia. Los elementos parecen de verdad y permite el juego entre lo virtual y lo real, buscando una mayor aceptación del público.

“De hecho, vivimos en un mundo de tres dimensiones. Lo que vemos delante de nosotros no es una imagen lisa, que tiene sólo largo y ancho, sino una expansión con profundidad física, la tercera dimensión. El suelo que hay bajo nuestros pies se

extiende hasta el horizonte distante. Podemos mirar directamente adelante, hacia atrás, hacia la izquierda, hacia la derecha, hacia arriba, hacia abajo. Lo que vemos es un espacio continuo en el que estamos incluidos”. (Wong, 1995 : 237)

En cuanto a los íconos, se trató de mantener el concepto que se quería desarrollar incorporándolos al diseño y permitiendo que se diera de forma más efectiva la interactividad. Por esta razón, los botones del sitio están representados por los mismos elementos que se encuentran dispuestos en la habitación; computadora, celular, libreta de dibujo, papeles sobre el corcho, cuadro, teléfono, periódico y otros.

4.3 Color

Varios autores coinciden al decir que los colores se clasifican en cálidos y fríos, entendiendo por tonos cálidos a aquellos que asociamos con el fuego y la luz solar: amarillos, anaranjados, rojos, marrones. Por su parte, los tonos fríos son los que asociamos con el agua, la naturaleza: azules, verdes.



Círculo Cromático = Temperatura del Color

“Los términos "cálido" y "frío" se utilizan para calificar a aquellos tonos que connotan dichas cualidades; estos términos se designan por lo que denominamos "temperatura de color". Las diferencias entre los colores cálidos y los fríos pueden ser muy sutiles. Por ejemplo, el papel blanco puede parecer más cálido o más frío por una leve presencia de rojo o azul. Lo mismo ocurre con el gris y el negro”. (Clapissa : 6)

Los tonos utilizados en la página web fueron principalmente cálidos. El rojo de las paredes, la silla y el sofá; el marrón del piso, la alfombra y las diferentes

maderas de los muebles; ambos destacan y resaltan en el diseño que se realizó. Sin embargo, no sólo se utilizaron estos colores. También se combinó con la utilización de colores fríos propios de algunos de los elementos de la página.

“Las sensaciones cálidas/frías afectan también la ilusión espacial en un diseño. Debido a que los tonos cálidos parecen avanzar mientras los tonos fríos parecen alejarse, la calidez o frialdad de los elementos en un diseño puede expresar eficazmente un espacio. Los tonos pueden mezclarse para conseguir una transición regular entre sensaciones cálidas y frías. En una determinada fase de la mezcla, el color quizá no muestre ninguna inclinación hacia la calidez o la frialdad”. (Wong, 1999 : 73 y 74)

La iluminación también fue fundamental en la elaboración del webzine. Dado que la idea era recrear un espacio en 3D, sin la utilización y los juegos de iluminación en ciertos elementos, lo anterior no habría sido posible. Por lo tanto, la luz y la oscuridad en el diseño del webzine fueron determinantes.

4.4 Tipografía

Para la página se seleccionó una tipografía sencilla que permite que la lectura se dé fácilmente sin cansar la vista: Arial Narrow. Este tipo de letra, conocida como

sans serif o palo seco, es el más recomendado cuando se trabaja de forma digital, porque a través de una pantalla se ven mucho más limpias.

ARIAL NARROW REGULAR

ARIAL NARROW BOLD

“A pesar de ser casi idéntica a la Helvética en proporciones y peso, el diseño de Arial es una variación de la serie Grotisque de Monotype y fue concebida para ser usada en computadora, más que para ser leída en papel. Este tipo de letra tiene cambios sutiles en la forma y el espacio entre las letras con el fin de hacerla más apta para ser leída en una pantalla a varias resoluciones”. (Información disponible en: www.wikipedia.com)

Tal y como se señaló en el segundo capítulo, la selección de esta letra se debió, entre otras cosas, al hecho de que existen algunas limitaciones que se deben tomar en cuenta. Por esta razón, se optó por trabajar con una fuente común a Mac y Pc disponible en todas las computadoras. Sin embargo, la tipografía también se convirtió a curvas, para que los usuarios la puedan ver sin importar que ésta esté instalada o no en el computador de los mismos.

5. Estructurando – Con las herramientas en la mano

Después de culminada la fase de elaboración, se buscó la manera de colocar el sitio web en funcionamiento a través de Internet. Para eso, fue necesario asignar un dominio y conseguir el hospedaje.

El dominio es el nombre que se le asigna a la página, en este caso, **www.ilustralgo.com**, también se conoce como la dirección URL (Uniform Resource Locator). Es el nombre que identifica al sitio web y lo diferencia de los demás. Sin éste, no habría forma de acceder al site.

Cuando se habla del hospedaje, se refiere al espacio que ocupa el sitio web dentro de un Servidor. “La definición de Hospedaje web, es en realidad una analogía al Hospedaje en Hoteles o habitaciones donde uno ocupa un lugar específico, en este caso la analogía hospedaje web u hospedaje de páginas web, se refiere al lugar que ocupa una página web, sitio web, sistema, correo electrónico, archivos etc. en Internet o más específicamente en un servidor que por lo general hospeda varias aplicaciones o páginas web”. (Información disponible en: www.wikipedia.com)

Para el desarrollo del site, fue necesario seleccionar un nombre de dominio acorde con el de la página para crear unidad en cuanto a la identidad del webzine. De igual forma, se buscó el hospedaje para ubicarla en un servidor y tenerla disponible en la red de redes, Internet.

6. Y con ustedes: Ilustralgo!

- **Página Principal**



La página principal es la recreación del estudio de un ilustrador. Contiene diferentes elementos estáticos y animados, estos últimos permiten una mayor interactividad entre el medio y el usuario. En su mayoría, estas formas animadas son botones que llevan a otras páginas del site, sirven de link para llegar a otro lugar.

Los símbolos que sirven de botón

- **La libreta de dibujo:** representa el cuaderno comúnmente utilizado por los ilustradores para realizar sus obras. Sirve de botón para llegar a la galería donde se encuentran los diferentes álbumes de imágenes.

- **La computadora:** representa el tema digital y los avances tecnológicos. Este botón lleva a la galería de videos.

- **El cuadro:** contiene el logotipo que identifica el site. Al seleccionarlo se verá una breve descripción de quiénes somos.

- **El Ipod:** a través de éste botón se puede controlar la música del sitio web. Con un toque el usuario podrá encenderlo o apagarlo de acuerdo a su gusto.

- **El periódico:** para mantenerse informado. Con un solo clic, se podrá llegar a la página de noticias.

- **El celular:** como el BB (Blackberry) está de moda por su chat gratuito, les ofrecemos exactamente lo mismo. Si seleccionan este botón podrán chatear con las personas pertenecientes a su comunidad que también se encuentren conectados.

- **La entrada:** para participar en el foro se debe hacer clic en este botón.

- **La hoja con el formulario:** el registro es indispensable para formar parte de esta comunidad. Con este botón se puede acceder al registro.

- **El teléfono:** es un botón que les permitirá a los usuarios comunicarse con los administradores.

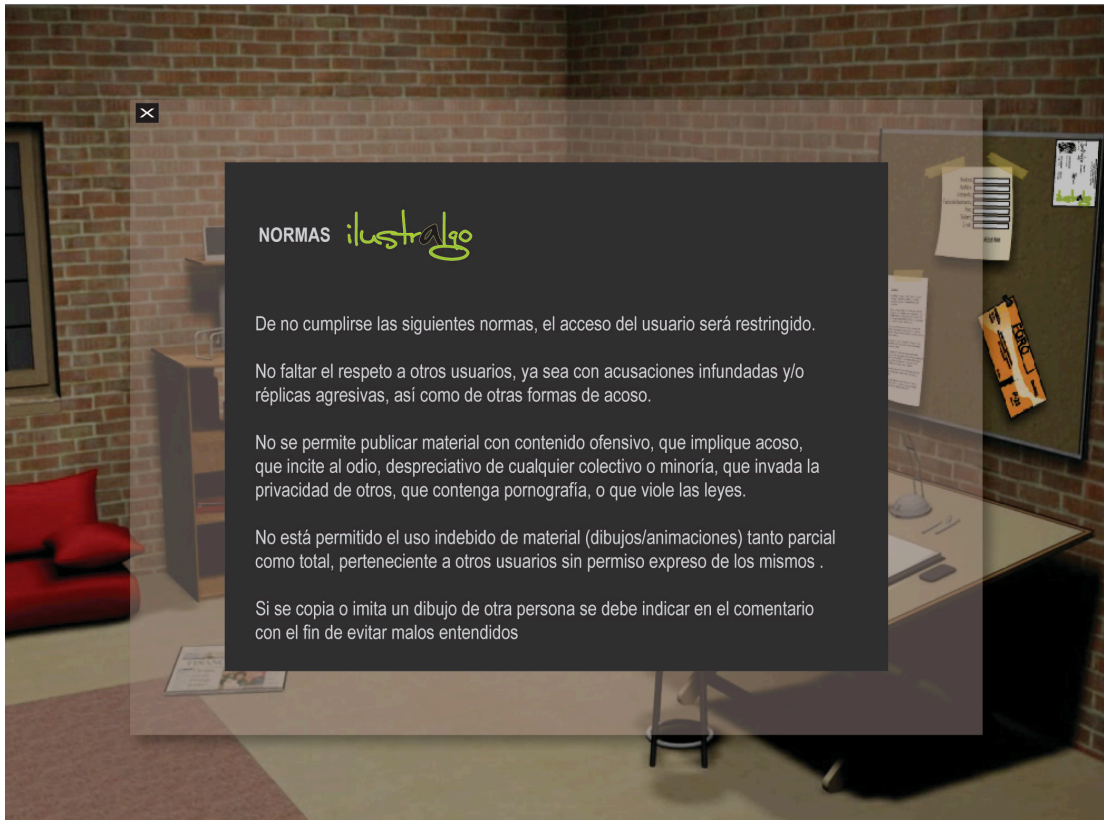
- **La hoja con las normas:** se selecciona este botón para saber las normas que deben seguir los interesados en formar parte de ésta comunidad.

- **¿Quiénes Somos?**



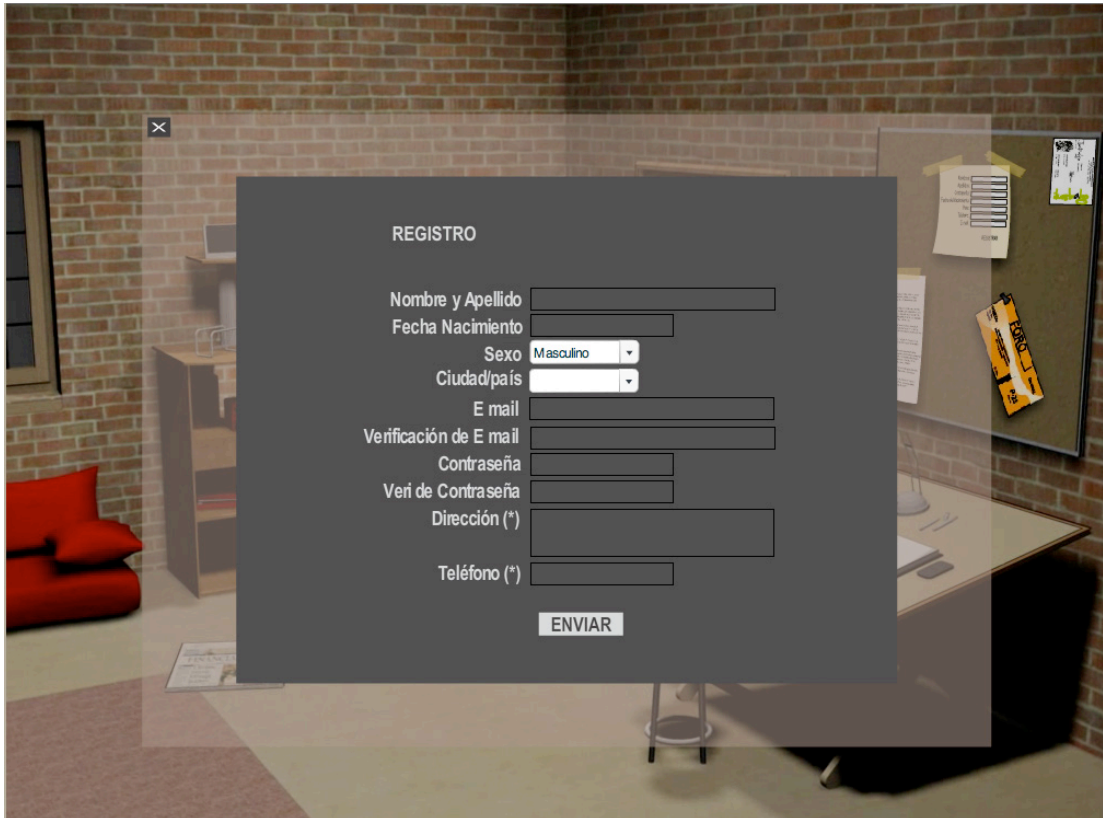
Al seleccionar el cuadro que tiene el logotipo que identifica a ilustralgo, se abre esta pantalla sobre la principal. Contiene una breve descripción de quiénes somos y cuál es el propósito del sitio.

- **Normas**



Al seleccionar la hoja que contiene texto que se encuentra en el corcho, se abre esta pantalla sobre la principal. Contiene los datos las normas a seguir para que el funcionamiento dentro del site se dé de forma efectiva.

- **Registro**

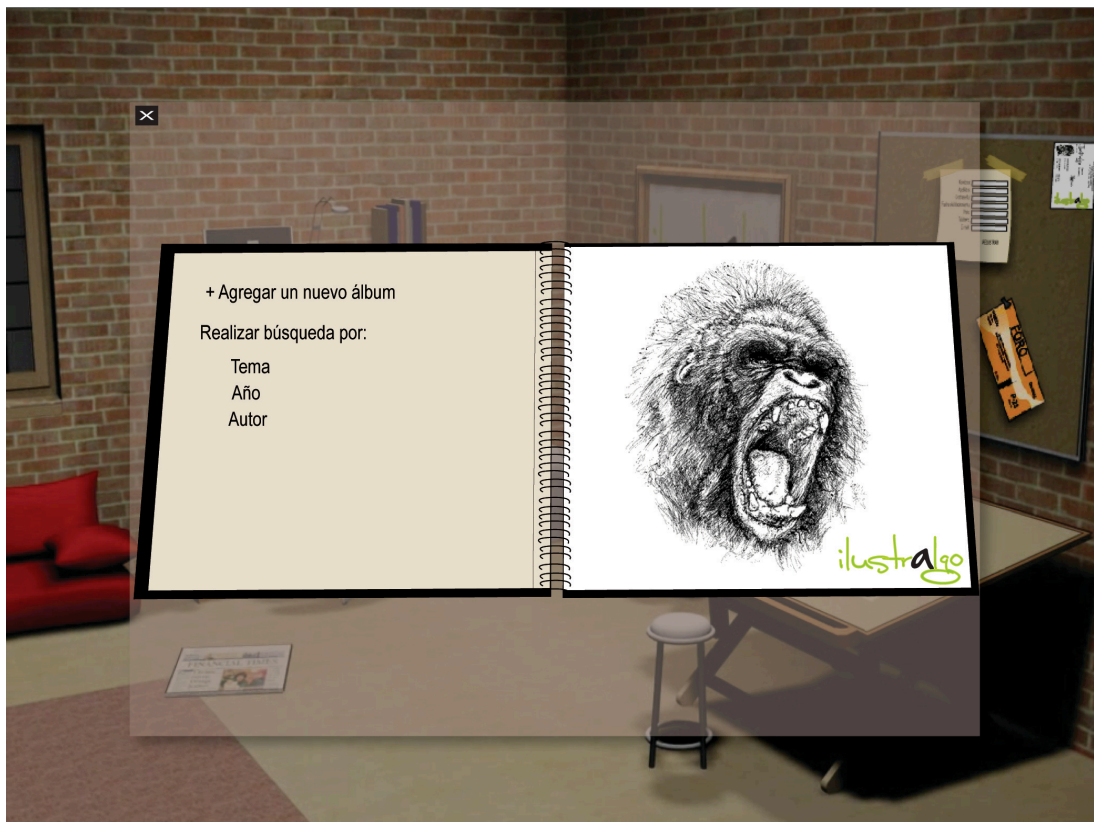


The image shows a 3D-rendered office environment with a brick wall, a desk, a chair, and a red sofa. Overlaid on this scene is a semi-transparent grey registration form titled "REGISTRO". The form contains the following fields and controls:

- Nombre y Apellido: Text input field.
- Fecha Nacimiento: Text input field.
- Sexo: Dropdown menu with "Masculino" selected.
- Ciudad/país: Dropdown menu.
- E mail: Text input field.
- Verificación de E mail: Text input field.
- Contraseña: Text input field.
- Veri de Contraseña: Text input field.
- Dirección (*): Text input field.
- Teléfono (*): Text input field.
- ENVIAR: Button at the bottom of the form.

Al seleccionar el formulario que se encuentra en el corcho, se abre esta pantalla sobre la principal. Contiene los datos del registro para formar parte de la comunidad.

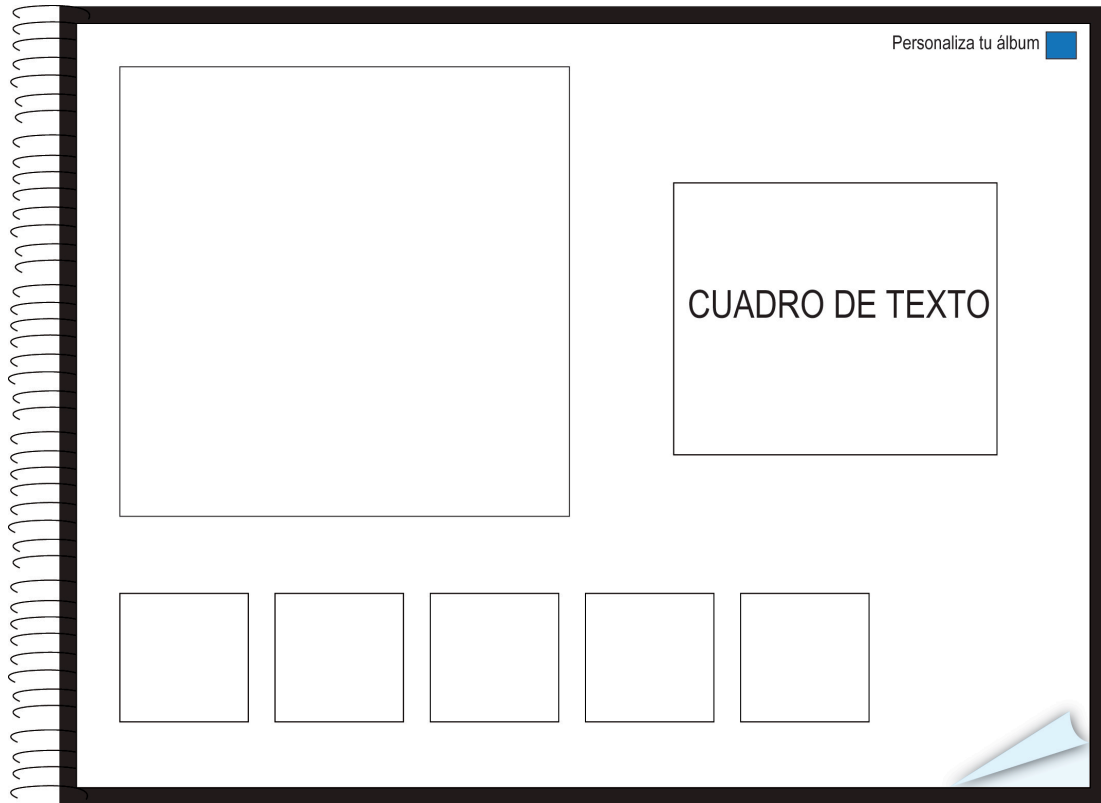
- **Galería de Imágenes**



Al seleccionar el cuaderno de dibujo que se encuentra sobre la mesa de dibujo, se abre esta pantalla sobre la principal. Contiene la opción de búsqueda de los álbumes y la de crear uno nuevo. El usuario debe estar registrado para poder montar sus trabajos.

Existen tres categorías de álbumes: autor, tema y año de producción.

- **Álbum de Imágenes**



Al seleccionar algún álbum en el cuaderno de dibujo, se abre esta pantalla. En la parte inferior se encuentran las imágenes en miniatura que lo conforman. Si éstas se seleccionan, se abrirán en un tamaño más grande en la parte superior izquierda. También existe la posibilidad de colocar algún texto descriptivo de la imagen y éste aparecerá a un lado de la misma.

En la parte superior derecha hay un recuadro con la opción de personalizar el álbum. Se puede seleccionar el color para el fondo de las hojas.

- **Galería de Videos**



Al seleccionar la computadora que se encuentra en el escritorio, se abre esta pantalla sobre la principal. En la parte inferior, se presentan las imágenes en miniatura de los diferentes videos. Si los seleccionas, se abrirán dentro de la pantalla del computador.

- **Foro**



Al seleccionar el ticket que cuelga sobre el corcho en la pared, se abre esta pantalla sobre la principal. Contiene la entrada o invitación al foro y se registra la fecha en la parte inferior de la misma. Si se hace clic sobre la palabra foro, se abrirá una nueva página.

- **Foro/ Temas**

www.ilustrago.com

Hola frankbriceno2
tienes 0 mensajes, 0 son nuevos.
Mostrar mensajes no leídos desde la última visita.
Mostrar nuevas respuestas a tus mensajes.
Abril 25, 2009, 08:14:19

Inicio Ayuda Buscar Editar Perfil Mis Mensajes Usuarios Salir

Webzine

General Category

General Discussion
Feel free to talk about anything and everything in this board.

2 Mensajes en 1 Temas Último mensaje Hoy a las 02:52:33 por frankbriceno2 en Re: Welcome to SMF!

Nuevos Mensajes No hay nuevos Mensajes **MARCAR TODOS LOS MENSAJES COMO LEÍDOS**

Webzine - Centro de Información

Estadísticas SMF

2 Mensajes en 1 Temas por 2 Usuarios. Último usuario: frankbriceno2
Último mensaje: "Re: Welcome to SMF!" (Hoy a las 02:52:33)
Ver los mensajes más recientes del foro.
[Más Estadísticas]

Usuarios en Línea

0 Visitantes, 1 Usuario
Usuarios activos en los últimos 15 minutos:
frankbriceno2
Máximo Online Hoy: 3. Máximo Online Siempre: 3 (Hoy a las 02:38:55)

Powered by SMF 1.1.8 | SMF © 2006-2008, Simple Machines LLC
Theme by Fussilet.com

Al entrar al foro, se abre esta página. Contiene todos los temas disponibles en el mismo y el número de personas que ha participado en cada uno de ellos.

- **Foro/Entrada**

The screenshot shows a forum interface for the website www.ilustrago.com. At the top right, a user named 'ariane' is greeted with the message: 'Hola ariane, tienes 0 mensajes, 0 son nuevos. Mostrar mensajes no leídos desde la última visita. Mostrar nuevas respuestas a tus mensajes. Abril 25, 2009, 08:29:43'.

A navigation bar contains icons for: Inicio, Ayuda, Buscar, Editar Perfil, Mis Mensajes, Usuarios, and Salir.

The forum breadcrumb is: Webzine > General Category > Prueba de foro > (Moderador: frankbriceno2)Pregunta. Navigation links include '< anterior próximo >'.

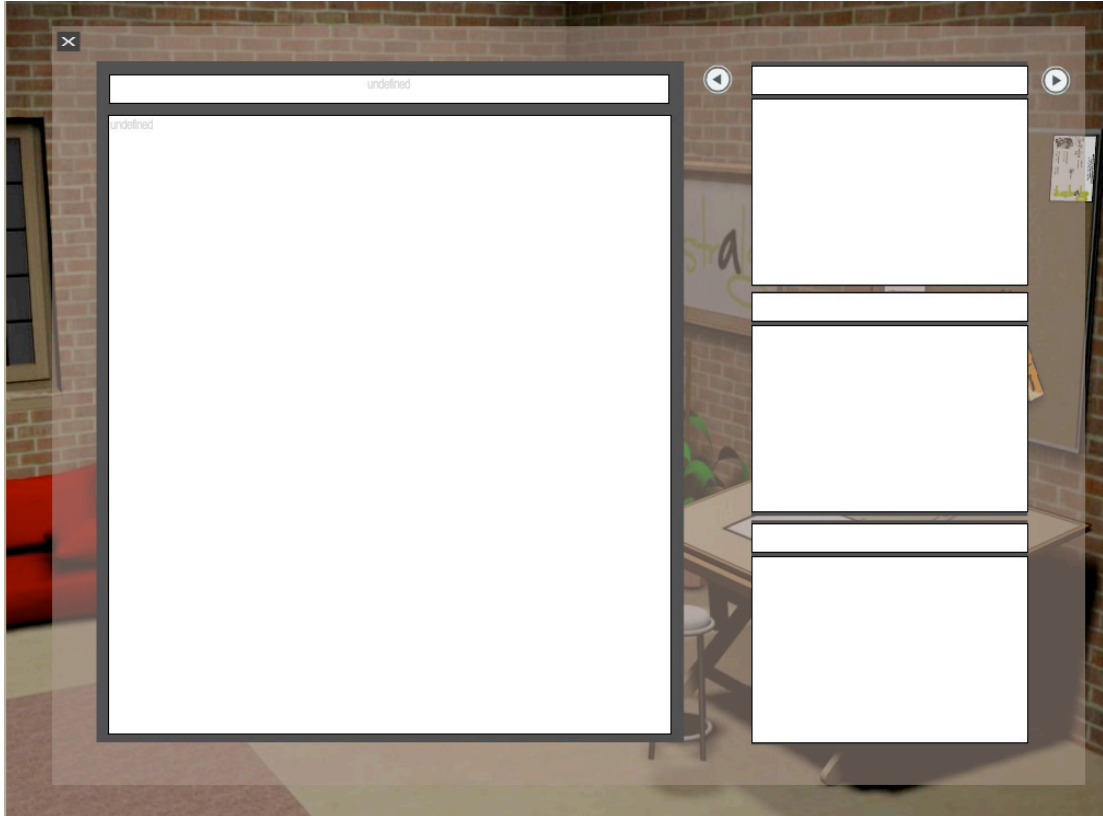
The main content area shows a thread with two posts:

- Post 1:**
 - Autor: frankbriceno2 (Moderator, Newbie, 2 messages)
 - Tema: Pregunta (Leído 2 veces)
 - Contenido: ¿Que les parece este foro?
 - Fecha: Hoy a las 08:27:33
 - Acciones: Citar, Reportar al moderador, En línea
- Post 2:**
 - Autor: ariane (Newbie, 1 message)
 - Contenido: Los admiro
 - Contenido: Me parece super, recontra finoooo
 - Fecha: Hoy a las 08:29:31
 - Acciones: Citar, Modificar, Eliminar, Reportar al moderador (IP: 200.109.46.139)

At the bottom, there is a search bar with the text 'Ir a:' and a search button. The footer states: 'Powered by SMF 1.1.8 | SMF © 2006-2008, Simple Machines LLC Theme by Fussilet.com'.

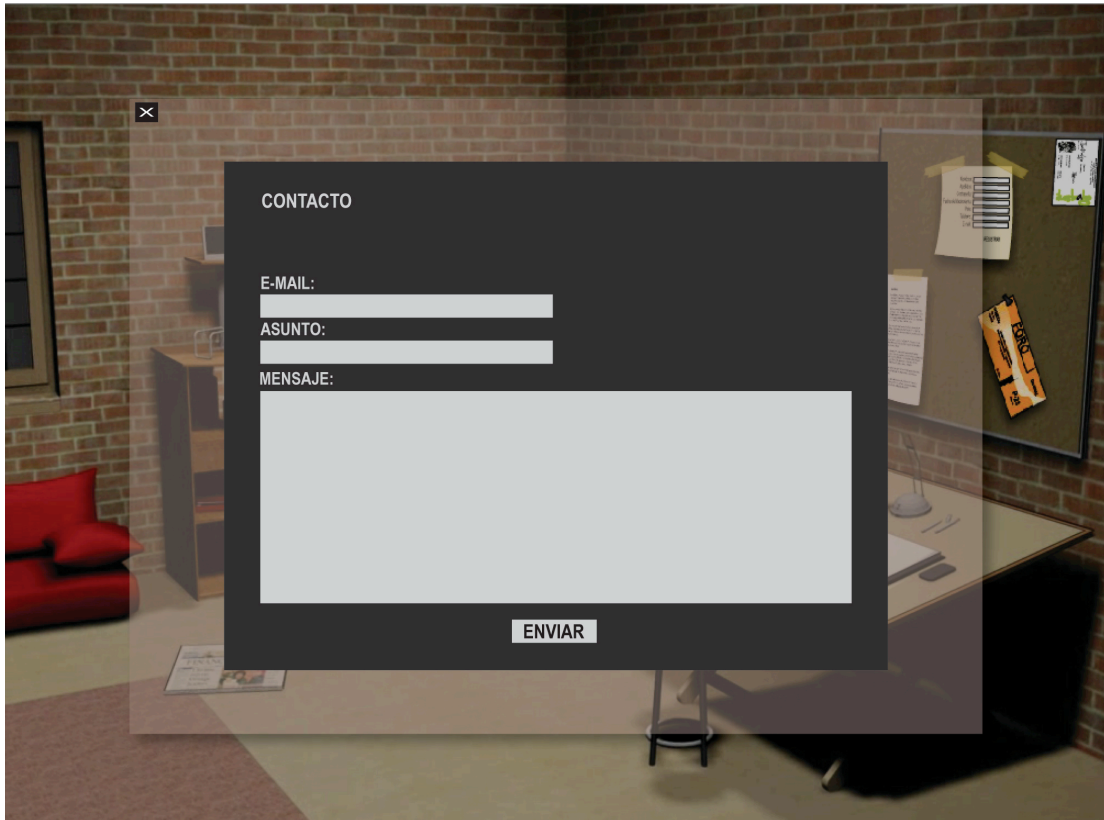
Si se ingresa en uno de los temas disponibles, aparecerán, en esta página, diferentes comentarios y los autores de los mismos.

- **Noticias**



Si se selecciona el periódico que se encuentra en el suelo de la habitación, se abrirá esta pantalla sobre la página principal. Contiene las vistas en miniatura de las noticias disponibles y una pantalla donde se podrá observar con mayor detalle luego de seleccionar alguna de las anteriores.

- **Contacto**



Al seleccionar el teléfono que se encuentra sobre el escritorio, se abrirá esta pantalla sobre la página principal. Contiene un formulario de contacto para que los usuarios se comuniquen con los administradores de la página.

CONCLUSIONES

En la actualidad la tendencia mundial de las comunicaciones está dirigida a atender públicos cada vez más específicos. Existen canales de televisión especializados en deportes, emisoras de radio en las cuales se escucha solamente noticias y periódicos que reflejan el acontecer de la esfera económica. Los medios electrónicos no escapan de esta realidad y cada vez más buscan satisfacer las demandas de audiencias muy bien definidas.

Hoy en día los adelantos tecnológicos avanzan a una velocidad vertiginosa y estos cambios exigen que los medios se mantengan a la par en cuanto a su uso y aprovechamiento. Las ventajas que ofrece la utilización de Internet en lo que respecta a variedad e inmediatez de la información y recursos, se ve multiplicada exponencialmente al contextualizarse en la web 2.0, ya que ésta ofrece las herramientas que permiten compartir y enriquecer la experiencia del usuario mediante la hipertextualidad y la posibilidad de interactuar con otros individuos con intereses comunes.

Los grupos sociales se forman a través de hilos relacionantes que van desde nexos familiares hasta vínculos determinados por el contexto social: actividades

afines, cercanía geográfica, gustos comunes, y muchos otros que conforman un complejo entramado que enriquece a la sociedad como un todo.

Las comunidades por afinidad deben aprovechar toda aquella forma de comunicación que optimice las relaciones entre sus miembros y dé la posibilidad de fortalecerse como grupo social enriqueciendo aquello por lo cual están reunidos. Todas las ventajas que ofrecen hoy en día las TIC'S contribuyen al crecimiento y desarrollo de estas agrupaciones sociales sin las limitantes espacio-temporales.

Gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación y en especial a los medios electrónicos que hacen vida dentro de la red de redes, los individuos que conforman comunidades por afinidad se convierten en protagonistas y productores de los contenidos publicados, por lo cual su rol como usuarios va mucho más allá de ser parte de una audiencia pasiva.

El medio elaborado no es nuevo, sin embargo, las características que presenta el webzine, le dan un valor agregado y se puede considerar innovador ya que es interactivo y se genera una nueva relación entre buscadores y mostradores, lo que sólo es posible bajo el contexto de la web 2.0.

Debido a lo antes mencionado, no se puede decir hacia dónde se pretende ir con el webzine pero si se puede señalar lo que se tiene, el diseño de una propuesta interactiva que va a enriquecer tanto al medio como a las comunidades por afinidad.

Con este proyecto se trata también de que los usuarios sean capaces de proponer y generar cambios y posibles mejoras del medio en cuanto a: contenidos, formas de trabajo y otros, por lo que la propuesta **ilustralgo** es perfectible.

El modelo de webzine que se propone en este trabajo especial de grado fue desarrollado con la intención de que pueda ser implementado por otras comunidades por afinidad, modificándose según los requerimientos de cualquier agrupación social específica.

En la medida en que más comunidades implementen medios de comunicación propios que fomenten la interrelación y el intercambio de información entre sus miembros, se obtendrán colectivos más conscientes de sus potencialidades y de lo que pueden aportar para el mejoramiento y desarrollo de la sociedad.

Ilustralgo es un entorno preparado y diseñado para fortalecer la participación y el intercambio libre y gratuito de información basado en las necesidades de los usuarios target con espacios únicos, complejos, pero a la vez intuitivos y fáciles de usar.

La evolución tecnológica está cambiando la forma de entender las relaciones sociales y de esto hay que estar conscientes a la hora de proyectar nuevos medios de comunicación. Hay que aprovechar al máximo los nuevos productos, servicios y aplicaciones online que posibilitan la libre creación de grupos, comunidades o redes sociales donde el norte sea gestionar y compartir la información.

GLOSARIO

- **Adobe:** conocida como Adobe Systems Incorporated. Empresa de software con sede en San José, California (EE.UU.). Fue fundada en diciembre de 1982 por John Warnock y Charles Geschke. Se destaca por sus aplicaciones de creación de páginas web, video e imagen digital. Algunos productos desarrollados por Adobe son: Freehand, Shockwave, Director, Flash Player, Acrobat Reader, Photoshop, Dreamweaver, Fireworks, etc.
- **ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network):** fue creada por encargo del Departamento de Defensa de los Estados Unidos ("DoD" por sus siglas en inglés) como medio de comunicación para los diferentes organismos del país.
- **CMYK (Cian, Magenta, Yellow, Black):** define los colores de forma aditiva, tal como funciona una impresora de inyección de tinta o una imprenta comercial de cuatricromía. El color en pantalla e impreso es muy distinto. Los sistemas de gestión de color en pantalla permiten que al menos los colores simulados en pantalla se parezcan lo máximo a los que se tendrán a la hora de imprimir.

- **DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency):** es una agencia del Departamento de Defensa de los Estados Unidos responsable del desarrollo de nuevas tecnologías para uso militar. DARPA fue responsable de dar fondos para desarrollar muchas tecnologías que han tenido un gran impacto en el mundo, incluyendo redes de ordenadores (empezando con ARPANET, que después se desarrolló como Internet), así como NLS, el cual fue tanto un sistema de hipertexto como un precursor de la interfaz gráfica de usuario contemporánea.
- **E.F.F (Electronic Frontier Foundation):** es una organización sin ánimo de lucro con sede en Estados Unidos con el objetivo declarado de dedicar sus esfuerzos a conservar los derechos de libertad de expresión, como los protegidos por la Primera Enmienda a la Constitución de Estados Unidos, en el contexto de la era digital actual. Su objetivo principal declarado es educar a la prensa, los legisladores y el público sobre las cuestiones sobre libertades civiles que están relacionadas con la tecnología; y actuar para defender esas libertades. La EFF es una organización con miembros que se mantiene a base de donaciones y cuya sede está en San Francisco, California, con personal en Toronto, Ontario y Washington DC.
- **FTP (File Transfer Protocol):** es un protocolo de red para la transferencia de archivos entre sistemas conectados a una red TCP, basado en la arquitectura cliente-servidor. Desde un equipo cliente se puede conectar a un servidor para

descargar archivos desde él o para enviarle archivos, independientemente del sistema operativo utilizado en cada equipo.

- **GIF (Graphic Interchange Format):** fue el primer formato de archivo aceptado por los navegadores de Internet. Hoy sigue siendo el formato gráfico más utilizado en la Red, en parte por su empleo para ingentes cantidades de elementos gráficos cotidianos como botones y colores de fondo.

GIF es un formato excelente para textos en mapa de bits, puesto que permite reducir el peso del archivo al limitar el número total de colores que emplea, y con frecuencia estos serán muy pocos.

- **JPEG (Joint Photographic Experts Group):** contienen información de color de 24 bits, lo que les permite alcanzar los 16.7 millones de colores. Emplean un método de compresión con “pérdidas” en el que parte de la información de la imagen se desecha en lugar de almacenarse de forma eficaz. Se utiliza una escala gradual para seleccionar el nivel de compresión. Los archivos JPEG son ideales para imágenes fotográficas pero no para colores planos, pues pueden dar lugar a desagradables efectos de moteado.
- **NSF (National Science Foundation):** es una agencia del gobierno de Estados Unidos independiente que impulsa investigación y educación fundamental en todos los campos no médicos de la Ciencia y la Ingeniería.

- **Navegador:** es un medio para navegar o “surfear” por la World Wide Web, no muy distinto de hojear las páginas de una revista o un libro. El navegador no es responsable de establecer la conexión con Internet, eso lo hace la utilidad integrada en el sistema operativo del ordenador.
- **PNG (Portable Networks Graphics):** permite una compresión sin pérdida con color indexado de 8 bits y color real de 24 bits, pero es un formato que nunca ha llegado a generalizarse del todo.
- **RGB (Red, Green and Blue):** dado que todos los datos que componen las imágenes de un ordenador son digitales, los monitores precisan de un método mediante el cual puedan simularse rápidamente todos los colores del espectro. El método empleado emite sólo los tres colores primarios que componen la luz blanca, a través de una retícula de píxeles. Mediante el uso de hasta 256 niveles distintos de intensidad de cada uno de los colores primarios para cada píxel, es posible alcanzar un total de 16.7 millones de colores ($256 \times 256 \times 256$).

En el sistema RGB, el color se define en términos de luz cromática: es decir, una mezcla de luz roja, verde y azul que, en combinación da todos los colores- luz como los de la pantalla o los focos de un escenario. Combinando los tres valores obtenemos todos los valores posibles.

- **TCP/IP (Transmission Control Protocol / Internet Protocol):** es la base de Internet, y sirve para enlazar computadoras que utilizan diferentes sistemas operativos, incluyendo PC, minicomputadoras y computadoras centrales sobre redes de área local (LAN) y área extensa (WAN).
- **Telnet (Telecommunication Network):** es el nombre de un protocolo de red, que sirve para acceder mediante una red a otra máquina, para manejarla remotamente como si estuviéramos sentados delante de ella. Para que la conexión funcione, como en todos los servicios de Internet, la máquina a la que se acceda debe tener un programa especial que reciba y gestione las conexiones.
- **URL:** significa Uniform Resource Locator, es decir, localizador uniforme de recurso. Es una secuencia de caracteres, de acuerdo a un formato estándar, que se usa para nombrar recursos, como documentos e imágenes en Internet, por su localización.

BIBLIOGRAFÍA

REFERENCIA FUENTES IMPRESAS

- Gill, M. E-zines. Exploring Online Magazines. (1ª ED.) Editorial Rockport Publishers, 200.
- Wong, W. Principios del Diseño en Color. (2ª ED.) Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona, 1999.
- Chaves, N. La Imagen Corporativa (3ª ED.) Editorial Gustavo Gili, SA, Barcelona, 2005.
- Wong, W. Fundamentos del Diseño (1ª ED.) Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona, 1995.
- Gordon, B. y Gordon, M. Manual de Diseño Gráfico Digital. Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona, 2007.
- Costa, J. (2007) Identidad Corporativa. Editorial Trillas.
- Castells, M. (1996). La era de la información (2ª ED.).Madrid: Alianza Editorial.
- Verdú, V. (1996). El planeta americano. (1ª ED.).Barcelona: Editorial

Anagrama S.A.

- Goode, William J. y Hatt, Paul K.(1982) Métodos de Investigación Social. (1ª ED.).México: Editorial Trillas.
- Piscitelli, A. (2002) Ciberculturas 2.0 (1ª ED.) Buenos Aires, Barcelona, México. Editorial Paidós.
- Castells, M. (2001). La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Madrid. Editorial Areté.
- Eco, Umberto. (1982) ¿Cómo se hace una tesis? Buenos Aires Argentina. Editorial Gedisa.
- Gladwell, M. (2007) El Punto Clave Estados Unidos. Editorial Taurus.
- Páez, T. (2008) Nuevas Tecnologías de la información en las PyME. Ediciones El Nacional.
- Maigret, E. Sociología de la Comunicación de los Medios. Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Scolari, C. Hacer Clic Gedisa Ediciones.
- Thompson, J. Los Media y la Modernidad. Editorial Paidós.

REFERENCIA FUENTES ELECTRÓNICAS

- Clapissa, C. Teoría del Color Castellón – España (Libro en línea) Bernicarló.
Disponible: www.netdisseny.com (Consulta: 2009, Marzo)
- Moreno, V. Psicología del Color y la Forma (Libro en línea) universidad de Londres. Disponible:
<http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/psicologia.pdf> (Consulta: 2009, Febrero)
- Wikipedia. Enciclopedia Libre. Disponible: www.wikipedia.com (Consulta: 2008 – 2009, Noviembre – Abril)
- Diccionario de la Real Academia Española. Disponible: www.rae.es (Consulta: 2009, Enero – Abril)
- Diccionario Informático. Disponible: www.alegsa.com.ar (Consulta: 2009, Marzo)
- Glosario. Disponible: www.alojate.com (Consulta: 2009, Febrero)
- Fanzines Palabras al Margen. (Revista Web) Disponible:
www.musicaenaccion.com/fanz.pdf (Consulta: 2009, Marzo)
- Artículo: Podemos Vivir sin Capitalismo. Disponible:

<http://www.cherada.com/articulos/podemos-vivir-sin-capitalismo-plan-para-ser-el-cambio-que-queremos> (Consulta: 2009, Febrero)

- Manual de Proyecto de Tesis. Disponible:
<http://www.scribd.com/doc/319885/Manual-de-proyecto-de-tesis> (Consulta: 2009, Febrero - Marzo)
- Encontrando Dulcinea. Disponible:
<http://www.encontrandodulcinea.com/inicio.html> (Consulta: 2009, Marzo)
- Internet: Evolución Histórica. Disponible: <http://www.economicas-online.com/interhis.htm> (Consulta: 2009, Febrero)
- EzineSearch. Disponible: <http://www.ezineSearch.com/search-it/ezine/> (Consulta: 2009, Enero – Febrero)
- Science Fiction Fanzine. Disponible:
http://www.absoluteastronomy.com/topics/Science_fiction_fanzine (Consulta: 2009, Enero)
- Ww2.El Universal.com.mx. Disponible:
http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_notas=22736&tabla=cultura (Consulta: Febrero)
- Ribes, X. El valor de los metadatos y la inteligencia colectiva. Disponible:

<http://www.campusred.net/TELOS/articuloperspectiva.asp?idarticulo=2&rev=7>

3 (Consulta: Enero)

- Wesch, M. The Machine is Us. Video disponible en:

http://www.youtube.com/watch?v=NLIgopyXT_g