



séDiseño

sitio para estudiantes de diseño



Pablo Nuñez

TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN | LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO
UNIVERSIDAD SIGLO 21 - CÓRDOBA 2005



Índice

Capítulo 1	9
1.1 Introducción	9
1.2 Tema	10
1.3 Problema	10
1.4 Justificación del Problema	10
1.5 Objetivo General	12
1.6 Objetivos Específicos	12
1.7 Marco Contextual / Referencial	13
1.7.1 Internet en Argentina	13
1.7.2 Universidad Empresarial Siglo 21	13
1.7.2.1 Carrera de Diseño Gráfico/Universidad Empresarial Siglo 21	14
Capítulo 2 - Marco Teórico	15
2.1 Internet	15
2.1.1 Definiciones	15
2.1.2 Características de Internet	17
2.1.3 Web	17
2.1.3.1 ¿Qué es una página Web?	19
2.1.3.1.1 Lenguaje HTML	19
2.1.3.1.2 Hojas de Estilo o Cascading Stylesheets (CSS)	20
2.1.3.1.3 Tipografía en pantalla	21
2.1.3.1.4 El Color en la Web	22
2.1.4 El usuario de Internet	23
2.1.4.1 Dirección de Lectura	23
2.1.4.2 Visualización	23
2.1.4.3 Recorrido por la pantalla	24
2.2 Diseño de Información	25
2.2.1 Definición y estructuras	25



2.2.2	Arquitectura de Información	27
2.2.3	Interfaz	28
2.2.3.1	Definición	28
2.2.3.2	Consideraciones	29
2.2.3.3	Cómo componer la interfaz	30
2.3	Diseño Gráfico	31
2.3.1	Definición	31
2.3.2	Funciones y características	32
2.3.3	Diseño Web	33
2.3.4	Diseño de Identidad Visual	34
2.3.4.1	Componentes de Identificación	35
Capítulo 3	- Marco Metodológico	37
3.1	Metodología del diseño gráfico / Proceso de Diseño	37
3.2	Búsqueda bibliográfica	40
3.3	Cuestionarios	40
3.4	Análisis de Sitios Web	42
3.5	Análisis del Plan de Estudio	42
3.6	Diseño de Identidad	42
Capítulo 4	- Desarrollo del Sitio	44
4.1	Problema	44
4.2	Definición del problema	44
4.3	Elementos del problema	44
4.3.1	Contenido	44
4.3.2	Diseño de identidad	44
4.3.3	Arquitectura de información	44
4.3.4	Interfaz	44



4.4 Recopilación y Análisis de datos	45
4.4.1 Contenido	45
4.4.1.1 Plan de estudio	45
4.4.1.2 Estudiantes y la currícula	49
4.4.2 Diseño de identidad	52
4.4.3 Arquitectura de información	54
4.4.4 Interfaz	58
4.4.4.1 Eyetrack	58
4.4.4.2 Colores utilizados	61
4.4.4.3 Tipografía	63
4.4.4.4 Resolución óptima para la navegación	64
4.4.4.5 Controles de navegación	65
4.5 Creatividad	66
4.5.1 Contenido	66
4.5.2 Diseño de Identidad	66
4.5.2.1 Conceptos	66
4.5.2.2 Nombre	68
4.5.3 Arquitectura de Información	69
4.5.4 Diseño de la Interfaz	69
4.6 Materiales – tecnologías	69
4.7 Experimentación, Modelos y Verificación	70
4.7.1 Diseño de Identidad	70
4.7.2 Arquitectura de Información	72
4.7.3 Diseño de Interfaz	73
4.8 Dibujos constructivos	74
4.8.1 Identidad Visual	74
4.8.3 Arquitectura de Información	78
4.8.2 Interfaz gráfica	79



Conclusiones	86
Anexo	88
5.1 Plan de la Carrera de Diseño Gráfico	88
5.2 Estudio de Eyetrack	89
5.3 Encuestas	90
Bibliografía	106



*Las DEDICATORIAS suelen parecerme aburridas, y
justamente por eso, para no aburrir, simplemente les
digo gracias a todos los que estuvieron conmigo el
tiempo que duró esta gran etapa de mi vida.
GRACIAS (de nuevo).*



1.1 Introducción

Las tecnologías cambian y cambia el mundo, o viceversa. Lo cierto es que no debemos dejarnos arrastrar por la ola, si queremos ser actuales y poseer herramientas para defendernos en el mercado cada vez más competitivo.

El objetivo es ser mejores profesionales, y uno debe forjarse bien desde abajo, desde la educación. Por esto la idea de diseñar un sitio Web para estudiantes de Diseño, porque es indispensable aprender y aplicarlo.

El presente trabajo tiene los objetivos planteados para ser una herramienta de ayuda importante en la formación académica de los estudiantes de diseño que la requieran.

A través de la Web se puede acercarse a una gran cantidad de potenciales usuarios. En primer lugar eso fue el disparador para tomar la decisión de diseñar un sitio Web en lugar de una revista. En segundo lugar, la retroalimentación que posee el medio digital es inmensamente mayor al gráfico. Imaginen la velocidad de respuesta que posee un foro en Internet y la que tendría en una revista.

Sin embargo, no se pretende dictar la carrera de Diseño Gráfico a través del sitio, sino ampliar la formación del estudiante, generar una comunidad que se ayude y produzca conocimiento para mejorar la disciplina.

En resumen, el presente Trabajo Final de Graduación, busca diseñar un Sitio Web destinado a estudiantes de diseño, teniendo en cuenta el contenido, la arquitectura de información y su interfaz gráfica. Se pretende además aportar al crecimiento de la profesión en cuanto a sus contenidos teórico-prácticos.

1.2 Tema

Diseño de un sitio Web para estudiantes de diseño.

1.3 Problema

¿Qué elementos gráficos y de contenido son necesarios para desarrollar un sitio Web orientado a estudiantes de diseño?

1.4 Justificación del Problema

El desarrollo de un sitio Web para estudiantes de Diseño nace de la necesidad constante de adaptar los contenidos de las currículas de la carrera de Diseño Gráfico a un mercado cambiante. La tecnología avanza a pasos agigantados y ofrece mejoras, entre otras cosas, para la reproducción en soportes ya conocidos, además de presentar alternativas a los mismos. Estos cambios traen como consecuencia el estudio constante de nuevas formas de comunicar y el cambio frecuente de soporte o de medio.

Cada institución educativa que ofrece en su actividad académica la carrera de Diseño Gráfico o Diseño de Comunicación Visual, debería ofrecer un contenido básico y general al alumno para que éste pueda desenvolverse como profesional de la mejor manera. A medida que pasa el tiempo los contenidos requeridos para afrontar las exigencias del mercado van cambiando. Entonces, a través de un sitio Web para estudiantes de diseño, se busca fomentar una comunidad de estudiantes que aporten y tomen conocimiento de esta herramienta digital para ampliar su formación académica.

Es de vital importancia que el contenido del sitio de respuesta a las necesidades reales que presentan los estudiantes de diseño. De esta forma se puede lograr el objetivo de ampliar la formación académica, exponiendo material de estudio no disponible en otros ámbitos.

La interfaz del sitio debe lograr adaptarse al usuario, en este caso estudiantes de diseño, para que la relación con el contenido sea directa y no se note la intervención de la misma. Se debe lograr dinamismo y precisión en la navegación.

Es menester aclarar que el presente trabajo, está basado en las opiniones de un grupo de veinte alumnos de

la Universidad Empresarial Siglo 21, quienes han sido encuestados a través de formularios vía Web. Dichos estudiantes se encontraban (al momento de la realización de las encuestas) en la etapa final de la Licenciatura en Diseño Gráfico.

La elección del diseño de un sitio Web radica en el creciente uso de Internet por parte de la sociedad, y en este caso, los estudiantes de diseño. Ellos mismos al ser encuestados opinaron que buscan información de diseño a través de Internet:



¿Buscas información relativa al diseño en Internet?

Además de esto cuando se les preguntó sobre la utilidad de un sitio que respondiera a las dudas de los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico, el 95% afirmó que sería de mucha ayuda y el 5% restante, emitió una duda debido a que el sitio no debería ser “uno más”, es decir que debe aportar algo distinto.

1.5 Objetivo General

Diseñar un sitio Web que funcione como una herramienta de información, en el que los estudiantes de diseño gráfico puedan ampliar su formación académica, con el objetivo de poder responder adecuadamente a los cambios tecnológicos y metodológicos de la comunicación visual.

1.6 Objetivos Específicos

Definir el contenido del sitio Web, ajustado a las necesidades de información del público objetivo.

Definir qué información será incorporada al sitio, en base a las necesidades que presente el público objetivo. A partir de ello organizar dicha información para agruparla en áreas de contenido que simplifiquen la búsqueda de la misma.

Diseñar el orden de la información con una interfaz intuitiva y clara.

Definir una interfaz que sea transparente y proporcione al usuario una herramienta potente para encontrar la información que desee.

Recopilar información.

Recopilar información sobre Internet, el Diseño Gráfico, el diseño de sitios Web, para otorgarle al Trabajo Final sustento teórico.

Clasificar y procesar información.

Clasificar la información obtenida de modo que se incluyan y excluyan informaciones según sean pertinentes o no, en cuanto al desarrollo del trabajo. A partir de ello interpretar y procesar los datos obtenidos para volcarlos correctamente en el texto.

Realizar encuestas al público objetivo.

Redactar encuestas y practicarlas al público objetivo de modo que se puedan comprender y estudiar las necesidades que poseen.

Extraer datos precisos de las encuestas.

Graficar los datos de las encuestas que resulten pertinentes para cumplir el objetivo del presente proyecto.

1.7 Marco Contextual / Referencial

1.7.1 Internet en Argentina

Al ser Internet el medio de comunicación elegido para diseñar una herramienta de información para estudiantes de diseño, se han relevado datos importantes en relación al uso del medio en nuestro país.

Según cifras del Indec¹, los accesos residenciales a Internet, en toda la Argentina, se han visto incrementados en un 15,1 % entre diciembre de 2001 y marzo de 2004. En total el número de usuarios creció de 1.544.552 a 1.777.577. Vale aclarar que en este muestreo se han tenido en cuenta sólo los accesos residenciales, es decir que quedan fuera de las estadísticas la cantidad de personas que acceden a Internet desde cybercafés y locutorios.

La distribución geográfica de los accesos residenciales arrojó como resultado que en la provincia de Córdoba, existían al 31 de diciembre de 2002, 81.237 conexiones.

En cuanto al perfil del usuario de Internet en Argentina, los datos arrojados en julio de 2000² afirman que el 70,9% de los mismos poseen estudios universitarios, ya sea completo o incompleto. En cuanto a los lugares de acceso, el 75,9% de los usuarios posee conexión desde el hogar y el 24,1% restante la tiene desde el trabajo.

Otro estudio³ afirma que de un total de 10,1 millones de hogares que existen en la Argentina, el 25,7% tiene una PC y el 14,9% posee una conexión a Internet. De este mismo estudio se proyectaba que hacia marzo de 2004 la cantidad de usuarios de Internet en nuestro país ascendería a 7.500.000, casi un 21% de la población total.

De los estudios anteriores podemos concluir que el uso de Internet en nuestro país está teniendo un crecimiento acelerado en los últimos años, a pesar de la crisis económica que lo afecta. Para el caso específico de este trabajo final de graduación es relevante el dato de la cantidad de estudiantes universitarios que acceden a la Web.

1.7.2 Universidad Empresarial Siglo 21

La Universidad Empresarial Siglo 21 es una institución sin fines de lucro creada en el año 1995 por la Fundación Universidad Empresarial Siglo 21 y tiene sede en la Ciudad de Córdoba, Argentina. Su principal objetivo es proveer educación superior de

[1] Instituto Nacional De Estadística Y Censos (INDEC) http://www.indec.mecon.ar/nuevaweb/cuadros/14/internet_11_04.pdf (Enlace activo en Diciembre de 2004)

[2] ARESCO, Julio Aurelio – Compañía Argentina Española de Consultoría <http://www.princecooke.com/mercado.asp> (Enlace activo en Diciembre de 2004)

[3] <http://www.spkrsbr.com/biblioteca/htm/pablotedescosabre2004.pdf> (Enlace activo en Diciembre de 2004)

alta calidad, y formar líderes emprendedores para su desempeño profesional en Córdoba y el país.

Misión de la Universidad Siglo 21:

“Formar líderes emprendedores, capaces de asumir posiciones de responsabilidad en la creación y distribución de la riqueza. Líderes que contribuyan a aumentar la eficiencia y competitividad de las organizaciones, y que aporten a lograr que el país sea cada vez más desarrollado, ético, solidario y equitativo.

Desarrollar la capacidad de resolver con investigación, los problemas que el país demande a la Universidad.”⁴

1.7.2.1 Carrera de Diseño Gráfico / Universidad Empresarial Siglo 21

La carrera de Diseño Gráfico de la UE Siglo 21 tiene 4 y 1/2 años de duración. El título final otorgado es el de Licenciado en Diseño Gráfico y el intermedio (a los tres años) es el de Técnico Universitario en Diseño Gráfico.

Sobre el perfil del egresado de la Licenciatura en Diseño Gráfico, la UE Siglo 21⁵, afirma que los estudiantes, al finalizar sus estudios, se encuentran aptos para responder a las necesidades de comunicación visual de las empresas modernas.

Prosiguen luego, afirmando que “...saben diseñar estrategias comunicacionales que permiten definir, concretar y evaluar diseños de imagen corporativa y publicitaria, realizando las piezas gráficas tanto manual como informáticamente y analizando los medios, costos, modalidades y efectos de cada campaña, íntegramente guiado por principios éticos que le permiten desenvolverse con idoneidad en los exigentes ámbitos laborales regionales, nacionales e internacionales.”⁵

La currícula de la Lic. en Diseño Gráfico, incluye Talleres de Diseño que comprenden las áreas de Identidad, Packaging, Editorial y Señalética. Cada una de ellas es cursada durante un cuatrimestre. Además de dichos talleres el plan de estudio se completa con otras asignaturas relacionadas a la formación del futuro diseñador.

El alumno también posee la oportunidad de elegir un número de materias electivas dónde prevalecerán sus intereses e inclinaciones por los distintos contenidos ofrecidos.

El programa de la carrera se adjunta en el Anexo.

[4] <http://www.uesiglo21.edu.ar/site/universidad/bienvenida.htm> (Enlace activo en Diciembre de 2004)

[5] http://www.uesiglo21.edu.ar/site/carre-ras/grado/disen_o_grafico.htm (Enlace activo en Enero de 2004)

Marco Teórico

2.1 Internet

2.1.1 Definiciones

“Internet es una red mundial de información, de características multiplataforma, de libre acceso en la mayoría de los países. Conceptualmente, Internet es una red de redes, y por esa razón su crecimiento es en cierta forma anárquico e incontrolable.”¹

Analizando por segmentos la definición anterior, encontramos distintos puntos donde detenernos. Cuando se afirma que “...es una red mundial de información...”, tenemos la primer clave de lo que es Internet: un medio global de comunicación, es decir, tiene la capacidad de llegar “a todo el mundo” (sin olvidarnos de las características tecnológicas que para ello son necesarias). La segunda característica que se presenta es “...de característica multiplataforma...”, y es muy importante ya que a pesar de la variedad de sistemas informáticos y tecnológicos que existen, Internet tiene el porte de poder ser usado en diferentes plataformas, por ejemplo: Windows, Linux o OsX (de Apple), y también teléfonos móviles, computadoras personales y/o palms.

Quizá decir “...de libre acceso en la mayoría de los países...”, es minimizar la forma en que el usuario puede llegar a conectarse, no es gratuito, y es necesario aclararlo, aunque es verdad que cualquiera que lo desee y posea los medios correspondientes, puede acceder a Internet. El último fragmento de la definición aporta que la Red es como un árbol que crece y se va ramificando tan rápidamente que no se puede tener control de la totalidad del sistema debido a su gran tamaño y diversidad.

Finalmente y para resumir el concepto en unas palabras, Internet se nos presenta como miles de computadoras en todo el mundo, conectadas entre sí, compartiendo información.

La siguiente definición nos aporta otro rasgo a destacar, veamos:

“Internet es, básicamente, millones de ordenadores conectados entre sí independientes unos de otros. Para que todos estos ordenadores puedan coexistir y comunicarse entre ellos, deben ponerse de acuerdo. Con este motivo fueron creados los Protocolos, que son reglas de

[1] Moya, Arturo & Santucho, Yanina. Tecnologías de Impresión. Editorial Copiar. IES Siglo 21. Córdoba, 2001, pág. 129.

comunicación que han de adoptarse para ser entendido por los otros ordenadores de la red.”²

Continuamos por la senda de miles de computadoras interconectadas, y se agrega el hecho de que deben entenderse. Existe un modelo de la comunicación³ que es aplicable a este razonamiento, ya que afirma que una información dada, que busca ser transmitida, posee una fuente y un destino, y para transferirla, es codificada por quién la envía y decodificada por quién la recibe. La codificación y decodificación del mensaje en Internet se realiza mediante el protocolo HTTP, quién tiene la tarea de mantener el mismo código en las comunicaciones. Las siguientes definiciones clarifican el significado del http:

- El Protocolo de Transferencia de Hipertextos, es el lenguaje estandarizado que usan las computadoras conectadas a la “World Wide Web”, para comunicarse entre sí.⁴
- El Protocolo de Transferencia de Hipertextos, es el protocolo base usado por la “World Wide Web”. HTTP define como son formateados y transmitidos los mensajes, y qué acción deben tomar en respuesta a varios comandos, los servidores y navegadores Web. Por ejemplo, cuando se ingresa una URL en un navegador, en el acto se envía un comando HTTP al servidor Web dirigido a encontrar y transmitir la página Web requerida.⁵

Como conclusión de estas dos definiciones, podemos decir que el HTTP es el lenguaje en que hablan los sistemas (es conveniente hablar de sistemas en lugar de computadoras debido a la naturaleza de multiplataforma de la Internet) que están conectados a la Web y gracias a esta comunicación podemos acceder a los contenidos y servicios que se ofrecen en la red.

Hasta aquí hemos hablado de Internet y del HTTP, del cuál afirmamos que es un Protocolo de Transferencia de HIPERTEXTOS. Lo que ha quedado pendiente hasta aquí es esto último, el hipertexto. Paloma Díaz, lo define como *“una tecnología que organiza una base de información en bloques discretos de contenido llamados nodos, conectados a través de una serie de enlaces cuya selección provoca la inmediata recuperación de la información destino.”*⁶

Podemos agregar que la información es organizada en modo no lineal y que sólo puede existir en medios digitales, puesto que no sería posible en ningún otro, debido a las

[2] http://www.iespana.es/mundointernet/como_funciona.htm (enlace activo en diciembre de 2004)

[3] Pignatari, Decio. Información, Lenguaje y Comunicación. Editorial Gustavo Gili, Edición Castellana, Barcelona, 1977.

[4] “(Hypertext Transfer Protocol) - The standard language that computers connected to the World Wide Web use to communicate with each other.” www.getnetwise.org/glossary.php (enlace activo en diciembre de 2004)

[5] “HyperText Transfer Protocol, the underlying protocol used by the World Wide Web. HTTP defines how messages are formatted and transmitted, and what action Web servers and browsers should take in response to various commands. For example, when you enter a URL in your browser, this actually sends an HTTP command to the Web server directing it to fetch and transmit the requested Web page.” www.wmo.ch/web/www/WDM/Guides/Internet-glossary.html (enlace activo en diciembre de 2004)

[6] Díaz, Paloma. De la Multimedia a la Hypermedia. Editorial Ra-Ma, Barcelona, 1990, pág. 3.

características técnicas de cada unos de ellos.⁷

Díaz habla de *bloques de contenido* a los cuáles llama nodos, y éstos son la unidad de información del hipertexto, y la conexión entre nodos se denomina enlace o en inglés, link.⁷

A pesar de la importancia de la estructura del hipertexto y del método de organización del mismo, Díaz afirma que lo más importante es la automatización que ofrece el sistema hipertextual a los medios digitales.⁸

2.1.2 Características de Internet

Podemos decir que las principales características de Internet son⁹:

- Su alcance mundial.
- La capacidad de lograr comunicaciones absolutamente independientes de plataformas, sistemas operativos, tipos de conexión y del software empleado.
- Está basada en un protocolo de red llamado TCP/IP, lo que permite la conexión de distintos tipos de dispositivos, no limitándose a computadoras.
- Sus contenidos no están regulados.
- Ofrece servicios variados, que permiten todo tipo de interacciones y el tráfico información está cerca de ser ilimitado.

De lo anterior tenemos varios puntos para resaltar. En primer lugar se vuelve a remarcar el gran alcance del medio, que sin duda es lo que pone a Internet al nivel de otros medios de comunicación.

Luego se puntualiza otra gran ventaja, que es el hecho de que se puede acceder a Internet desde cualquier plataforma y sistema operativo, tal como lo hemos mencionado anteriormente. En tercer lugar se hace referencia a los “protocolos” y se refuerza la idea de un sistema multiplataforma.

Como cuarto punto se menciona la libertad de publicación en cuanto a contenidos. En Internet no existe ningún tipo de restricción para publicar ningún tipo de contenido y si existiese realmente sería una muy ardua tarea, teniendo en cuenta la inmensidad del medio y que cada día se dan de

[7] Orihuela, José Luis & Santos, María Luisa. Introducción al Diseño Digital. Anaya Multimedia, Primera Edición, Madrid, España, 1999, pág. 38.

[8] Díaz, Paloma. De la Multimedia a la Hypermedia. Editorial Ra-Ma, Barcelona, 1990, pág. 5.

[9] Moya, Arturo & Santucho, Yanina. Tecnologías de Impresión. Editorial Copiar. IES Siglo 21. Córdoba, 2001, pág. 129.

alta miles de sitios en todo el mundo.

El último ítem hace referencia a la variedad de servicios que nos proporciona “la red”. Entre ellos podemos nombrar los siguientes:

- Web (World Wide Web)
- E-mail
- FTP
- Chat
- Mensajería Instantánea

2.1.3 Web

Como mencionamos en el apartado anterior, Internet nos ofrece distintos servicios. Sin embargo, vamos a centrarnos sólo en el de la Web (también llamada World Wide Web, o simplemente W3), que es donde podemos acceder a los sitios de nuestro interés a través de un navegador o browser (Ej.: Internet Explorer o Netscape).

Web, es otro nombre que a menudo se utiliza para la Internet, pero la W3 realmente se refiere a una parte del tráfico de Internet que produce que las páginas puedan ser vistas con un navegador. Los navegadores en ocasiones son llamados “Web Browsers” porque buscan por la Internet páginas que puedan ser mostradas. En un lenguaje convencional la Web es conocida como la “World Wide Web”, y las iniciales WWW soportan la información que podemos ver mediante navegadores accediendo a computadoras conectadas a la Internet.¹⁰

Un aspecto a resaltar es que, cuando la mayoría de las personas se refieren a la Internet, generalmente están pensando en la “World Wide Web”. La Web es básicamente una serie de documentos compartidos con el mundo, escritos en un lenguaje de código llamado “Hyper Text Markup Language” o HTML (Lenguaje de Marcación de Hipertextos). Cuando se ve una página Web, es debido a que el usuario ha descargado el documento de otra computadora que ha sido definida como un Servidor Web.¹¹

Las dos definiciones de W3 recién vistas, marcan la diferencia entre Internet y Web. La mayoría de la gente confunde Internet con la Web y minimiza los servicios

[10] “This is often used as another name for the Internet, but the web really refers to that part of the traffic on the Internet that produces pages that can be seen with a browser. Browsers are sometimes called Web browsers because they search throughout the Internet for pages that can be displayed. In conventional parlance the web is known as the World Wide Web, and the initials WWW stand for the materials that we can see using browsers to access computers connected to the Internet.”
courses.umass.edu/lombardi/edu03/gloss.html(enlace activo en diciembre de 2004)

[11] “The World Wide Web. When your average person on the street refers to the Internet, they’re usually thinking of the World Wide Web. The Web is basically a series of documents shared with the world written in a coding language called Hyper Text Markup Language or HTML. When you see a web page, [...] you downloaded a document from another computer which has been set up as a Web Server.”
www.cwru.edu/net/guide/basics/glossary.html(enlace activo en diciembre de 2004)

que ofrece la primera identificándola solamente con la posibilidad de navegar por sitios Web.

Como ya lo habíamos mencionado, la W3 es uno de los tantos servicios que ofrece la red y su característica principal es poder navegar a través de documentos creados por un lenguaje llamado HTML. A través de este servicio (Web) podemos acceder a información contenida en páginas "escritas" en HTML, desde cualquier computadora que tenga conexión a Internet.

2.1.3.1 ¿Qué es una página Web?

Una página Web es un documento escrito con un lenguaje de marcación llamado HTML. Dentro de ese archivo pueden ser agregados, audio, imágenes, video, animaciones, texto.

2.1.3.1.1 Lenguaje HTML

El lenguaje HTML (Hyper Text Markup Language - Lenguaje de Marcación de Hipertextos) es un archivo de texto en el cuál se define, el contenido y la presentación de un sitio Web.

Este lenguaje funciona gracias a elementos de marcaje llamados tags (etiquetas). Mediante dichas marcas se va dando forma al documento, introduciendo variables de texto, color, enlaces, imágenes, etc.

Cada documento HTML comienza con el tag <html> y termina con el cierre </html>. En su interior se disponen, tal como en un diario o revista, el encabezado (<head>) y el cuerpo (<body>). Cada uno posee tags que sólo pueden ser ubicados en uno y no en el otro, como por ejemplo: <title>, pertenece al <head> y nunca debe aparecer en el <body>. Al mismo tiempo, dentro de estos tags, pueden aparecer otros.¹²

Éste lenguaje de marcado es la base de una página Web y puede ser creado por diversas herramientas ya sean editores de texto o editores de HTML.

Existen diferencias entre ambos tipos de editores. Por un lado, al escribir el HTML, se posee más control sobre el código y en muy pocas ocasiones se puede tener inconvenientes para realizar lo que se desee en la página. Si bien nos habla de un mayor control, esto tiene su precio porque el aprendizaje es más complicado

[12] Cátedra Wolkowicz, Carrera de Diseño Gráfico de la UBA <http://www.wolkoweb.com.ar/apuntes/textos/apunteweb.pdf> (enlace activo en diciembre de 2004)

y más lento, y en niveles avanzados se vuelve más difícil. Además se debe trabajar más tiempo y más duro. Por otro lado están los editores de HTML, que siguen el modelo de WYSIWYG, sigla que en inglés significa "What you see is what you get" (Lo que ves es lo que tienes). Con este tipo de herramientas se trabaja mucho más rápido, el aprendizaje es muy sencillo. El inconveniente es que no se tiene dominio total sobre el código y pueden resultar de allí errores en la página.¹³

WYSIWYG (pronunciado "wizzy-wig" o "wuzzy-wig") es un acrónimo para "What You See Is What You Get" (Lo que ves es lo que tienes), y es usado en informática para referirse a la tecnología que le asegura al usuario que la imagen en pantalla será la misma que la impresa en papel.

Traducido al ámbito de la Web, WYSIWYG, es usado para referirse a los programas para diseñar sitios Web, donde el usuario crea "visualmente", mientras que el software genera por sí mismo el código HTML.

Esta frase y su acrónimo, nacen en la última etapa de la década de 1970, de la mano de John Seybold, quién en esos momentos trabajaba para Xerox. En ese tiempo es creado el primer editor del tipo WYSIWYG: el Bravo fue desarrollado para la Xerox Alto, que fue la primer computadora personal, y la primera en usar la metáfora del escritorio y una interfaz gráfica.¹⁴

2.1.3.1.2 Hojas de Estilo o Cascading Stylesheets (CSS)

El sentido de las hojas de estilo es aportar en el área visual de una página Web. CSS es una forma simple y potente para especificar de qué manera aparecerá el contenido de nuestro sitio.¹⁵

Veen¹⁴ (2000) explica el funcionamiento de las Hojas de Estilo de la siguiente manera:

"Cuando creamos un documento HTML, agregamos etiquetas que describen los contenidos del documento a la computadora. Al agregar una hoja de estilo, también podemos indicar al navegador cómo se debe presentar cada etiqueta. En efecto, estamos indicando al navegador que ignore la apariencia visual predeterminada de cada elemento de nuestra página."¹⁵

Las Hojas de Estilo son especificaciones para mostrar documentos HTML. Funcionan como una plantilla,

[13] Álvarez, Miguel Ángel. Índice del manual Publicar en Internet - <http://www.desarrolloweb.com/articulos/195.php?manual=3> (enlace activo en diciembre de 2004)

[14] <http://en.wikipedia.org/wiki/WYSIWYG> (Enlace activo en Enero de 2005)

[15] Veen, Jeffrey. Arte y Ciencia del Diseño Web. New Riders, 2000.

permitiendo a los desarrolladores de sitios Web definir el estilo para un elemento de un HTML y después poder aplicarlo a todas las páginas Web que desee. Con CSS, cuando se quiere hacer un cambio, simplemente se cambia el Estilo, y ese elemento se actualiza automáticamente donde quiera que aparezca dentro del sitio.¹⁶

Con lo enunciado y descrito hasta aquí, podemos decir que las CSS, son parámetros predefinidos de estilo para ser aplicados aun documento HTML. Por ejemplo, en la CSS se define que todas las etiquetas de "Título" van a ser de "color rojo, bold y Verdana". La hoja de estilo es aplicada a todos los documentos que sea necesario y se mantiene el mismo estilo sin tener que hacer cambios documento por documento, ítem por ítem.

Al aplicar CSS se gana en agilidad cuando se produce, tanto en un primer momento como cuando se debe actualizar un documento, y además se obtiene más rapidez al cargar la página Web. Esto último se da gracias a que se elimina del código HTML, toda la información correspondiente a la definición de códigos de presentación dentro del HTML del contenido. Se llega a disminuir en un 50% el peso de un documento y una cantidad importante en el total de un sitio Web, mejorando la transferencia de datos.¹⁷

2.1.3.1.3 Tipografía en pantalla

Existen diferencias entre las tipografías diseñadas para ser impresas y las que tienen por destino ser mostradas en pantalla.

Debido a que los monitores de computadoras, sin distinción de plataforma, están divididos en unidades mínimas llamadas píxeles¹⁸, las fuentes tipográficas se "engrillan" a esos diminutos cuadrados para se vistas.

Al tener que adaptarse a una grilla, las tipografías funcionan correctamente en ciertos cuerpos ya definidos por cuestiones meramente físicas, es decir los píxeles no pueden dividirse y si se genera un cuerpo tipográfico, que implique la utilización de ½ unidad de dicha grilla, el software en uso, automáticamente genera grises para compensar esa imposibilidad. La consecuencia del proceso descrito anteriormente es la degradación de la letra y por consiguiente ruido visual y poca definición de los caracteres.¹⁹

En lo que respecta a las familias tipográficas más usadas

[16] "CSS. Cascading Style Sheet. A Specification for the presentation of html marked documents. Cascading style sheets work like a template, allowing Web developers to define a style for an HTML element and then apply it to as many Web pages as they'd like. With CSS, when you want to make a change, you simply change the style, and that element is updated automatically wherever it appears within the site. Both Navigator 4.0 and Internet Explorer 4.0 support cascading style sheets." www.mulberrytech.com/dsssl/dsssl/doc/glossary/glossary.html (enlace activo en diciembre de 2004)

[17] Martín, César. 18-01-2003. http://www.alzado.org/articulo.php?id_art=25 (enlace activo en diciembre de 2004)

[18] Equivalently, picture element, a pixel is the smallest unit of a computer image and is assigned a unique color after rendering. http://www.siggraph.org/education/materials/HyperVis/vis_gloss.htm (enlace activo en Febrero de 2005)

[19] http://tpgbuenosaires.tipografica.com/workshops/apuntes/tipografia_en_la_web.html (enlace activo en Febrero de 2005)

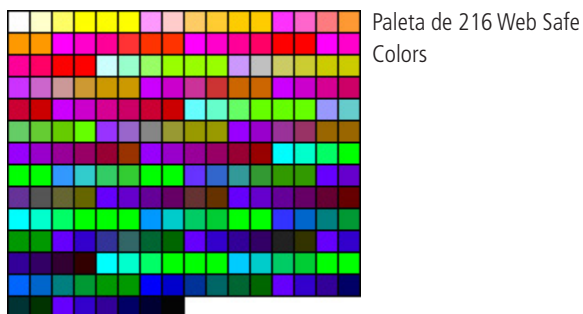
en la Web, encontramos que hay un determinado número de las mismas, que siempre estarán disponibles. Según la plataforma utilizada encontramos el siguiente listado que proporciona DesarrolloWeb.com²⁰:

<u>Windows</u>	<u>Mac</u>
Arial	Helvetica
Courier New	Courier
MS Sans Serif	Geneva
MS Serif	New York
Times New Roman	Times
<u>Con Windows Font Pack</u>	
Arial	Arial
Comic Sans	Comic Sans
Trebuchet MS	Trebuchet MS
Verdana	Verdana
Georgia	Georgia

En caso de otras plataformas, como Linux, podemos definir que la tipografía a mostrar sea serif o sans serif, y de esta manera el navegador buscará una fuente que cuadre dentro de dicha clasificación.

2.1.3.1.4 El Color en la Web

Los Web-Safe Colors son el sistema de gestión del color que usan los navegadores de Internet. Y están basados en una paleta de 216 colores. Este método fue desarrollado por Netscape para poder mantener similares los colores en distintas plataformas, tales como Macintosh, Windows, y UNIX.²¹



Sin embargo hoy en día, como afirma Lynda Weinman²², las paletas de colores seguros para Web han quedado prácticamente obsoletos debido a los avances de la tecnología, más específicamente a la posibilidad que tienen los monitores de computadoras de mostrar millones de colores.

[20] <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1710.php?manual=47> (enlace activo en Febrero de 2005)

[21] <http://www.webstyleguide.com/graphics/safe.html> (enlace activo en Febrero de 2005)

[22] Weinman, Lynda. <http://www.lynda.com/hex.html> (enlace activo en Febrero de 2005)

2.1.4 El usuario de Internet

2.1.4.1 Dirección de Lectura

Cuando el usuario está frente a la pantalla y ha ingresado a un sitio Web, ¿qué recorrido sigue?, ¿qué centros de atención recorre con su mirada? Generalmente se enfoca en el centro, luego se mueve a la izquierda y por último repasa la derecha de la pantalla. Conocer estos movimientos es muy importante a la hora de diseñar la internar y acomodar los elementos que van a permitir la interacción. Estas tres posiciones en la pantalla, de alguna manera, condicionan el contenido que va a aparecer en cada una de ellas. A la izquierda el usuario busca ayuda para moverse por el sitio; en el centro, la información principal, lo que realmente está buscando; y a la derecha contenidos complementarios.²³

2.1.4.2 Visualización

El usuario toma dos actitudes de visión frente al sitio Web. Por un lado adopta una visión central, y con ella se centra en los puntos de interés de su búsqueda. Y por otra parte utiliza una visión periférica, que le sirve para rastrear las pistas de cómo debe moverse en el sitio para cumplir sus objetivos de búsqueda.²³

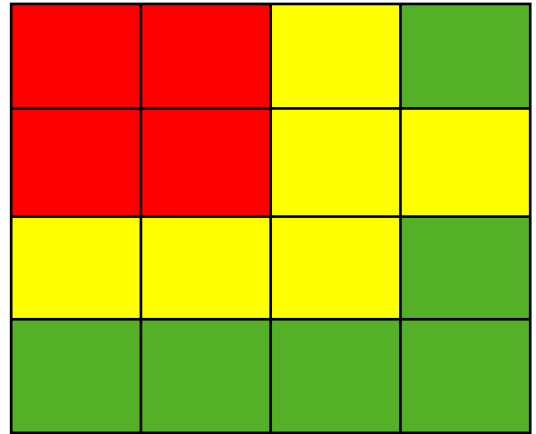
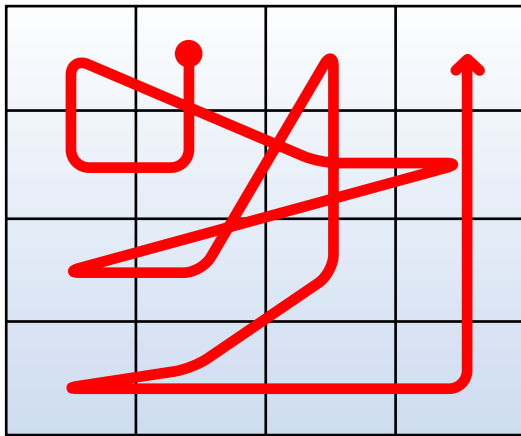
De esta manera, observa velozmente la página, haciendo una lectura muy rápida en busca de palabras claves. Casi nunca se lee todo el contenido si antes haber revisado si era lo que se estaba buscando.²⁴

Aprender sobre las conductas de navegación de los usuarios por los sitios Web, es una tarea ardua y compleja. Ya hemos señalado la forma en que “escanean” la página en busca de la información necesaria, y al mismo tiempo dejan de lado gráficos, barras de navegación, etc., que son elementos a los cuáles se les otorga, generalmente, más importancia de la que tienen y se eleva su función a un nivel dónde resultan inútiles y deterioran la interactividad.

Podemos concluir que el comportamiento de un usuario frente un sitio Web, se centra en un objetivo concreto que tiene la persona. Para cumplir esa meta se valdrá de los recursos para la navegación que el sitio le ofrezca, pero no les prestará mayor importancia de la que estos tienen, ya que el fin que persigue el navegante es encontrar una información dada.

[23] Villa, Luis. 14-01-2003. ¿Cómo escanea un usuario una página Web? http://www.alzado.org/articulo.php?id_art=1 (enlace activo en diciembre de 2004)

[24] Manchón, Eduardo. 10-02-2003. La conducta de navegación de los usuarios, sus características. http://www.alzado.org/articulo.php?id_art=95 (enlace activo en diciembre de 2004)



PRIORIDAD 1

PRIORIDAD 2

PRIORIDAD 3

2.1.4.3 Recorrido por la pantalla

El Poynter Institute, el Estlow Center for Journalism & New Media y la firma Eyetools, han realizado una investigación del "Eyetrack", que es el seguimiento o rastreo del ojo por la pantalla.

El estudio fue llevado a cabo con 46 personas, que por una hora navegaron por sitios preparados para el estudio, y fueron "controlados" por un dispositivo para medir la dirección de la mirada en la pantalla. Esto arrojó resultados precisos sobre el orden de lectura de los usuarios los sitios Web²⁵:

- Los ojos del usuario primero se centran en la parte superior izquierda de la pantalla, exploran dicha área y luego se mueven de izquierda a derecha, como puede apreciarse en la primer gráfica. En la segunda se ven las áreas de prioridad de lectura, que se traducen en los espacios en pantalla con más importancia.
- En cuanto a las tipografías, el Eyetrack descubrió que los tamaños más pequeños motivan al lector a enfocarse más en el texto y llegan a leerlo, mientras que cuando se utilizan tamaños más grandes el usuario "escanea".
- En el caso del tamaño de los titulares, cuanto más larga es la frase, el usuario lee menos y "escanea" más. Cuando se encuentra con un título corto, lo lee sin problemas.

[25] Outing, Steve & Ruel, Laura. Eyetrack III: Cómo lucen los sitios Web a través de los ojos de los lectores. <http://www.poynterextra.org/eyetrack2004/main-spanish.htm> (enlace activo en diciembre de 2004)

- Los controles de navegación se desempeñaron mejor cuando se dispusieron en la parte superior de la pantalla.

Para información más detallada sobre el estudio del Eyetrack, ver en el Anexo.

2.2 Diseño de Información.

2.2.1 Definición y estructuras

El diseño de la información en medios digitales ofrece un escenario muy completo en cuanto a capacidades comunicativas. Las dos grandes características de este nuevo medio de información son, por un lado la multimedia (la capacidad de integrar distintos formatos de información en un mismo soporte) y por el otro, la posibilidad de narrar de manera no lineal, donde el usuario pueda explorar y no estar atado a un orden caprichoso. Ésta posibilidad que se le brinda a la persona es la interactividad.²⁶

Cuando el objetivo es comunicar, intervienen dos aspectos: la información que debe ser enviada al receptor y el diseño de cómo va a presentarse dicha información al usuario. Mok²⁷ define al diseño de información de la siguiente manera:

“El diseño de la información comienza donde lo hacen todas las otras disciplinas: con un propósito específico. El diseño de la información es la disposición de los modelos de organización para proporcionar contexto y significado a la información. Una vez que se ha especificado el propósito de un proyecto, ya sea vender discos de jazz clásico en Internet o proporcionar consejos sobre la Bolsa en un CD-ROM, puede comenzar el diseño de la información; es decir, la manera en que los tipos de datos (texto, fotografías, video, sonido o música) se organizan en estructuras (lineal, jerárquica, reticular, paralela, matriz, superposición o zoom espacial).”²⁷

Vemos que el aspecto fundamental aquí parece ser la organización. Se debe poner especial atención en lograr crear un marco donde la información pueda ser comunicada con fluidez y de la manera más apropiada. No debemos generar un diseño que entorpezca la información y pueda dar lugar a confusiones.

Tanto Mok²⁷ como Orihuela-Santos²⁶ nos hablan de los modelos de organización de las estructuras de información. El primer autor, reconoce estructuras lineales, jerárquicas,

[26] Orihuela, José Luis & Santos, María Luisa. Introducción al Diseño Digital. Anaya Multimedia, Primera Edición, Madrid, España, 1999.

[27] Mok, Clement. El diseño en el mundo de la empresa. Editorial Anaya Multimedia, Madrid, España, 1998, pág.108.

reticulares, paralelas, de matriz y de superposición o zoom espacial. Afirma que su utilidad radica en la capacidad que estas formas organizativas poseen para ayudar al usuario a descifrar la información sin problemas. Es decir que actúan como reglas o patrones fijos de diseño, dónde la información debe contextualizarse para poder ser comprensible, y a su vez otorgar al usuario cierta rigidez en el modo de percibir la totalidad de la información, para lo guíe y no sea aleatoria cada vez que tome contacto con la información, aunque ciertos contenidos varíen o sean actualizados.

Orihuela-Santos²⁶ hablan de “estructuras de hipertexto” y afirman que cada organización en particular debe ser adoptada teniendo en cuenta si hace funcional el contenido que debe comunicar, teniendo en cuenta al usuario y al esfuerzo que éste deba hacer para realizar una búsqueda satisfactoria.

Dichas estructuras se clasifican de la siguiente manera:

Lineal

Los nodos de información se encuentran dispuestos en una secuencia lineal, dónde sólo puede accederse, directamente, al anterior o al posterior. Este esquema restringe la posibilidad de libre navegación al usuario, obligándolo a recorrer los puntos que el diseñador crea necesarios.

Ramificada

Es similar al modelo lineal, aunque aporta la posibilidad de acceder a subniveles dentro de cada nodo, también de modo lineal. Es decir, planteado un modelo de 1, 2, 3, el usuario puede navegar en ese nivel o visitar 1a, 1b, 1c, por ejemplo.

Paralela

El modelo presenta una serie de estructuras lineales que se comunican con sus mismos niveles (1a–2a-3a) y con su nivel primario (1-1a-1b-1c). De esta forma se conjugan los modelos lineal y ramificado, otorgando una mayor navegabilidad al usuario que cuando se encuentran separados.

Jerárquica

Es una estructura que se asocia con la figura de un árbol, dónde es reflejada la subordinación y dependencia de unos nodos de información respecto de otros.

Reticular

Modelo que permita la interacción de cada nodo con cualquier punto del sistema. De esta manera se le ofrece al usuario el máximo grado de navegación posible.

Mixta

Es posible la combinación entre los modelos anteriores, para poder adaptarlos a las necesidades del sistema a proyectar.

2.2.2 Arquitectura de Información

La palabra “arquitectura” nos hace imaginar una construcción. Y en este caso también es así, pero cambian los materiales con los que construimos para diseñar una comunicación eficaz. Mok²⁸ define a la arquitectura de información como “la integración de las estructuras que subyacen en un sistema.”, y continúa: “El desafío al que se enfrenta un diseñador de la información es la creación de una arquitectura que revele un sistema de conocimientos.”.

La arquitectura de información se vale de las estructuras que ya hemos mencionado (lineal, ramificada, paralela, concéntrica, jerárquica, reticular y mixta) para disponer el contenido de un sitio de manera que el usuario pueda navegar por él sin complicaciones.

En el medio digital es de vital importancia poder entregarle al “navegante” un panorama general de la totalidad del sitio, debido a que éste no puede tocarlo, ni verlo como a una revista.²⁸

Prestemos atención a esta frase: “...la ubicación y el contexto de los datos determinan su significado.”²⁸. Y es este enunciado, muy clarificador y realmente pertinente porque sintetiza el significado de todo lo que hemos descrito. Se trata de contextualizar, de darle el lugar que debe tener a la información, es como un juego de niños, donde la forma de estrella solo encaja en el hueco con forma de estrella.

Si cada cosa tiene su lugar y se respeta el orden natural de la información, dentro de un contexto, todo se muestra armonioso. Debemos recordar que ese contexto debe estar dado por los objetivos que persigue el usuario del sitio, no debemos olvidar que él es quien ingresa a la página en busca de algo concreto y debemos facilitarle la tarea.

[28] Mok, Clement. El diseño en el mundo de la empresa. Editorial Anaya Multimedia, Madrid, España, 1998.

2.2.3 Interfaz

2.2.3.1 Definición

El término “Interfaz” o “Interfase” posee distintas acepciones según el contexto en que sea utilizado. Vale aclarar que esto no quiere decir que su significado varíe, sino que es enfocado desde distintas ópticas. Si bien en este caso la definición más pertinente es la orientada a la informática, es clave, para entender el concepto, revisar la definición general de Interfaz. Bonsiepe²⁹ la define como la conexión entre el cuerpo humano, la herramienta y la acción a realizar. Luego continúa aseverando que “se debe tener en cuenta que la interfase no es un objeto, sino un espacio en el que se articula la interacción entre el cuerpo humano, la herramienta [...] y el objeto de la acción”²⁹. Según esto debemos tomar el diseño de la interfase (para el medio informático) desde un punto de vista más integral que el mero diseño de barras de navegación, hot-spots, botones, etc.

Otra definición que soporta la anterior es la de Jef Raskin³⁰, quien expone también un concepto muy amplio de interfaz. Va más allá de las ventanas, los botones, los íconos con que podemos llegar a interactuar en un sitio Web. Habla de una experiencia y enumera situaciones en las que no nos damos cuenta que estamos en presencia de una interfaz, como por ejemplo cuando hablamos por teléfono a un servicio de información somos atendidos por una computadora. Finalmente señala: “La forma en que se ejecutan las tareas con un producto –lo que usted hace y cómo responde el producto-, eso es la interfaz.”³⁰.

Volcándonos al medio informático encontramos que la interfaz se define como un enlace, usualmente entre una computadora y un usuario, o entre programas de la computadora. Un interfaz entre un ordenador y el usuario se refiere a los elementos del ordenador y el software que el usuario interactúa (pantalla, íconos, menús, y diálogos). Una interfaz entre programas de la computadora implica la utilización convenida de comandos y reglas que dejan que un programa intercambie información con otro para que el primero pueda integrar al segundo.³¹

El diseño de la Interfaz debe centrarse en la acción, en la forma de crear una relación tan profunda con el usuario hasta lograr desaparecer de su vista y darle la libertad para desplazarse por la información de la mejor manera posible.

[29] Bonsiepe, Gui. Del Objeto a la Interfase. Ediciones Infinito, Buenos Aires, 1999, pág. 17.

[30] Raskin, Jef. Diseño de Sistemas Interactivos. La importancia de nuestra relación con las computadoras. Pearson Educación, Toronto, 2000, pág. 2.

[31] A linkage, usually between a computer and a user, or among computer programs. An interface between a computer and user refers to the elements of the computer and software that the user interacts with--the screens, icons, menus, and dialogues. An interface among computer programs involves using agreed-upon commands and statements that let one computer program exchange information with the other in a way that the first program can integrate the second's.
<http://www.vnulearning.com/kmwp/glossary.html> (enlace activo en Diciembre de 2004)

Para lograr los objetivos de una interfaz bien diseñada, "se debe mantener sencillo lo sencillo" ³⁰. No por agregar funcionalidad a un objeto debemos tornar las tareas simples, o que antes lo eran, en experiencias desagradables y frustrantes para el usuario. Por ejemplo, por qué habríamos de cambiar el botón con la "x" para cerrar una ventana, por uno con una "c" de "cerrar" o "close", sería absurdo y demoraríamos un buen tiempo buscando la primera configuración.

"Lo que los usuarios quieren es facilidad y resultados." dice Raskin³⁰ y agrega que no les importa qué haya por detrás de la interfaz, siempre que esta cumpla con lo que necesitan. Y hay una conclusión que hace el autor que vale la pena tener en cuenta como guía para el trabajo que es: "En lo que respecta al consumidor, la interfaz es el producto".

Para lograr ese producto, se diseñan las Interfases basadas en metáforas, como la del escritorio que vemos en Windows y en MacOSX, por ejemplo. Los elementos que constituyen esas metáforas no representan una realidad, sino que conforman una nueva³², donde se genera un nuevo espacio de acción en el cuál el usuario podrá realizar las tareas que se proponga y que soporte el sistema.

2.2.3.2 Consideraciones

A continuación expondremos diez principios sobre el diseño de una interfaz que son definidos por Mok³³:

- Ser Predecible: toda experiencia interactiva cuenta con tres imágenes: el modelo del diseñador, el modelo del usuario y la imagen del sistema. Lo ideal sería superponer las tres, puesto que de esa superposición se logra el trazado natural de las acciones.
- Tener Consistencia: es importante que el producto reaccione de manera consistente y predecible frente a las acciones del usuario para poseer un aspecto homogéneo.
- Ser Progresivo: un sistema interactivo debe ir de lo simple a lo complejo, en cuanto a acciones que el usuario deba emprender y también en cuanto al nivel de información. De esta manera la persona no perderá el interés de "seguir avanzando".
- Las limitaciones naturales: lograr que la interfaz evite que el usuario cometa errores.

[32] Bonsiepe, Gui. Del Objeto a la Interfase. Ediciones Infinito, Buenos Aires, 1999, pág. 43.

[33] Mok, Clement. El diseño en el mundo de la empresa. Editorial Anaya Multimedia, Madrid, España, 1998.

- **Visibilidad:** los controles de la interfaz deben poder ser fácilmente reconocibles, de otra manera el usuario se sentiría agobiado por no tener “el mapa” que lo guíe.
- **Transparencia:** se debe lograr que el usuario absorba la información sin que la interfaz lo interrumpa.
- **Retroalimentación:** las acciones del usuario deben generar de inmediato un acontecimiento.
- **Modos de operación:** debemos tener en cuenta que las personas realizan tres tipos de operaciones frente a una interfaz, a saber: de comando (ordenar al sistema que efectúe una acción); de manipulación (interactuar activamente con el contenido); y de grabación (introducir información).
- **Velocidad:** se debe proporcionar al usuario la capacidad de poder manejar el tiempo de interacción con la interfaz, no hay que apurarlo.
- **Adecuación:** el diseño debe estar adecuado a su público objetivo.

Si bien algunos de los anteriores enunciados pueden resultar obvios, la definición de cada uno de ellos puede ayudar en el momento de la realización de un proyecto, en este caso de Web. Otros son pistas clave en diseño de una Interfaz correcta, como por ejemplo la “Transparencia”, nombrada también por Bonsiepe³⁴, no debemos pasar por alto este punto ya que es fundamental que la Interfaz no genere distorsiones ni en la información, ni en la manera de obtenerla.

2.2.3.3 Cómo componer la interfaz

Generalmente se busca generar una interfaz en donde el usuario se sienta cómodo y a su vez familiarizado con el aspecto gráfico. Por ejemplo, pensemos en una interfaz bien conocida como la que diseñó Microsoft para su sistema operativo Windows, hace ya unos años. La compañía se rigió con un concepto de que la pantalla debía ser como el escritorio donde el usuario trabajaba. Entonces convirtió la interfaz en una metáfora del mundo real donde esa persona estaba a gusto y totalmente familiarizada (vale aclarar que la base de este concepto fue originado en los 70 por Xerox, como hemos descripto anteriormente).

Si bien la difusión de la metáfora del “escritorio” ha sido

[34] Bonsiepe, Gui. Del Objeto a la Interfase. Ediciones Infinito, Buenos Aires, 1999.

muy extensa y cientos de miles de proyectos Web están emparentados con ella, no debemos olvidar que se pueden explorar mejores maneras de lograr los objetivos. Debemos centrarnos en las necesidades de cada tipo de público que se quiera captar con cada proyecto para la Web, y de esta forma poder diseñar la interfaz gráfica más adecuada.³⁵

2.3 Diseño Gráfico

2.3.1 Definición

Toda pieza de comunicación visual, es creada por la necesidad de alguien de transmitir un mensaje a un destinatario específico. El diseñador gráfico es un intermediario en esta comunicación, puesto que transforma las ideas del emisor en un mensaje que pueda ser comprendido por un receptor dado.

Entonces, podemos definir al diseño gráfico como: “la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados.”³⁶.

González Ruiz³⁷ sostiene también al diseño como un plan, un proyecto, según lo afirma en las siguientes definiciones:

“Diseño no es la expresión final de una forma visible, sino el proceso de creación y elaboración por medio del cuál el diseñador traduce un propósito en una forma.”.

“Diseño es entonces el conjunto de acciones y reflexiones que intervienen en el proceso de creación proyectual de una obra original, sea espacial, objetual o comunicacional.

Dicha obra es el resultado de una actividad planificadora que conduce a programarla, idearla y materializarla mediante su construcción, su producción o su difusión por medios industriales.”

Veamos los significados de ambas palabras por separado, según lo establece la Real Academia de la Lengua Española³⁸:

diseño. (Del it. disegno). 1. m. Traza o delineación de un edificio o de una figura. 2. m. Proyecto, plan. Diseño urbanístico. 3. m. Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie. Diseño gráfico, de modas, industrial. 4. m. Forma de cada uno de estos objetos. El diseño de esta silla es de inspiración modernista.

[35] Mok, Clement. El diseño en el mundo de la empresa. Editorial Anaya Multimedia, Madrid, España, 1998, pág. 131-132.

[36] Frascara, Jorge. Diseño y Comunicación. Editorial Infinito, Buenos Aires, 1988.

[37] González Ruiz, Guillermo. Estudio de Diseño. Emecé Editores, 1994.

[38] Real Academia Española, <http://www.rae.es/> (enlace activo en Febrero de 2005)

5. m. Descripción o bosquejo verbal de algo. 6. m. Disposición de manchas, colores o dibujos que caracterizan exteriormente a diversos animales y plantas.

gráfico, ca. (Del lat. graphicus). 1. adj. Perteneciente o relativo a la escritura y a la imprenta. 2. adj. Dicho de una descripción, de una operación o de una demostración: Que se representa por medio de figuras o signos. U. t. c. s. 3. adj. Dicho de un modo de hablar: Que expone las cosas con la misma claridad que si estuvieran dibujadas. 4. m. Representación de datos numéricos por medio de una o varias líneas que hacen visible la relación que esos datos guardan entre sí. 5. f. gráfico (representación por medio de líneas).

En la definición de “diseño” encontramos los términos “proyecto”, “plan”, “concepción”, “producción en serie”. Si las agrupamos estaremos muy cerca de completar la definición de Frascara³⁶ ya citada anteriormente.

También se puede comparar con aspectos que define González Ruiz³⁷ cuando se habla de una “concepción original”, así como la idea de una actividad planificada.

En cuanto a la definición de “gráfico” son expuestos dos aspectos. Por un lado el de la representación figurativa y por otro lo relativo a la escritura y a la imprenta.

Bonsiepe³⁹ afirma que, si bien el concepto de la disciplina del Diseño Gráfico, está fuertemente unido a los impresos en general, el avance tecnológico provoca que el diseño esté mutando desde lo meramente gráfico hacia el diseño de información. Entonces plantea la necesidad de prestar especial atención a la educación de los diseñadores para que estén preparados para convertirse en “mánagers de información”³⁹ y poder lidiar con la gestión y organización de la información con un buen sustento teórico-práctico.

En este sentido, el presente proyecto apunta a dar esa información necesaria para tender una mano a los estudiantes de diseño que han sido formados con distintas perspectivas, de acuerdo a lo que exigía el mercado hace algunos años.

2.3.2 Funciones y características

La función principal del diseño gráfico será entonces transmitir una información determinada por medio de composiciones gráficas, que llegan al público objetivo

[39] Bonsiepe, Gui. Del Objeto a la Interfase. Ediciones Infinito, Buenos Aires, 1999, pág. 63.

a través de diferentes soportes. Para lograrlo el diseño debe lograr dos aspectos fundamentales: atraer y retener la atención. El primero se logra produciendo un estímulo visual que resalte del contexto que se encuentra, a través de una imagen que genere en el receptor cierto interés como para que su percepción la aisle del medio y le ponga atención. Esto último hace posible retener al ojo del receptor.³⁶

Si bien dijimos que el diseño debe captar la atención, debe cuidar sus objetivos y no perderlos en pos de ser un grito que logre dirigir la mirada hacia una pieza gráfica.

Además de lo mencionado anteriormente, el diseñador debe ser capaz de resolver una serie de problemas³⁶:

- Ordenamiento de secuencias comunicacionales con claridad.
- Facilitación y estimulación de la lectura.
- Escalonamiento de la complejidad de la información.
- Eficacia de sistemas de orientación.
- Adecuada jerarquización de componentes de un mensaje.
- Claridad en representación.
- Aspectos humanos, económicos, sociales, tecnológicos, estéticos y comunicacionales de todo trabajo.

2.3.3 El Diseño en la Web

Internet es el soporte más reciente para el desarrollo de las actividades de los diseñadores gráficos. Debido a esto se debe estar preparado e informarse para no perder de vista ciertas consideraciones al diseñar para Internet, tales como: la resolución del monitor del usuario; la velocidad de conexión; el peso en bytes de los elementos gráficos; el tiempo de espera del usuario, es decir, la tolerancia frente a la demora en cargar de un sitio; los distintos navegadores, que al provenir de distintas empresas emplean distintos tipos de tecnologías y en ocasiones no son el 100% compatibles.

Si bien se deben seguir ciertos parámetros para lograr que un sitio pueda ser navegado, no se debe llegar al extremo de hacer un sitio increíblemente “liviano” (de poca cantidad de bytes) para que cargue con facilidad, sin tener

en cuenta que el público que vea ese sitio tendrá un tipo de conexión a Internet que le permita descargar más rápido los contenidos y no le moleste esperar unos segundos más. Ante todo: “el Usuario”. No es lo mismo preparar un proyecto Web para una comunidad en Sudamérica que para una ciudad en Suiza. Los niveles tecnológicos, socioculturales y monetarios influyen en el desarrollo de los sitios Web.

Un ejemplo que estaba ocurriendo hasta hace un tiempo es que las resoluciones óptimas de algunos sitios Web europeos, Porsche por ejemplo, no se adaptaban a las resoluciones que soportaban la mayoría de los monitores en Argentina. Y esta situación se daba por la segmentación de los grupos de usuarios que realizan quienes se encargan de diseñar para Web.

Otro punto muy importante es la compatibilidad con los sistemas que van a tener acceso a un sitio Web. Lo altamente recomendable es hacer pruebas de uso para estar completamente seguros que nuestro sitio se verá de la misma manera con distintas tecnologías. O por lo menos debemos saber de qué manera podemos adaptar el proyecto según la plataforma de uso.

Además de las características técnicas del medio, el diseñador no debe olvidar las posibilidades expresivas y comunicacionales que se pueden ofrecer mediante una página en Internet. La concepción de la pieza gráfica varía con respecto al medio impreso y debemos tener en cuenta otro tipo de organización hipertextual en función con la multimedia, como ya hemos expuesto en el apartado de Diseño de Información.

2.3.4 Diseño de Identidad Visual

Debido a la necesidad de otorgarle una identidad visual al sitio Web a desarrollar en este proyecto, es pertinente introducir los conceptos que se tendrán en cuenta para la acción que corresponda.

Para la intervención sobre el discurso institucional, Cháves⁴⁰ propone un modelo de actuación y análisis dividido en cuatro áreas:

- **Realidad Institucional:** el la totalidad de rasgos “materiales” de una institución, lo que podemos ver y sentir, junto con los proyectos que la entidad posea. Todos los datos

[40] Cháves, Norberto. La Imagen Corporativa. Teoría y Metodología de la Identificación Institucional. Editorial Gustavo Gili, México, Barcelona, 1996.

objetivos que podamos recabar sobre la entidad conforman la su realidad.

- **Identidad Institucional:** es la forma en la cuál la organización se ve a sí misma, es un estado de conciencia. Son las convicciones, intenciones, auto-evaluaciones e incertidumbres de la institución.
- **Comunicación Institucional:** la organización comunica mediante sus acciones, ya sean conscientes o inconscientes y el mensaje transmitido es la comunicación institucional
- **Imagen institucional:** es la forma en que la organización es vista por la sociedad, la imagen que se crea en los sentidos de cómo es la entidad.

Es y debe ser menester, que cada una de estas áreas concuerden con los objetivos generales de la institución y que se dirijan hacia el mismo lugar. El discurso institucional debe ser sólido y comunicar de una manera homogénea para no crear imágenes erróneas y superpuestas sobre si misma, en la gente.

2.3.4.1 Componentes de Identificación

Expondremos tres componentes de identificación de las organizaciones que son desarrollados por Cháves⁴⁰. A saber:

- Nombre
- Logotipo
- Isotipo

Nombre

Tiene dos objetivos muy claros, uno que la empresa se identifique y el otro que los demás la identifiquen.

Según los tipos de denominación los nombres pueden clasificarse en⁴⁰:

- **Descriptivos:** se expresan caracteres básicos de la institución, describiendo su naturaleza. Ej.: Museo Caraffa.
- **Simbólicos:** evocan imágenes, son nombres que a priori no parecen tener relación con la actividad. Ej.: Pritty.
- **Toponímicos:** hacen alusión al lugar de donde proviene la empresa. Ej.: Banco de Córdoba.
- **Contracciones:** combinaciones articuladas artificialmente

para obtener un nombre. Pueden ser siglas, fragmentos de palabras unidos, etc. Ej.: Provencred.

- Patronímicos: evocan la imagen de una persona en particular, que generalmente es o a sido su dueño/fundador. Ej.: Ferrari.
- Formas mixtas: combinas los ítems antes descriptos.

Logotipo

Cháves⁴⁰ explica que el logotipo es la plasmación gráfica del nombre o marca de una Institución. Pero que no sólo funciona a un nivel de identificación, sino que “posee una dimensión semiótica no-verbal, icónica, que incorpora por connotación significados complementario al propio nombre”⁴⁰.

Podemos clasificar el diseño de logotipos de acuerdo a la tipografía utilizada en:

- Fuente tipográfica existente: es cuando se toma una fuente existente y se utiliza sin ninguna modificación morfológica.
- Fuente modificada: a partir de una tipografía existente se realizan modificaciones morfológicas a la misma.
- Tipografía especial: se diseña una fuente exclusiva para el fin requerido.

Isotipo

Cháves⁴⁰ afirma que son signos no verbales que apoyan al logotipo en la creación y transmisión de significado. Prosigue definiendo tres ejes de tipificación de los isotipos:

- Motivación/arbitrariedad: dentro de este eje el signo puede ir desde una plena relación con la institución, hasta una nula o cierta correlación con la misma.
- Abstracción/figuración: el tipo de representación puede variar desde ser un símbolo (abstracción) hasta un icono (figuración).
- Ocurrencia/recurrencia: este apartado trata el nivel de innovación al que ha arribado el signo diseñado con respecto a los estándares.

Marco Metodológico

Este capítulo tiene por objeto establecer el Marco Metodológico que ha encaminado el presente Trabajo Final de graduación. Además de determinar los métodos y técnicas que se emplean en el proceso búsqueda de información, así como acordar el modo de presentar y analizar los datos para cumplir con el objetivo general del trabajo.

Según el alcance de la investigación, se establece indagar, como primera medida, en el público objetivo a fin de conocer sus necesidades de información sobre el área de estudio de éste trabajo. Luego se conforma un análisis mediante gráficas porcentuales a partir de los resultados arrojados por las encuestas realizadas al público objetivo. Paralelamente se expone y analiza el programa de la Lic. en Diseño Gráfico de la UE Siglo 21, mediante el uso de tablas comparativas para poder detectar las mejores formas de crear complementos de información que sean pertinentes según los objetivos planteados en el capítulo 1.

Se analizan sitios similares mediante grillas de análisis previamente definidas, encontrar coincidencias y disidencias en el contenido y en el diseño de la interfaz, que aportan al desarrollo del trabajo. Algunos datos se miden luego de la confección de las grillas mediante gráficas de porcentaje.

A partir de los resultados de dichos análisis se procede a la definición del contenido del sitio Web, pudiendo de esta manera diseñar una arquitectura de información pertinente.

Restan como etapas finales de este proyecto, el diseño de identidad del sitio, que está basado en la propuesta metodológica de Chávez⁴⁰ y la diagramación del portal Web.

3.1 Metodología del Diseño Gráfico / Proceso de Diseño

Al ser una actividad proyectual el Diseño Gráfico, cuenta con un proceso de diseño, que es básicamente un conjunto de reglas o normas que guían al diseñador durante todo un trabajo.

Existen distintos modelos del proceso de diseño, pero todos tienen una estructura similar, donde las primeras etapas son las del estudio del caso en particular, junto con la definición

de objetivos. Luego en las fases intermedias es desarrollado el trabajo y en las etapas finales es evaluado el proyecto y corregido si es necesario.

Uno de los procesos de diseño más estudiados y más complejo, es el desarrollado por Bruno Munari⁴¹.

Dicho método consta de las siguientes etapas: Problema, Definición del Problema, Elementos del Problema, Recopilación de datos, Análisis de datos, Creatividad, Materiales-Tecnología, Experimentación, Modelos, Verificación y Dibujos constructivos.

Problema

Todo problema surge de una necesidad y es imposible que se resuelva por sí mismo, pero tiene en sí los elementos para su resolución. Lo que tenemos que hacer es conocerlos bien para poder aprovecharlos para abordar a la solución.

Definición del problema

Es necesario empezar por la definición del problema, y no pensar que ya ha sido suficientemente explicado. A veces el problema no es el enunciado, sino que se esconde detrás de esto, el verdadero problema.

Definir correctamente el problema servirá para definir los límites en los que deberá moverse el diseñador.

Elementos del problema

Todo problema puede ser descompuesto en sub-problemas y de esta forma pueden ser descubiertos los pequeños problemas particulares que se ocultan tras los sub-problemas. Una vez resueltos los pequeños problemas, se recomponen de forma coherente a partir de todas las características de cada una de las partes y entre sí.

Para llegar a la solución del problema general debemos poder resolver todos los sub-problemas y combinarlos para lograr el objetivo común.

Recopilación de datos

Es indispensable la recolección de datos referentes al problema y a cada uno de los sub-problemas en particular. Con esta búsqueda se adquiere un panorama más amplio de cada parte del problema.

En el presente proyecto se ha comenzado por la búsqueda bibliográfica con el objetivo de obtener recursos teóricos para la lograr las metas propuestas de la manera más adecuada. Luego la pesquisa es orientada hacia la

[41] Munari, Bruno. Cómo nacen los objetos. Editorial GG, Barcelona, 1983.

búsqueda de información relacionada con el contenido que lleva el sitio Web y de páginas Web existentes.

Análisis de datos

El análisis de todos los datos recogidos puede proporcionar sugerencias sobre qué es lo que no hay que hacer para solucionar el problema.

Las herramientas de análisis son explicadas a lo largo del presente capítulo.

Creatividad

En esta etapa, el contenido del análisis del problema y una pertinente recolección de información, llegan a un punto donde se tienen todas las piezas del rompecabezas y comienzan a ser ensambladas. O sea, la solución, o la propuesta generada a partir de aquí para abordar el problema, no es una idea intuitiva, que simplemente aparece en nuestra mente. Es el fruto de la absorción del problema y todo su conjunto por parte del diseñador, para poder entender cuál es la raíz del problema y cómo solucionarlo.

Materiales - tecnologías

En este punto es precisa una nueva recolección de datos, pero esta vez centrada en los elementos pertinentes para el diseño de del prototipo, tales como técnicas, tecnologías, materiales, etc.

Experimentación

En esta instancia el diseñador prueba lo recogido en la fase previa y de esta manera se le abrirán nuevas perspectivas de cómo utilizar todos los elementos que se encuentran a su alcance, para lograr el objetivo.

Modelos

Aquí se desarrollan los posibles modelos para la solución del problema. Se comienza con patrones generales para luego llegar a la etapa de los bocetos.

Es una etapa de alto grado de desarrollo, dónde se podrán proponer distintos modelos, que luego serán evaluados para mejoras o para extraer elementos que aporten a la solución.

Verificación

Una vez presentados los modelos funcionales o prototipos, son expuestos a un grupo de probables usuarios para recabar opiniones. A partir de allí se harán los cambios

correspondientes o no, para de esta manera pasar a la etapa siguiente.

Dibujos constructivos

En esta última etapa, es presentado el modelo listo, con sus especificaciones técnicas para ser construido y puesto en funcionamiento.

Si bien éste método está orientado desde su concepción al Diseño Industrial, puede ser aplicado a una problemática del Diseño Gráfico, adaptándolo a las necesidades planteadas por la naturaleza del problema.

3.2 Búsqueda bibliográfica

Se parte de la utilización del material bibliográfico dado durante la carrera. Asimismo se utilizan textos complementarios que se encuentran en la Biblioteca de la Universidad Siglo 21.

Además se recurre al medio, para el cuál se está diseñando, en busca de información. Esto es muy importante debido a que para diseñar para un medio dado, es de vital importancia conocerlo y de esta manera tener en claro cuáles son las posibilidades que nos ofrece.

3.3 Cuestionarios

El contacto con el target se realiza, en este caso, a través de cuestionarios preparados para ser completados vía Web. Tienen como finalidad presentar las necesidades de información que presenta un estudiante de la Universidad Siglo 21, así como datos complementarios sobre su posición como usuarios de la Web, que serán de vital importancia para el desarrollo de la interfaz. A partir de los resultados de las encuestas se realizará un análisis descriptivo para abordar a las conclusiones pertinentes.

Modelo de Encuesta:

Nombre:

e-mail:

- 1.- ¿Cómo defines tu formación académica en cuánto a los contenidos que te fueron dados?
- 2.- ¿Qué aspectos positivos y negativos encuentras en tu formación?
- 3.- ¿Cómo te ves, como futuro profesional, frente a las

exigencias del mercado?

4.- ¿Necesitas hacer cursos una vez egresado para enfrentarte a las exigencias del mercado? ¿Cuáles?

5.- ¿Sobre qué áreas tienes amplios conocimientos y sobre cuáles te gustaría aprender más?

6.- ¿Buscas información relativa al diseño en Internet?

Si

No

A veces

7.- ¿Te es fácil encontrarla?

Si

No

Mas o menos

8.- ¿Piensas que un sitio Web destinado a estudiantes de diseño de tu universidad te hubiese sido de ayuda mientras cursabas la carrera? ¿Por qué?

9.- ¿A qué link entrarías primero en un sitio Web destinado a estudiantes de diseño?

10.- ¿De cuántas pulgadas es tu monitor?

14 pulgadas

15 pulgadas

17 pulgadas

19 pulgadas

21 pulgadas

11.- ¿En qué resolución lo utilizas?

800x600

1024x768

1152x864

1280x1024

12.- ¿Tienes Internet en tu casa o accedes a ella desde otro sitio? (especificar)

13.- ¿Cuántas horas semanales de Internet utilizas? ¿Para qué fines?

14.- Nombra tres sitios Web que sean de tu agrado

15.- ¿Tienes tu propio sitio de Internet? ¿Cuál es?

16.- ¿Con qué programas de diseño te sentís más familiarizado?

17.- ¿Cómo es tu relación con la MAC/PC?

18.- ¿Con qué colores asocias al diseño y a Internet?

3.4 Análisis de Sitios Web

El objetivo del análisis de otros sitios Web es el de reunir información sobre el diseño de la información, de la interfaz gráfica y del contenido. De esta manera se pueden obtener conclusiones que sean productivas para el desarrollo del sitio que describe el presente proyecto, y para verificar los servicios que prestan.

El análisis se realiza mediante las siguientes pautas:

- Nombre del sitio.
- Dominio.
- Colores utilizados.
- Tipografía.
- Resolución óptima para la navegación.
- Secciones.
- Controles de navegación.
- Diagramación de la página en base al estudio de Eyetrack.

3.5 Análisis del Plan de Estudio

Para el análisis del plan de estudio se compone una tabla para discriminar las materias según su contenido, divididos en "Específicas de Diseño", "Relacionadas con la Comunicación", "Sin relación con el Diseño y/o Comunicación", "Otras".

En base a tal clasificación se puede determinar que contenidos de diseño son ofrecidos al alumno y poder cotejar esto con las necesidades planteadas en las encuestas.

3.6 Diseño de Identidad

El diseño de identidad visual del sitio se concreta mediante la utilización de los conceptos explicados por Cháves⁴⁰. Sin embargo, sólo se tomará en cuenta el

apartado de "Identidad" debido a la etapa en la que el presente proyecto se encuentra. Es decir, no se podrían analizar las dimensiones correspondientes a realidad, comunicación e imagen, debido a que el sitio no se encuentra funcionando. Entonces se realizará un análisis de la identidad conjuntamente con los objetivos planteados por este Trabajo Final de Graduación, a fin de encontrar los conceptos que deben transmitirse a través de la identidad visual.

Desarrollo del Sitio

4.1 Problema

Como ya ha sido definido en el primer capítulo, el problema que promueve al desarrollo del presente Trabajo Final de Graduación es el siguiente:

¿Qué elementos gráficos y de contenido son necesarios para desarrollar un sitio Web orientado a estudiantes de diseño?

4.2 Definición del problema

El sitio Web a diseñar será un portal de información, que proveerá un alto nivel de Usabilidad, haciendo foco en un público bien acotado y específico.

4.3 Elementos del problema

En los siguientes apartados se plantean los elementos que componen el problema, y se definen los subproblemas dados para cada uno de ellos.

4.3.1 Contenido

¿Cuál será el contenido adecuado para que el sitio Web funcione como una herramienta para ampliar la formación de los estudiantes de diseño?

4.3.2 Diseño de identidad

¿Cuáles serán los conceptos a transmitir mediante el diseño de identidad visual del sitio, y como se verá puesto en práctica?

4.3.3 Arquitectura de información

¿Qué modelo de las estructuras de navegación será la más coherente para mostrar el contenido del sitio?

4.3.4 Interfaz

¿Qué interfaz gráfica será necesaria para lograr una comunicación más efectiva?

4.4 Recopilación y Análisis de datos

4.4.1 Contenido

4.4.1.1 Plan de Estudio

A modo de análisis de la currícula de la Licenciatura en Diseño Gráfico, de la Universidad Siglo 21, se planteó en primer lugar una clasificación de las materias dadas según su contenido. A través de dicho análisis se confeccionó la siguiente tabla:

Diseño

Diseño Gráfico I
Diseño Gráfico II
Diseño Gráfico III
Diseño Gráfico IV
Diseño Gráfico V
Diseñomática I
Diseñomática II
Diseñomática III
Diseñomática IV
Diseño de Páginas
Morfología I
Morfología II
Tipografía I
Tipografía II
Técnicas de Dibujo
Merchandising y Diseño
Producción Gráfica
Tecnología
Estética
Historia del Diseño
Fotografía
Seminario de Práctica
Práctica Profesional
Seminario Final

Comunicación

Semiótica
Comunicación Visual
Sociología de los Medios de Comunicación Social
Marketing I
Marketing de Servicios Profesionales
Comportamiento del Consumidor
Creación Publicitaria I
Redacción Publicitaria
Planeamiento de la Comunicación I
Comunicación Organizacional
Cultura Organizacional

Otras

Técnicas de Investigación
Ética y Deontología Profesional
Gestión Ambiental
Idioma Extranjero I
Idioma Extranjero II
Idioma Extranjero III
Idioma Extranjero IV
Idioma Extranjero V
Idioma Extranjero VI

Materias Electivas

I, II, III, IV (IV es opcional)

Entonces, como resultado de la presente clasificación se realizó la siguiente gráfica de torta para extraer resultados precisos en cuanto al porcentaje de materias donde el alumno es educado sobre temas específicos de diseño.

El 51% de la currícula, pertenece al diseño. Es decir que son materias que responden al objetivo de la licenciatura, formar un Licenciado en Diseño Gráfico.

El 23% del plan de estudio es ocupado por asignaturas donde la comunicación es la temática a desarrollar.

Obviamente en cada una de las cátedras recibe enfoques distintos.

Del 26% restante, el 19% es tomado por materias “no específicas” de la carrera. Dentro de este grupo se encuentra la enseñanza de Idioma Extranjero por ejemplo.

Queda otro 7% de la currícula, que está destinado a las Materias Electivas, donde el alumno tiene la posibilidad de elegir entre un listado de asignaturas a cursar, con el objetivo de profundizar el aprendizaje sobre algunos temas, o embarcarse a el aprendizaje de nuevos conceptos.

Guiándonos por los resultados numéricos obtenidos, es posible afirmar que un 74% del plan de estudio dictado por la Universidad Siglo 21 corresponde al diseño y la comunicación. Además de dicho porcentaje es posible, según la elección de alumno agregar un 7% más, debido a la elección de las materias que quiera cursar para completar su formación académica.

Ahora, tomando sólo las materias específicas de diseño, veremos que contenido le ofrece cada una al alumno. Es válido aclarar que la duración de las materias es de un semestre cada una. Los programas de cada materia están disponibles para los alumnos de la universidad en <http://www.uesiglo21.edu.ar/alumnos/INICIO.ASP>.

Diseño Gráfico I

Metodología del Diseño y la aplicación de la misma al ámbito profesional.

Diseño Gráfico II

Diseño e implementación de programas de Imagen Corporativa.

Diseño Gráfico III

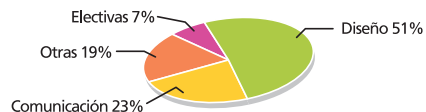
Diseño de Envases, su importancia, materiales, sistemas de impresión, medio ambiente.

Diseño Gráfico IV

Diseño Señalético.

Diseño Gráfico V

Diseño Editorial.



Diseñomática I

Introducción al trabajo con computadora, procesador de textos y programa de dibujo vectorial.

Diseñomática II

Software de paginación.

Diseñomática III

Software edición de imágenes de mapa de bits.

Diseñomática IV

Herramientas y comandos avanzados del software edición de imágenes y su integración con otros programas para fines.

Diseño de Páginas

Conceptos sobre la Internet y el Diseño Web. Se ven aspectos proyectuales del Diseño en el medio digital, así como también su implementación.

Morfología I

Desarrollo para el conocimiento sobre el alfabeto visual. Aplicación a piezas gráficas.

Morfología II

El Color desde todas las perspectivas aplicables al diseño gráfico.

Tipografía I

Conceptos para la utilización adecuada de Tipografía en pos de poder resolver piezas de comunicación gráfica por medio de la misma.

Tipografía II

Diseño de sistemas de símbolos tipográficos en toda su dimensión.

Técnicas de Dibujo

Herramientas y conceptos para la representación gráfica por medio del dibujo.

Merchandising y Diseño

Manejo de herramientas y técnicas de merchandising de presentación.

Tecnología

Conocimientos aplicables al desarrollo de los proyectos de diseño, para poder evaluar posibilidades, y poder materializarlos de la manera más adecuada.

Producción Gráfica

Sistemas de impresión y sus procesos.

Historia del Diseño

Reseña histórica sobre el Diseño Gráfico relacionado con la actualidad en pos de lograr hábitos de reflexión y pensamiento crítico en el alumno para el mejor desempeño en su actividad profesional.

Fotografía

Técnicas de fotografía, conocimiento de las herramientas disponibles y su aplicación al campo profesional.

Estética

Desarrollo de la formación crítica y reflexiva del alumno en cuestiones estéticas y sociales, en el contexto de la profesión del Diseño Gráfico.

Seminario de Práctica

Profundización de contenidos de Diseño y ejecución de un proyecto con un comitente real.

Práctica Profesional

El alumno es designado para cumplir actividades profesionales correspondientes a su área de acción en una organización.

Seminario Final

Desarrollo del Trabajo Final de Graduación.

Con este listado se pretende dejar expuesto el contenido ofrecido por las materias específicas de diseño para no finalizar el análisis del plan de estudio, sólo en los nombres de las materias.

A modo de cierre de esta parte del análisis se puede afirmar que, la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Siglo 21, otorga conocimientos de diseño de imagen corporativa, de envase, editorial, señalético, tipografía, metodología de diseño, fotografía, manejo de software de diseño, técnicas de dibujo, tecnologías y producción gráfica, merchandising de presentación, historia de diseño, morfología, estética, y además la posibilidad de aplicación de la profesión a la realidad.

Como podemos observar los contenidos son amplios y el alumno egresa con conocimientos de la gran mayoría de las áreas de aplicación del diseño gráfico. Sin embargo, los contenidos de las materias se presentan fragmentados, con falta de interdisciplina.

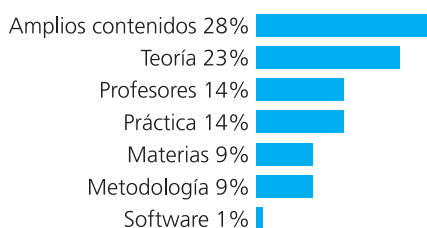
4.4.1.2 Estudiantes y la currícula

Por otro lado encontramos la opinión de los estudiantes encuestados, y en relación a la formación académica que reciben, el 55% opinan que es “buena”, como podemos apreciar en la tabla.

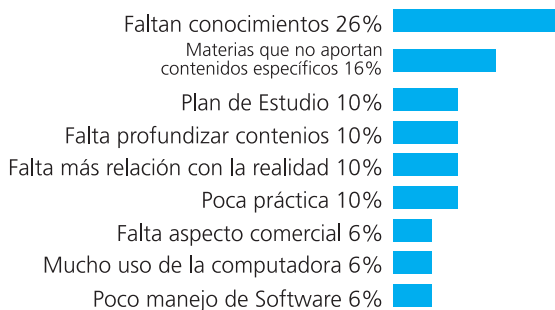


Cuando se les solicitó que respondieran por los aspectos positivos que encontraban en la currícula, la respuesta mayoritaria (28%) fue “amplios contenidos”. En este punto parece haber correlación con el análisis realizado anteriormente. Sin embargo, cuando hubo que nombrar aspectos negativos, la mayoría la obtuvo la falta de conocimientos (26%).

ASPECTOS POSITIVOS



ASPECTOS NEGATIVOS



Hasta aquí con estos datos encontramos que los contenidos son amplios, pero los alumnos solicitan más información aún. Esto lleva a la conclusión de que si bien se están enseñando muchos conceptos, quizá haga falta profundizarlos más.

Este aspecto lo vemos representado en la pregunta que se les realizó, buscando saber que cursos necesitan hacer una vez egresados. El 50% de los encuestados opinó que debe hacer cursos de diseño Web. Hay deseos de ampliar su formación y de profundizar en áreas que quizá no han sido satisfechas por sus estudios e indudablemente el diseño en el medio digital es quien lleva las de ganar en lo referido a interés de aprendizaje.



Durante la carrera, la asignatura de “Diseño de Páginas”, que se cursa en un cuatrimestre (al igual que el total de las materias), aporta conceptos sobre el diseño orientado al medio digital, pero según lo reflejado en las encuestas no es suficiente.

Continuando con el diseño Web, cuando se les pregunta a los alumnos sobre qué les gustaría aprender más, esta temática vuelve a obtener la mayor cantidad de adhesiones (43%). En cuanto al resto de los pedidos, podemos decir que nombran 10 áreas que se encuentran en un nivel parecido en cuanto a porcentajes, excepto por “Multimedia” que se destaca con el doble de porcentaje que los anteriores.



De estos resultados tenemos dos lecturas. En primer lugar, los contenidos de diseño Web de la currícula son insuficientes y además se hace más notoria la falta, debido a la fuerte tendencia a publicar en el medio digital. Por otro lado, debemos tener en cuenta que a pesar de la fuerte necesidad de aprender sobre los medios digitales, los alumnos están solicitando otros contenidos que hoy se pueden ver opacados por la influencia de la Web.

Cuando se indagó sobre la posición de los sujetos frente al mercado, hemos obtenido una respuesta casi unánime de que hace falta conocer más sobre Diseño orientado a la Web, puesto que es un tema de moneda corriente estos días. Por otro lado acuerdan que es indispensable seguir adquiriendo conocimientos nuevos, en todos los aspectos que tocan al Diseño (tecnologías, software, tendencias, etc.). También es importante destacar que hay que profundizar sobre los conocimientos ya adquiridos durante la formación académica.

Los conocimientos que admiten poseer en mayor cantidad son, de imagen corporativa (42%) y diseño editorial (24%). Los restantes se mantienen en niveles muy parejos, y vemos esto reforzado por la respuesta del 10% de los entrevistados que opinó que tienen todos los saberes en un mismo nivel.



4.4.2 Diseño de Identidad

Hemos encontrado distintas muestras de isologos y nombres en los sitios que los encuestados han mencionado. A saber: Linkóromo, Blue Vertigo, Nodiseño y Creatiu.com.



CREATIU.COM



En el caso de Linkódromo y Nodiseño, los logotipos respetan la forma verbal del nombre y no se limitan a las posibilidades de los dominios de la Web. Es decir, el primero usa tilde y el segundo la letra "ñ". Es necesario aclarar que las url con caracteres como los recién descritos no están en uso en la Web.

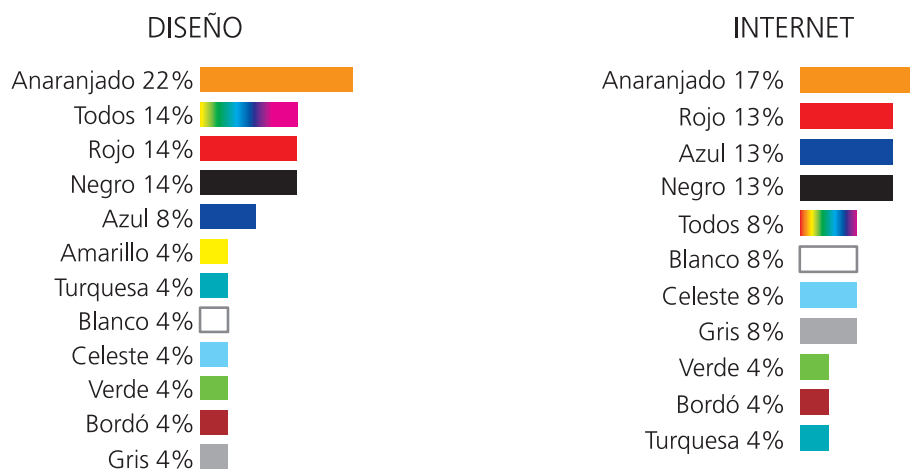
Los nombres, a priori, están relacionados con el contenido del sitio, excepto por "Blue Vertigo".

En general, no se aprecia una coherencia en la comunicación de la identidad de cada sitio a través de los isologotipos. Podemos, entonces, afirmar que se trata de diseños arbitrarios. En Nodiseño encontramos que el isotipo es un perro, en Blue Vertigo una forma abstracta, en Linkódromo un "bullet" o viñeta, mientras que Creatiu se limita a la utilización de logotipo solamente.

El logo de Blue Vertigo está diseñado en base a una tipografía especial desarrollada para tal fin.

En cuanto a las posibilidades de representación del medio, los logotipos son todos estáticos, no presentan ningún tipo de animación.

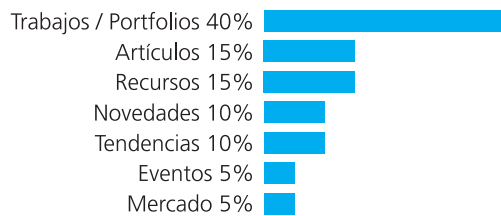
Linkódromo, Creatiu y Blue Vertigo utilizan un color para el diseño del logotipo, mientras que Nodiseño, suma un segundo color para hacer la sombra del logotipo. En relación a este tema, los estudiantes encuestados relacionan al diseño y a la Internet con los siguientes colores y en dichos porcentajes.



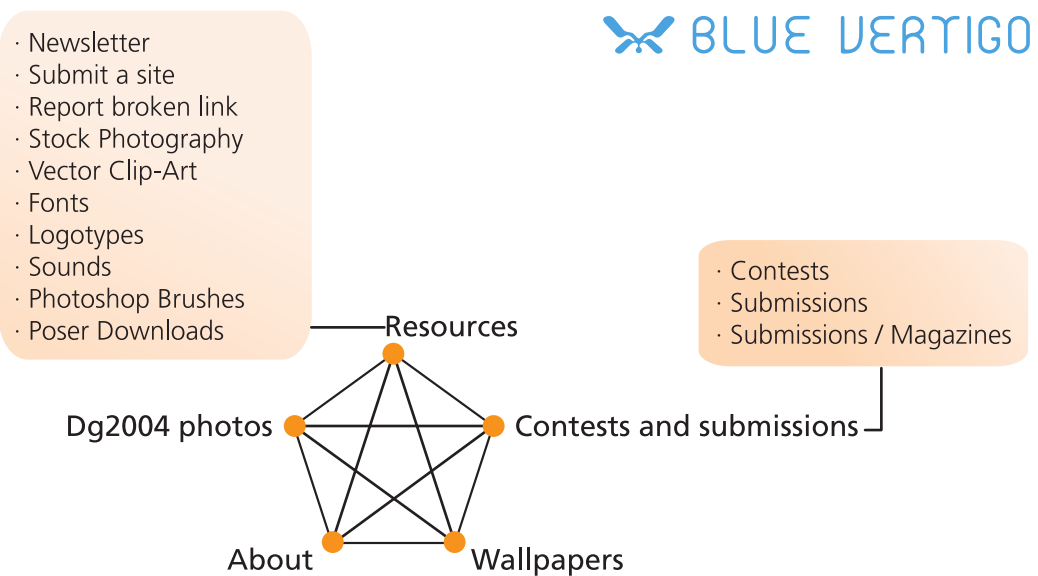
Se puede apreciar que el color con el cuál, el público objetivo identifica al diseño y a la Internet, es el naranja o anaranjado.

4.4.3 Arquitectura de información

Cuando se encuestó a los estudiantes de diseño, encontramos un indicio interesante sobre las secciones a las cuáles les interesaría ingresar en un sitio Web pensado para ellos. Éstos son los resultados:

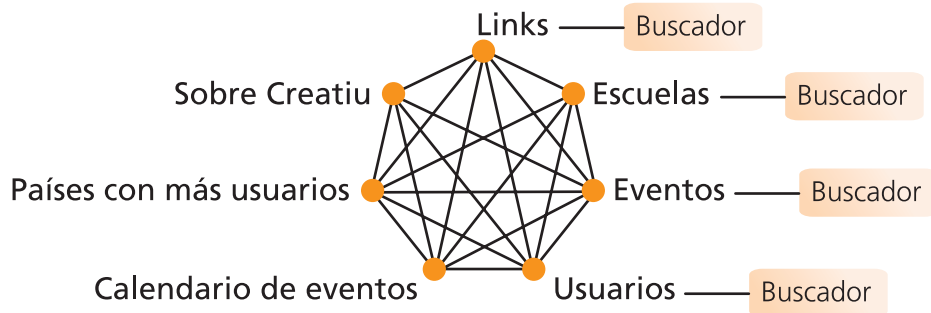


Se han analizado los cuatro sitios mencionados anteriormente en lo que respecta a su arquitectura de información. Los resultados han sido los siguientes:

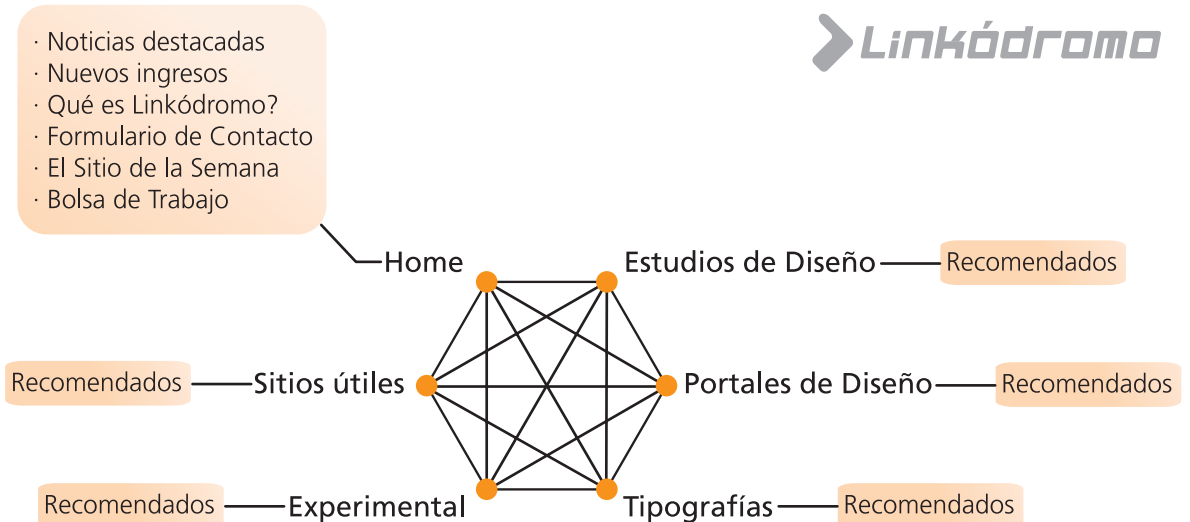


Blue Vertigo utiliza una estructura de hipertexto mixta, donde podemos apreciar una distribución reticular en la que se comunican "Resources", "Contests and submissions", "Wallpapers", "About" y "Dg2004 photos", y otra formación del tipo jerárquica, en la cuál aparecen las secciones internas de "Resources" y "Contests and submissions".

CREATIU.COM

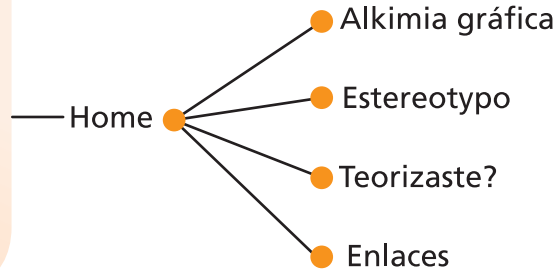


Creatiu adopta también una estructura general en base a la disposición reticular y la integra con una lineal en el caso de los accesos a "Buscador".



En el caso de Linkódromo, también apreciamos una estructura mixta, pero esta vez además de la reticular y la jerárquica, se suma una estructura lineal en el caso de cada una de las secciones en relación con "Recomendados".

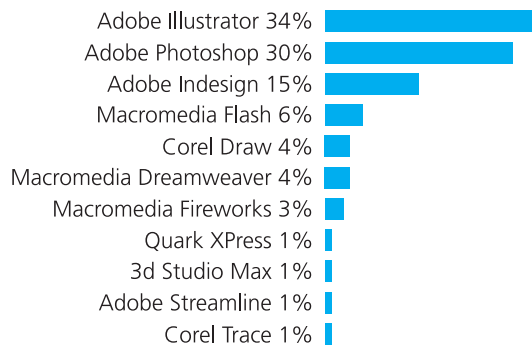
- Él expone
- Noticias
- Novedades
- Protagonista
- Nos enseña
- Profesiones
- Sitios amigos
- Newsletter
- Libro de visitas
- Acerca de NOD
- Contacto



A pesar de utilizar una estructura mixta, el caso de Nodiseño es distinto a los anteriores. Utiliza una disposición jerárquica en lo que respecta a los enlaces que se encuentran a la derecha de la gráfica, y una organización paralela en las secciones que se encuentran en la Home (izquierda del gráfico).

A partir de los análisis realizados se observa que 3 de los 4 sitios analizados utilizan la estructura de hipertexto reticular, con lo que posibilitan una navegación libre al usuario, ya que no restringen esa posibilidad. Además en los cuatro casos se observa que los distintos tipos de organización se complementan con otros para poder funcionar de la manera requerida.

En las entrevistas a los alumnos se les consultó sobre la utilización del software de diseño, más precisamente la pregunta realizada fue: "¿Con qué programas de diseño te sentís más familiarizado?". Los resultados son mostrados por la siguiente gráfica:



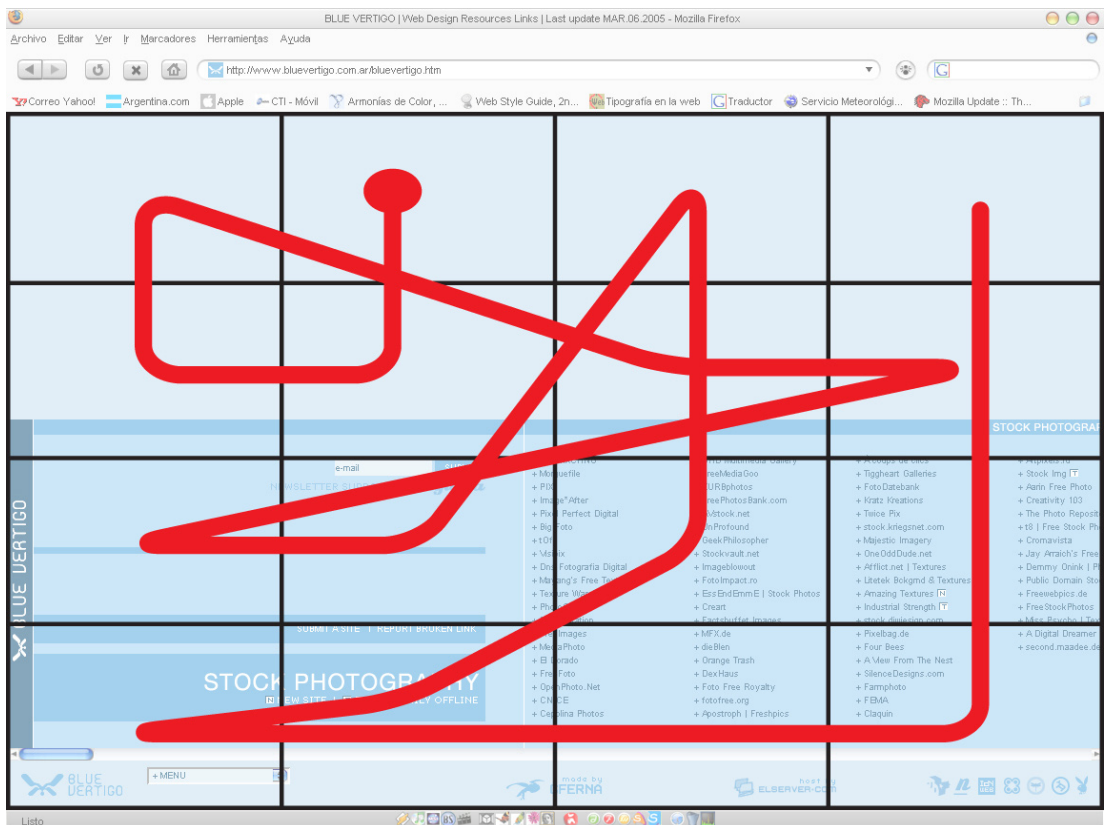
Si bien en un primer momento se pensó que podría adoptarse un modelo de arquitectura de información conocido para el público objetivo, tomando como referencia los programas de Adobe (Photoshop e Illustrator), es necesario aclarar que dicho software y el sitio Web que se pretende diseñar, a través de este proyecto, tienen objetivos distintos. Los primeros se utilizan para trabajar y la página Web tiene como meta que el usuario busque información de una manera ágil y dinámica.

El error que se cometió en un primer momento fue mezclar dos conceptos distintos que son familiaridad y funcionalidad. Se pensó que el primero daría como resultado el segundo, sin tomar en cuenta los objetivos.

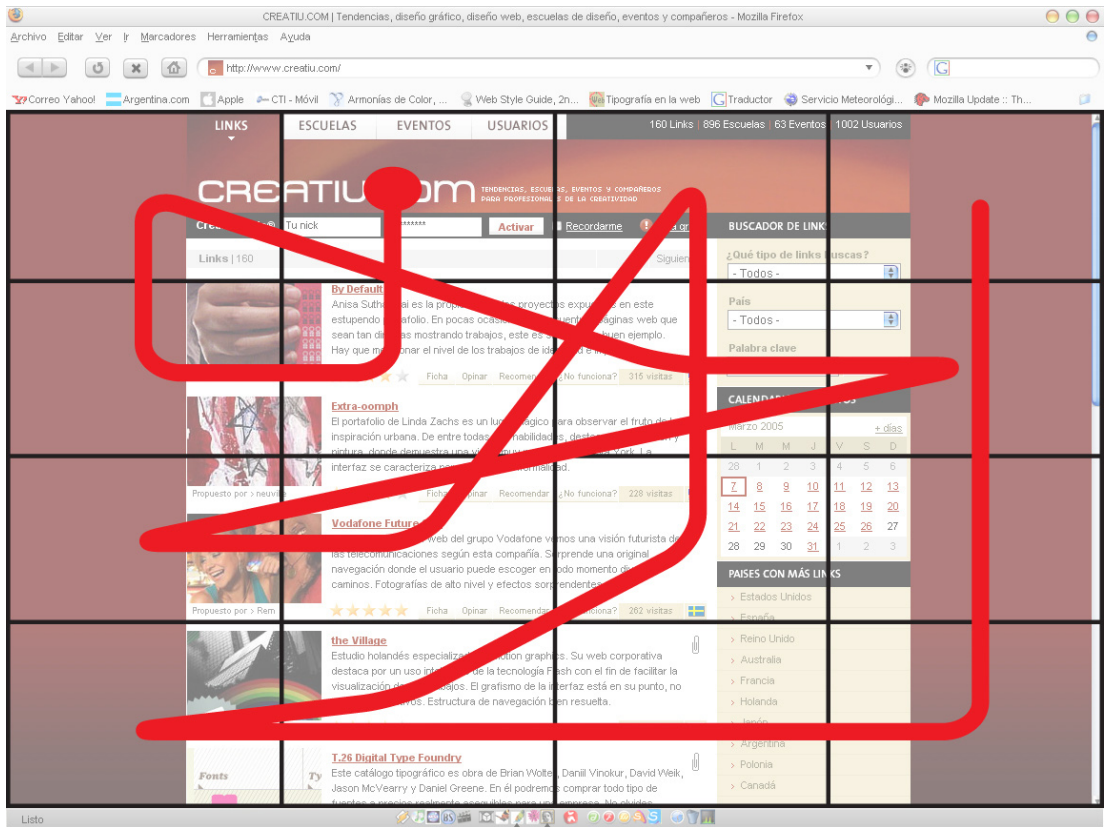
4.4.4 Interfaz

4.4.4.1 Eyetrack

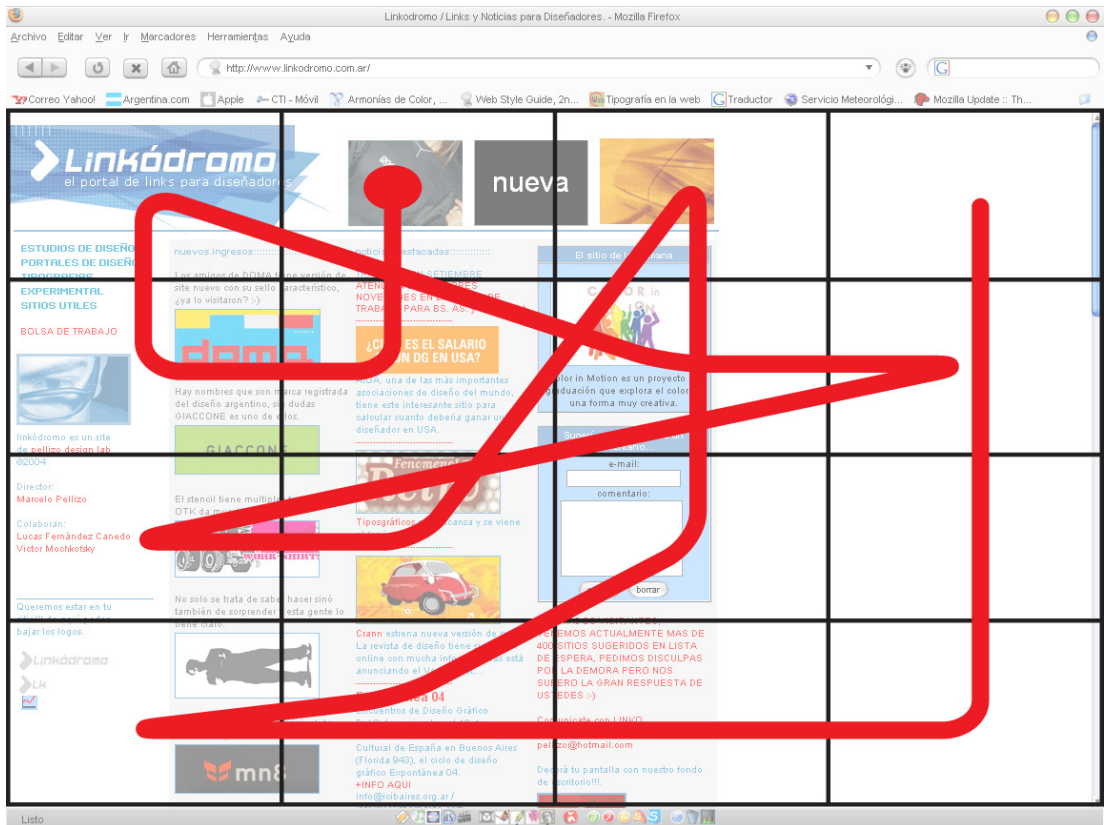
Para el análisis de la interfaz de los sitios que fueron mencionados por los entrevistados, se ha tomado como parámetro el estudio del “eyetrack”. Más precisamente se sometió a los sitios a la grilla que demuestra el recorrido del ojo por la pantalla.



Blue Vertigo desafía el eyetrack, de alguna manera. Trabaja toda su interfaz gráfica en la parte inferior de la pantalla, obligando al usuario a recorrerla. El punto positivo de este sitio es que concentra en muy poco espacio visual la información, y además aprovecha correctamente esa reducida área para diagramar la información.

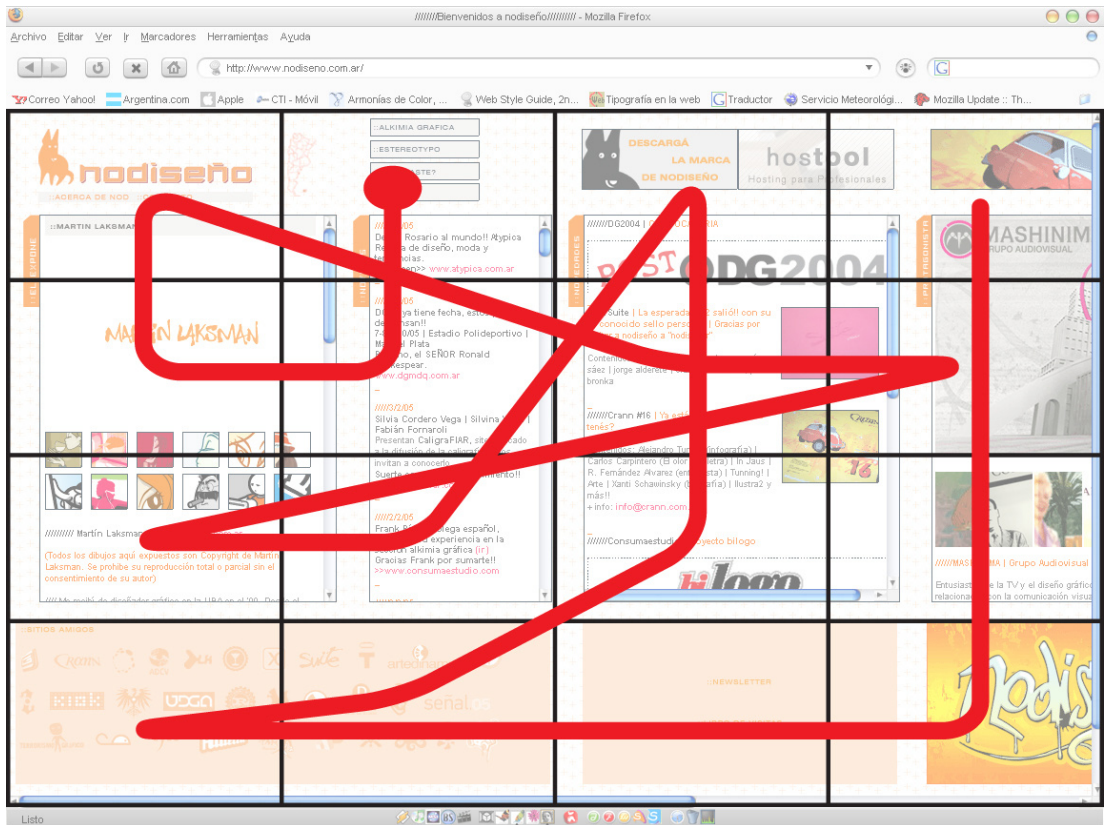


En Creatiu, guiándonos por el eyetrack, el usuario recorre el sitio comenzando por el logotipo y los controles de navegación, luego por el contenido y finalmente por la columna ubicada a la derecha del contenido. Se puede afirmar que el seguimiento de la vista concuerda con el estudio en cuestión.



Linkódromo también aprovecha el eyetracking. Lo primero que ve el usuario es el aviso publicitario, luego el contenido, el logotipo, los controles de navegación y luego otra vez vuelve a repasar todo el contenido.

Aprovechar el recorrido del eyetracking garantiza la visualización de los contenidos que el diseñador disponga, así como también se pueden definir prioridades de lectura, puesto que algunos contenidos deben ser visualizados antes que otros.



En Nodiseño, el usuario recorre los contenidos presentado a priori, en su totalidad. En un primer escaneo del sitio, puede reconocer las secciones que se le presentan. En el recorrido comienza por los botones de navegación, baja al contenido, luego visualiza el isologotipo, y continúa recorriendo es resto de la pantalla.

4.4.4.2 Colores utilizados

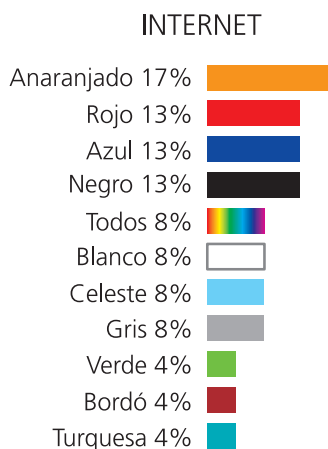
Se han enumerado los colores puestos en uso en la interfaz gráfica de cada uno de los sitios que venimos analizando:

- Blue Vertigo: el sitio está diseñado en base a una gama de 4 colores azul-celestes (#0E4F78, #49A4DD, #9ACFF1, #C3DEEF) más la utilización del color blanco (#FFFFFF).
- Creatiu.com: predominan colores rojos oscuros (#650100, #B22804, #4D0000) en el fondo y el encabezado. Dónde se muestra el contenido el fondo es de color blanco (#FFFFFF). También son utilizadas bandas negras (#000000) para resaltar secciones e información. Aparece sobre la derecha

de la pantalla un color ocre (#F0E6C3) para secciones que siempre son mostradas. Los textos de contenido son negros (#000000) y los links y títulos que acompañan a dichos textos son bordó (#941400). También se utiliza el blanco (#FFFFFF) y un ocre oscuro (#757055) para otros textos.

- Linkódromo: De acuerdo con el diseño de imagen visual, utilizan una gama de colores azules y celestes. Son los siguientes: #0B479E, #2270B8, #588EC7, #4797CB, #4BA3DD, #8DB7E1, #4596CB, #99CCFF, #6699CC. Fondo general: blanco (#FFFFFF). Fondo donde se muestra el contenido de la home: gris claro (#EFEFEF). Fondo donde se muestra el contenido de páginas secundarias: blanco (#FFFFFF). Texto: azul-celeste (#4596CB), rojo (#FF0000), gris oscuro (#666666), gris medio (#999999). También hay textos en blanco y negro pero están ubicados en un recuadro en la home.
- Nodiseño: predomina el color naranja con tres variaciones de intensidad (#FA7F17, #F9B377 y #FCD9BB). También se utiliza un gris claro (#F1EFED) para el fondo de los encabezados y para cuatro botones. La tipografía utiliza cuatro colores: gris oscuro (#333333) para los textos; naranja (#FF6600) para títulos, fechas y firmas; magenta (#FF3366) para los enlaces; y blanco (#FFFFFF) para las solapas naranjas que aparecen.

Según los resultados obtenidos de las encuestas el color más relacionado con la Internet es el naranja o anaranjado (17% de las opiniones). Repetimos la tabla de resultados sobre dicha pesquisa:



4.4.4.3 Tipografía

La decisión de la tipografía que se utilizará para ofrecer el contenido al usuario en el sitio es de mucha importancia, debido a los aspectos de legibilidad que esta conlleva. Como consecuencia de esta preocupación, se relevó la información pertinente sobre los sitios Web:

- Blue Vertigo: Tiene predefinida la utilización de la fuente sans serif que el sistema tenga como predeterminada, y con un cuerpo "default", normal, según Macromedia Dreamweaver. Además es utilizada otra fuente sans serif para los títulos, pero se encuentra en formato gif.
- Creatiu.com: Es utilizada la fuente tipográfica Verdana y con un cuerpo "default", normal, según Macromedia Dreamweaver.
- Linkódromo: Es utilizada la fuente tipográfica Verdana con un cuerpo de 1 para los textos en general y con uno de 2 para los títulos, según Macromedia Dreamweaver. Además se aplica la variante Bold o Negrita de dicha tipografía.
- Nodiseño: Es utilizada la fuente tipográfica Trebuchet y con un cuerpo "default", normal, según Macromedia Dreamweaver.

Como primera conclusión podemos decir que las fuentes preferidas para estos sitios ingresan en el grupo de las sans serif. Y siendo más específicos, encontramos que Verdana es utilizada en dos casos, Trebuchet en uno y en el restante se define para el uso cualquier fuente tipográfica del tipo sans serif.

Según un estudio de legibilidad y comprensión en la Web, realizado por Ferrari y Short⁴², la fuente tipográfica Verdana, posee los menores tiempos de lectura en la Web, en relación con otras fuentes de sistema. Dicho estudio también afirma que la mejor combinación de colores para leer desde un monitor, es la de negro (tipografía) sobre blanco (fondo).

Vale aclarar que dichos resultados han sido medidos en base a dos variables, velocidad de lectura y comprensión del texto.

[42] <http://bigital.org/tipo2-venancio/> (enlace activo en Marzo de 2004)

4.4.4 Resolución óptima para la navegación

Un aspecto importante es definir en qué monitores (medida en pulgadas) y con qué resolución se verá el sitio Web. Para esto se indagó en este tema a los estudiantes, lo que arrojó los siguientes resultados.

Según los porcentajes el 65% de los estudiantes de diseño, usa el monitor en una resolución de 1024x768, y en la misma proporción posee pantallas de 17 pulgadas.

RESOLUCIÓN DEL MONITOR

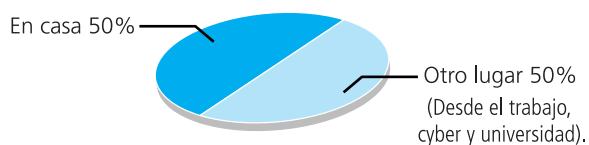


PULGADAS DEL MONITOR



Nadie respondió a la encuesta con una resolución menor a la antes mencionada.

Hasta aquí se podría afirmar que sería conveniente diagramar el sitio para una pantalla de 17 pulgadas, trabajando a una resolución de 1024x768 pixels. Pero no podemos estar tan seguros de acuerdo a lo que nos indica el siguiente dato:



Al no acceder a la Internet desde su computadora, nos restringe la capacidad de conocer los formatos y resoluciones de pantalla. Entonces se debe optar por el estándar de 800x600, para posibilitar la visualización en cualquier pantalla.

Los sitios analizados arrojaron los siguientes resultados:

- Blue Vertigo: puede navegarse sin dificultades a partir de una resolución de pantalla de 800x600. Igualmente no presenta “dificultades” por dos puntos. Primero porque la altura en pixels del sitio no sobrepasa los 410. Y segundo, la navegación del sitio es vertical y no es posible verla por completo con ninguna resolución de pantalla.
- Creatiu.com: se puede navegar sin inconvenientes a partir de una resolución de 800x600.
- Linkódromo: puede navegarse sin dificultades a partir de una resolución de pantalla de 800x600.
- Nodiseño: el sitio es bastante particular, puesto que no se adapta correctamente a las distintas resoluciones de pantalla, puede que con una de 1280x1024 se vea mejor, pero la realidad es que desde 800x600 es navegable.

En conclusión, será más apropiado diseñar el sitio para que pueda ser visualizado a partir de una resolución de 800x600 pixels.

4.4.4.5 Controles de navegación

En cada uno de los sitios vistos se encontró distintas maneras de generar los controles de navegación.

En Blue Vertigo, el control principal de las secciones del sitio es un “List/Menu” que se despliega para permitir el acceso a ellas. En lo que resta sólo son links de texto los que pueden accionarse.

Creatiu, dispone que para acceder a las secciones principales, se lo debe hacer mediante los botones en la parte superior del sitio en forma de imagen. El resto de los enlaces son todos de texto.

Cuando se navega por Linkódromo, nos encontramos con un pequeño menú de navegación a la izquierda de la pantalla, con formato de texto (a pesar de ser una imagen gif). Los controles restantes los encontramos en formato de

texto “real” (no imagen simulando texto) y se encuentran en el contenido que es desplegado por Linkódromo.

Finalmente, en Nodiseño, las barras de scroll juegan un papel fundamental en el recorrido por el sitio, tanto en el aspecto general como en los recuadros que presentan contenido. Los botones, son en general enlaces de texto excepto algunos que son imágenes gif.

Vemos que la combinación entre enlaces de texto y en formato de imagen es una solución acertada, por dos puntos. Primero que se puede controlar la estética del sitio generando controles de navegación con formato de imagen de mapa de bits. Por otro lado, con los links de texto se logra agilizar la navegación puesto que la página tiene menos peso en bites.

4.5 Creatividad

4.5.1 Contenido

En base al análisis del plan de estudio y de las encuestas a los estudiantes de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Empresarial Siglo 21, se llegó a la conclusión de que los objetivos del contenido del sitio Web deben ser, por un lado, profundizar los contenidos aprendidos en la universidad, y por otro, introducir nuevos conocimientos, sin pretender reemplazar a los institutos educativos. Lo que se persigue con el contenido es generar en el estudiante la iniciativa de aprender constantemente.

4.5.2 Diseño de Identidad

4.5.2.1 Conceptos

En base a los conceptos que Cháves⁴³ propone analizaremos al sitio Web para estudiantes de diseño. Sin embargo, y debido a que se encuentra en una etapa proyectual, se tomará sólo el correspondiente a “Identidad”.

Identidad

La principal fortaleza del sitio debe ser la comunidad que se desea generar, es decir que una vez encaminado se regenerará en sus contenidos logrando una actualización constante. El otro aspecto fundamental es el saber, el conocimiento que se podrá encontrar y compartir en el sitio.

Como se puede observar, ambos conceptos son

[43] Cháves, Norberto. La Imagen Corporativa. Teoría y Metodología de la Identificación Institucional. Editorial Gustavo Gili, México, Barcelona, 1996.

interrelacionados e interdependientes, y se transforman en los pilares del proyecto.

A partir de estas definiciones definimos qué conceptos transmitirá el discurso institucional. Éstos, indudablemente aparecen, también, ocultos y pueden ser leídos entre líneas en los objetivos del presente proyecto.

Como ya se ha especificado, este futuro sitio Web estará destinado a estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico, con la finalidad de que estos puedan ampliar su formación académica y aporten nuevos contenidos y/o inquietudes a través de dicho sitio. Entonces, los conceptos que subyacen a este proyecto son:

- Comunidad: según la Real Academia de la Lengua Española, el término “comunidad” tiene diferentes acepciones. En el presente proyecto tomamos en cuenta la que lo define como: “Conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes.”. El sitio Web que se pretende diseñar, desea crear una comunidad de estudiantes de diseño, para que éstos puedan intercambiar información útil y pertinente al ámbito del diseño. Entonces podemos definir que el interés que vinculará al público objetivo del sitio será el diseño, y la característica que los reunirá es que son estudiantes de diseño, valga la redundancia.
- Saber: el sitio tiene como objetivo ampliar la formación académica de los estudiantes de diseño, y justamente el pilar fundamental del mismo será el conocimiento, el saber. Ésta será la manera de lograr los objetivos planteados.
- La participación activa: ya definido el concepto de comunidad, lo que se busca con este ítem es lograr que no sólo se forme parte, sino que se participe activamente, que se compartan dudas y conocimientos sobre el diseño. Es decir, “si yo se esto, por qué no exponerlo y ayudar a otro, que me dirá como hacer lo que necesito”.
- La autodidaxia: cada usuario que inicia la acción de búsqueda de información está iniciando un patrón de comportamiento autodidacta. Y en esencia es lo que este sitio plantea, la capacidad de cada alumno de poder instruirse en contenidos que no son ofrecidos por la formación académica que está recibiendo o que ha recibido.

4.5.2.2 Nombre

Ya definidos los conceptos a trabajar se debe decidir cuál será el primer componente identificador del sitio, su nombre.

Para la elección del mismo, se realizó una lista que respondiera a los conceptos que debe reflejar el sitio. A continuación se detalla dicha enumeración:

- buscodiseño.com.ar
- estudiodiseño.com.ar
- masdediseño.com.ar
- sédiseño.com.ar
- infodesign.com.ar
- infodiseño.com.ar
- formardiseño.com.ar
- hacerdiseño.com.ar

Antes de continuar, dos aclaraciones. En primer lugar el dominio se decidió hacerlo “.com.ar” debido a la ubicación geográfica de dónde nació el proyecto (la República Argentina). Segundo, la letra “ñ” puede ser incluida en dominios desde hace un tiempo, pero no pueden ser utilizados. Si, se ha abierto una base de datos provisorios para poder registrarlos, pero no podrán ser usados hasta que no se autoricen, y según varios artículos es una posibilidad muy remota.

Entonces por qué utilizar la “ñ”, simplemente porque si la reemplazamos en la palabra “diseño” por una “n” se pronunciaría “diseno”. Y no sería agradable escuchar que algo se está negando así mismo “dise-no”. Por lo pronto el dominio deberá escribirse con “n” pero se llamará con “ñ”.

Aclarados los puntos anteriores, es momento de anunciar el nombre elegido: “sédiseño.com.ar”. La explicación es sencilla. Por un lado el nombre nos dice que “sabe de diseño”, entonces será interesante que visitemos un sitio dónde alguien sabe sobre lo que estamos buscando. Y por otro lado es la abreviatura de “Sitio para Estudiantes de DISEÑO”.

Como información afin, es necesario dejar sentado que el registro del dominio correspondiente ya ha sido efectuado. Par constatarlo se puede ingresar a www.nic.ar y efectuar la consulta.

4.5.3 Arquitectura de Información

Para lograr un sitio ágil, dónde la información sea de fácil acceso y la interfaz no sea un obstáculo, se tomará como base para la arquitectura de la información del sitio, un modelo reticular, donde cada uno de los nodos se comunica con los restantes formando una red totalmente interactiva que permite un alto grado de navegabilidad y usabilidad.

4.5.4 Diseño de la Interfaz

Para el diseño de la interfaz gráfica se tomará como base para la diagramación, el estudio del eyetrack, para poder presentar un contenido ordenado en base a la lectura en pantalla.

Además, las dimensiones del sitio se basarán en una resolución en pantalla de 800x600.

4.6 Materiales – tecnologías

Para en funcionamiento el sitio se utilizará tecnología PHP, que es un lenguaje para programar scripts desde el servidor, que son introducidos en el código HTML. Cuando el usuario quiere ver una página Web, introduce el comando en el navegador, y lo que ocurre con PHP, es que se le está solicitando una página a un servidor que se encuentra programada en ese lenguaje y cuando es ejecutada se convierte en HTML y para ser mostrada a la persona. Esto ahora bytes puesto que la información está almacenada en bases de datos que viajan más rápidamente con este sistema.

El Foro que se pretende introducir en el sitio está programado en PHP y para colocarlo sólo basta descargarlo gratuitamente de www.phpbb.com. Dichos foros son los más usados a lo largo de la Web y son totalmente personalizables puesto que su código fuente está disponible para quien lo desee.

En caso de no escoger la opción del foro gratuito, se puede decidir la programación del mismo.

4.7 Experimentación, Modelos y Verificación

4.7.1 Diseño de Identidad

Una vez definidos los conceptos se comenzó con la etapa de bocetos para el diseño del isologotipo.

En la búsqueda de resultados se puede ver el comienzo de un simple grafema que representa a tres personas que están uniendo sus cabezas unas con otras. Luego se trabajó sobre la abstracción de dicho boceto y se llegó al número



dos y al tres, dónde se intentaba simbolizar la fusión del conocimiento y la idea de comunidad.

En un cuarto intento se decidió virar hacia una representación más humana, buscando una pose habitual y natural en los alumnos. Lo que resultó de esa búsqueda fue



una cara pensativa, que remite al momento de reflexión de una persona. Esto se descartó porque no representaba en un cien por ciento los conceptos planteados.

Siguiendo con los gestos humanos, se comenzó con la mano que es alzada por un estudiante con dos posibles alternativas, preguntar o responder. Desde aquí se evaluó la posibilidad de malentendidos sobre sólo una mano alzada,



entonces se comenzó a trabajar sobre la imagen del alumno entera levantando la mano, y el brazo consecuentemente (en una pose anatómicamente correcta por supuesto).

Sin embargo dicho intentos quedaron descartados por la gran confusión semántica que generaba tal isotipo.

A raíz de esto se comenzó a trabajar un diseño más simple y pregnante, donde se resaltara más el concepto de "comunidad de diseño", sin olvidarnos de la presencia del saber.



Fue de esta manera, como se regresó a los primeros bocetos y de allí se partió hacia la solución. Veamos la evolución en la representación, cargada de un alto grado de abstracción.

En lo que concierne al logotipo, se evaluó la utilización de una fuente serif o una sans serif. De las primeras se escogió la tipografía Fairfield, en su versión medium italic. La elección radicó en dos aspectos, primero la relación de los caracteres con serif a los libros y por asociación al saber. Y segundo, debido a que le otorgaría, a la identidad del sitio, seriedad.

sediseño.com.ar

A pesar de esto, se decidió proponer un cambio de familia tipográfica. Fue entonces como surgió la Univers, diseñada por Adrian Frutiger. Según un artículo publicado en <http://www.myfonts.com>, Univers fue diseñada bajo un minucioso estudio de todos los elementos de la serie, lo que permite la combinación de sus variables con excelentes resultados.

séDiseño.com.ar

La fuente fue el resultado del estudio y el gran desarrollo de diseño que Frutiger realizó al diseñarla, y se decidió utilizarla, porque en cierta forma está muy emparentada a la disciplina del diseño gráfico. Además le otorga solidez al logotipo y nos brinda una amplia combinación de sus variables tipográficas.

4.7.2 Arquitectura de Información

Para poder cumplir con los objetivos del contenido, se establece que el sitio Web, tendrá las siguientes secciones:

- Artículos: en este apartado, el usuario se encontrará con subsecciones, que le brindarán al estudiante artículos y conceptos sobre:
 1. Imagen Corporativa
 2. Packaging
 3. señalética
 4. Diseño Editorial
 5. Web y Multimedia
 6. Tipografía
 7. Diseño 3d
 8. Software de diseño
- Galería: se expondrán trabajos realizados por diseñadores y estudiantes que deseen publicar en el sitio. Además se podrá encontrar piezas de diseño reconocidas y de distinguidos diseñadores de todo el mundo. Las categorías serán:

1. Imagen Corporativa
2. Packaging
3. señalética
4. Diseño Editorial
5. Web y Multimedia
6. Tipografía
7. Diseño 3d

- Recursos: enlaces a otros sitios que sean de utilidad al diseñador. La base de datos podrá ser modificada por los usuarios, enviando sugerencias. Se comenzará con las siguientes secciones: Tipografías; Imágenes; Software. Luego podrán ser modificadas o no, por los pedidos de los usuarios.
- Noticias: se informará al estudiante sobre las novedades en el área del diseño así como también sobre eventos. En una primera instancia, el usuario podrá leer las noticias del mes, y además podrá acceder a un archivo categorizado en meses y años.
- Foro: estará disponible un foro para poder hacer consultas, opinar, y de esta manera generar una comunidad activa de estudiantes de diseño.
- Buscador: el sitio poseerá un buscador interno para facilitar el acceso a la información requerida.
- Contacto: desde cualquier sección del sitio, se podrá acceder a un formulario para contactarse con séDiseño.

4.7.3 Diseño de la Interfaz

Se decidió diseñar una barra de navegación que se encuentre activa en todas las secciones. De esta forma se puede acceder a los contenidos sin necesidad de volver atrás, en el caso de que no se esté situado en la home.

En el caso de las secciones que posean subitems, dichos enlaces serán de formato de texto y se ubicarán en la parte superior del área de contenido.

Foro

Debido a que se decidió utilizar los foros que presta www.phpbb.com, se tomará como base el diseño de la

interfaz que ya posee este y se le aplicará el estilo gráfico que corresponda a la identidad visual de “séDiseño”. De esta forma quedará como un todo y no como algo externo que se ha colocado para acompañar al sitio.

4.8 Dibujos constructivos

4.8.1 Identidad Visual

séDiseño
sitio para estudiantes de **diseño**



Logotipo

Se enfatiza la palabra “sé” mediante el grosor de la tipografía y el color negro. De esta manera se responde al concepto del saber que ya hemos planteado debidamente. Además, mediante la fuerza de la palabra “sé” se intenta crear un sentido de pertenencia de parte del usuario, para hacerlo formar parte de la comunidad que busca crear el sitio Web.

séDiseño

La palabra "Diseño" se presenta con una variable tipográfica de la fuente Univers, con rasgos más delgados que la anterior. Este cambio fue realizado para equilibrar el peso visual y para generar la división de la frase y la correcta lectura de la misma. En lo que respecta a la elección del color anaranjado, se puede decir que tiene estrecha relación con los resultados obtenidos en las encuestas, debido a que los estudiantes relacionan al diseño y a la Internet con el color naranja. Además al ser un color cálido le brinda al diseño un tinte humano.

Isotipo

Es un símbolo dónde la abstracción juega un papel fundamental. Representa una mesa de debate de diseño, activa, dónde los miembros poseen un fuerte lazo de unión y un interés común: el diseño. El círculo interno, lo simboliza, y es el centro de atención de los infrasignos que lo rodean. La banda negra que rodea al mismo, y que a su vez contiene tres círculos más pequeños es la unión que tienen los estudiantes que integran la comunidad de "séDiseño". Las formas ovoides inducen a una ilusión de imagen en tres dimensiones y con movimiento, y esto favorece a la representación del concepto de "participación activa".



De esta manera vemos como en el isotipo se ven representados los conceptos que se han definido con anterioridad.

Tipografía

La elección de la fuente tipográfica Univers, radica en las formas claras y objetivas que hacen de ella una fuente legible y conveniente para casi cualquier propósito.

Univers 57 Condensed


abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789/*-+.,_:"'~^*[]{}Ç;!'?¿çº°!|"@.#\$%&/(/)=<>


Univers 67 Condensed


abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789/*-+.,_:"'~^*[]{}Ç;!'?¿çº°!|"@.#\$%&/(/)=<>

Color

Si bien el logotipo está diseñado para ser mostrado en pantalla, en necesario ampliar la paleta cromática y definir cuáles serán los colores equivalentes a los de pantalla (RGB) para medios impresos (CMYK).

 r255 g127 b0
c0 m50 y100 k0

 r0 g0 b0
c0 m0 y0 k100

 r182 g184 b187
c0 m0 y0 k22

Usos

Debido a la posibilidad de utilizar el isologotipo en otro medio que no sea el digital, se sumó el “.com.ar” al logotipo para poder darle más contexto cuando se presente fuera del mismo.

séDiseño.com.ar 
sitio para estudiantes de **diseño**

También es posible la utilización del isologotipo sin la frase inferior.

séDiseño 

séDiseño.com.ar 

Además se presentan las alternativas de reproducción para cuando el fondo adquiera los mismos colores que el isologo contiene.



También podemos apreciar la versión en negro.



Reducciones

Vemos la reducción mínima en medios impresos y la mínima en pixels para pantalla.

Con la frase inferior, estas son las medidas mínimas:



2,6 x 0,7 cm



4 x 0,7 cm

Y sin la frase:



1,4 x 0,3 cm



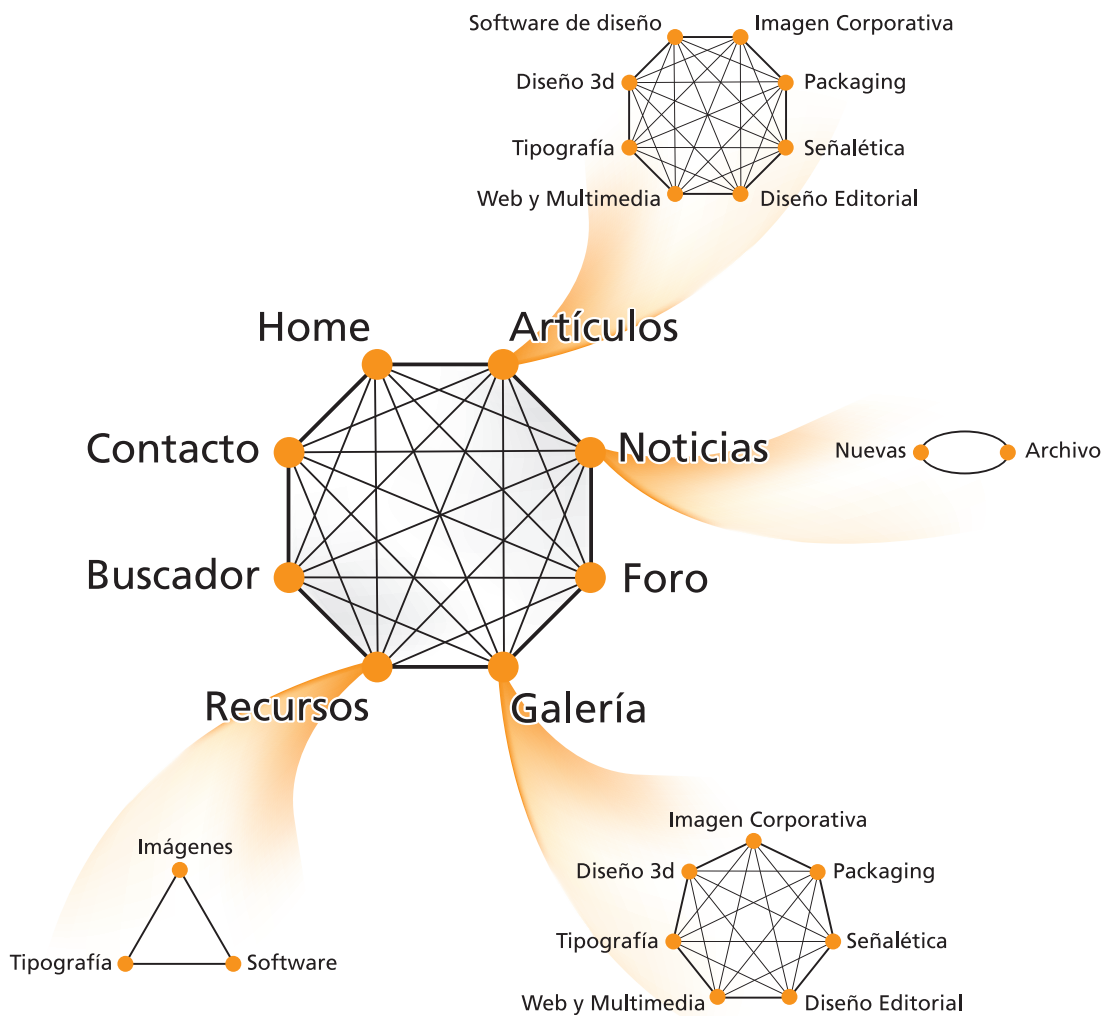
2,1 x 0,3 cm

No debemos olvidarnos las medidas mínimas recomendadas para pantalla. En el primer caso, con la frase, las dimensiones en pixels equivalen a 189x52 y 285x52. Y sin la frase a: 87x20 y 131x20.

4.8.3 Arquitectura de Información

Como podemos observar en el gráfico, el sitio se ha construido en base a una estructura reticular, que a su vez se ramifica en otras del mismo estilo. Esto garantiza el acceso rápido al contenido de las distintas secciones, ya que a través de sólo 3 "clicks" del mouse, se puede estar leyendo la información requerida por el usuario.

Mapa del sitio



4.8.2 Interfaz gráfica



El sitio fue diseñado para ser navegado en resoluciones de pantalla de a partir de 800x600.

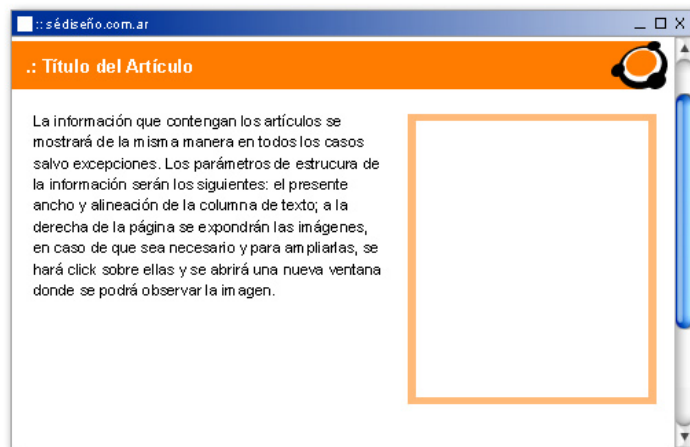
Los colores utilizados están dentro de la gama de los definidos para la identidad visual y su elección es apoyada por los resultados de las encuestas a los estudiantes de diseño.

Algunos botones han sido dispuestos en formato de imagen (la barra de navegación principal, el botón de enviar y el de buscar). Los enlaces restantes que se presentan en el sitio han sido creados en base a texto, para agilizar la carga de información.

El contenido de las secciones se muestra en dos ubicaciones. En primer lugar, en el recuadro blanco que se ubica en el centro de la página, el cuál posee propiedades dinámicas y puede alargarse para contener toda la información. En segundo lugar, se ha establecido que las noticias, los artículos y los ejemplos de trabajos (galería), sean mostrados al usuario a través de ventanas emergentes (pop-up windows).



Sección cargada por acción de los enlaces de texto que se ubican por sobre el recuadro blanco.



Ventana emergente, que muestra el contenido del artículo elegido.



Sección cargada por acción de los enlaces de texto que se ubican por sobre el recuadro blanco.



Ventana emergente, que muestra el contenido del ejemplo elegido.

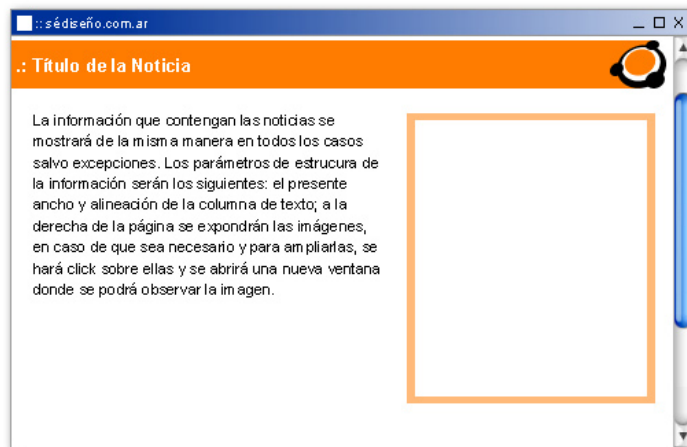


Sección cargada por acción de los enlaces de texto que se ubican por sobre el recuadro blanco.

Al hacer click sobre cualquiera de los enlaces del área de contenido, los mismos se abrirán en una ventana nueva del navegador en uso.




Sección cargada por acción de los enlaces de texto que se ubican por sobre el recuadro blanco.



Ventana emergente, que muestra el contenido de la noticia elegido.

Foro	Temas	Posts	Último Post
General			
 Anuncios Leer antes de utilizar el foro! Moderadores séDiseño	124	180	Sáb 19 Mar, 2005 8:22 pm Usuario2 →
Temas			
 Tema 1 Todo lo relacionado con tema 1 Moderadores séDiseño	124	180	Sáb 19 Mar, 2005 8:22 pm Usuario2 →
 Tema 2 Todo lo relacionado con tema 2 Moderadores séDiseño	124	180	Sáb 19 Mar, 2005 8:22 pm Usuario2 →
 Tema 3 Todo lo relacionado con tema 3 Moderadores séDiseño	124	180	Sáb 19 Mar, 2005 8:22 pm Usuario2 →
 Tema 4 Todo lo relacionado con tema 4 Moderadores séDiseño	124	180	Sáb 19 Mar, 2005 8:22 pm Usuario2 →

Quién está en línea?


 Nuestros usuarios han publicado un total de 9928 mensajes
 Tenemos 957 usuarios registrados
 El último usuario registrado es [losekavser](#)

En total hay 2 usuarios online :: 0 Registrados, 0 Ocultos y 2 Invitados [[Administrador](#)] [[Moderador](#)]
 La mayor cantidad de usuarios online fue 15 el [Me May 07, 2003 9:34 am](#)
 Usuarios Registrados: Ninguno

Conectarse

Usuario:
 Contraseña:



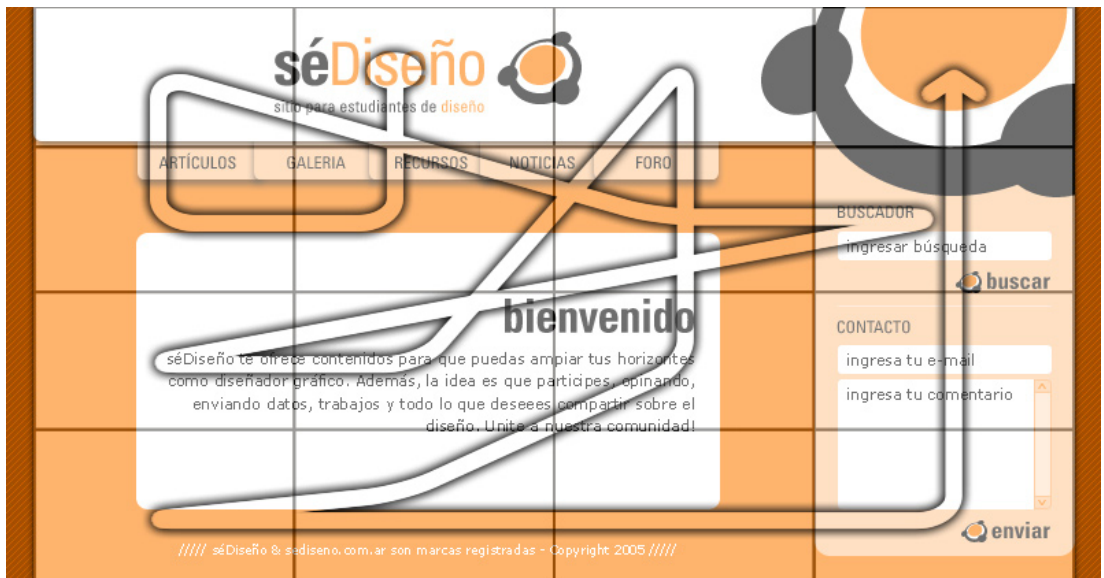
Foro

El diseño del Foro ha sido solamente un cambio de colores y se sumó el isologo de séDiseño, a una base que otorga PhpBB cuando se descarga de Internet un sistema de foros. La idea de esta sección dentro del sitio, es lograr que los estudiantes de diseño hagan de ella su lugar y los temas que en el se traten esté propuestos por los usuarios.

Eyetrack

En la imagen podemos observar, que la diagramación general de las páginas del sitio han sido diseñadas teniendo en cuenta el estudio de Eyetrack. De esta forma estamos respondiendo a un patrón de conducta visual que los usuarios presentan frente a la lectura en pantalla.

Además nos posibilita ordenar la lectura del sitio según las prioridades que tengamos.



Conclusiones

Para concluir este proyecto, es debido aclarar que se han logrado los objetivos planteados, llegando a una resolución de un problema que pretende servir a la formación académica de los estudiantes de diseño de hoy en día.

La búsqueda de información teórica no fue fácil. No se encuentra gran cantidad de contenidos sobre la Web, sin embargo debo agradecer a las posibilidades de búsqueda que ofrece Internet. Básicamente se recurrió al medio para el cuál se estaba diseñando, ya que existe allí un fenómeno de compartir abiertamente el conocimiento, y por supuesto fue extremadamente útil.

Revisando lo que encontramos en la Web y comparándolo con el presente trabajo, hay una diferencia en la perspectiva planteada por el segundo. Es que el sitio "séDiseño.com.ar" está enfocado para fomentar el conocimiento de una manera más guiada y ordenada, además de contemplar un panorama amplio del diseño en cuanto a los contenidos ofrecidos.

Hay que hacer la aclaración que las encuestas realizadas a los veinte estudiantes que colaboraron desinteresadamente, fueron altamente productivas y son pieza fundamental en el recorrido hacia el cumplimiento de los objetivos planteados. En relación a los resultados que arrojaron, aparecieron algunas respuestas que sorprendieron, otras que confirmaron los supuestos que tenía y muchas que aportaron datos "frescos".

El contenido del sitio está dado por las necesidades que los alumnos plantearon. Es interesante que lo que más reclaman ver, son trabajos de otros diseñadores. Igualmente un buen porcentaje de los encuestados apuntaron hacia artículos sobre temas de diseño. Y en ese pedido se evidencia la necesidad de aprender y ampliar su formación académica.

En base a la definición del contenido y al objetivo de brindarle al usuario la información de manera ágil, planteé la arquitectura del sitio en base a un sistema de estructura reticular. Ésta favorece la navegación, gracias a las posibilidades de conexión entre nodos. La elección del modelo radicó en la agilidad con la que el usuario puede desplazarse por el contenido del sitio, ya que se pretende brindar información y no que el navegante divague por la página Web en busca de "migajas de contenido".

En los aspectos relacionados al diseño de identidad, debo afirmar que se ha logrado una imagen fuerte, pregnante

y que responde a los conceptos definidos. Es una forma dinámica que en su isotipo simboliza la esencia misma del sitio y del proyecto en toda su dimensión.

La interfaz gráfica fue diseñada de manera simple, pero no elemental, tratando de no confundir los centros de atención que deben resaltar. Se buscó una estructura de navegación clara, que no sea un obstáculo para el usuario. Además se tuvo en cuenta la cantidad de clicks con el mouse que se debe hacer para acceder al contenido y podemos decir que con tres, ya se logra el objetivo.

Anexo

5.1 Plan de la Carrera de Diseño Gráfico

Primer Año

Primer Semestre

- Comportamiento del Consumidor
- Técnicas de Investigación
- Técnicas de Dibujo
- Morfología I
- Comunicación Visual
- Idioma Extranjero I

Segundo Semestre

- Diseño Gráfico I
- Diseñomática I
- Morfología II
- Producción Gráfica Marketing I
- Idioma Extranjero II
-

Segundo Año

Tercer Semestre

- Estética
- Diseñomática II
- Creación Publicitaria I
- Tipografía I
- Diseño Gráfico II
- Idioma Extranjero III

Cuarto Semestre

- Semiótica
- Comunicación Organizacional
- Diseñomática III
- Cultura Organizacional
- Diseño Gráfico III
- Idioma Extranjero IV

Tercer Año

Quinto Semestre

- Diseño Gráfico IV
- Ética y Deontología Profesional
- Diseñomática IV
- Redacción Publicitaria
- Fotografía
- Idioma Extranjero V

Sexto Semestre

- Historia del Diseño
- Diseño Gráfico V
- Planeamiento de la Comunicación I
- Seminario de Práctica
- Tecnología
- Idioma Extranjero VI

Cuarto Año

Séptimo Semestre

- Gestión Ambiental
- Tipografía II
- Materia Electiva I
- Marketing de Servicios Profesionales
- Sociología de los Medios de Comunicación Social

Octavo Semestre

- Materia Electiva II
- Práctica Profesional
- Diseño de Páginas
- Materia Electiva III

Título: Técnico Universitario en Diseño Gráfico

Quinto Año

Noveno Semestre

- Seminario Final
- Materia Electiva IV
- Merchandising y Diseño
- Materia Electiva Optativa

Título de grado: Licenciado en Diseño Gráfico

5.2 Estudio de Eyetrack

A continuación se transcribe el texto que explica de qué se trata el estudio del Eyetrack¹:

Welcome to Eyetrack III

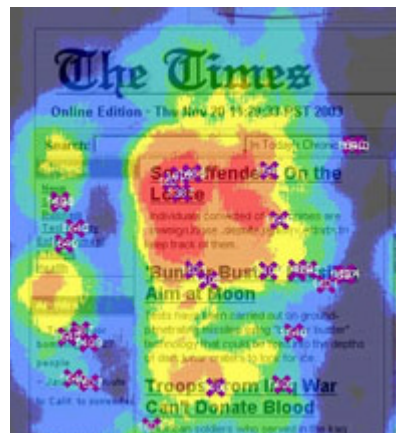
How much do we really know about how people read news websites? We can track their behavior clicking through a site visit. We can collect personal information. We can ask them questions. But that presents a small part of the full picture. To get the rest, we need to climb inside their heads and look through their eyes as they view online news sites -- to peer into their minds and see patterns that even they don't consciously see.

That, remarkably, is what we've done. The Poynter Institute, the Estlow Center for Journalism and New Media, and Eyetools Inc. in late 2003 took 46 Internet users and looked through their eyes -- utilizing sophisticated and non-intrusive "eyetracking" equipment -- as they each spent an hour reading news websites and multimedia news content. We used the Eyetools Analysis Solution Suite to capture and process the data and looked to the company's experts to help us compile the initial findings. What we learned is the subject of this website.

So what might you do with all these findings? Can you extrapolate from the behavior of our 46 participants to the much larger audience of the website you manage? The simple answer: "No, putting this research to use is more complicated than that."

We've done our best to simplify the complications, though. First, we recommend you read Howard Finberg's characterization of Eyetracking as a tool rather than a solution. Then we suggest you seek a more detailed understanding of how and what Eyetracking actually measures from Eyetools president Colin Johnson. Finally, browse the FAQ -- and additional links on the left side of this page -- in pursuit of additional info. Please send your additional questions to the researchers by using the Ask the Eyetrackers page.

Written by Steve Outing and Laura Ruel, project managers; research and tools by Colin Johnson, Greg Edwards, and Leslie Kues of Eyetools Inc.



More than pretty colors: This "heatmap" generated by Eyetools software from the Eyetrack III study shows aggregate eye fixations and viewing of a news website homepage.

[1] <http://www.poynterextra.org/eyetrack2004/about.htm>
(enlace activo en Enero de 2005)

5.3 Encuestas

Nombre: Ramiro

e-mail: ramirofreuter@hotmail.com

p1: Buena.

p2: Positivos algunos profes y negativo el plan de estudio.

p3: En la pelea...luchando contra un mercado cada vez mas desleal.

p4: Sip-.... todos los que sean posibles.

p5: Amplios conocimientos en imagen corporativa...y me gustaría tener mas en Web.

pr6: A veces.

pr7: No.

p8: portalpublicitario.com porque tiene tipografías y logos vectorizados.

p9: Tipografías...artículos....trabajos

pr10: 17

pr11: 1280x1024

p12: En mi casa

p13: Muchas... por lo menos 8 y para fines personales y académicos.

p14: No recuerdo ninguno.

p15: No.

p16: Con los de Adobe...con Corel.

p17: Me es indistinto.

p18: Al diseño con todos... a Internet con el rojo.

Nombre: Mariano Fontana

e-mail: marfontana@hotmail.com

p1: Mira, creo que no nos podemos quejar. La formación académica que recibimos es bastante completa, aunque tiene sus falencias, sobre todo en lo respecta a la tipografía.

Creo que la tipografía no es un tema menor en el diseño gráfico y que no alcanza con 2 cuatrimestres de cursado solamente.

p2: Como te dije antes, encuentro muchos aspectos positivos, vemos un poco de todo, un pantallazo general del diseño grafico, me parece, creo, que falta un poco profundizar en el tema de la tipografía y diseño Web.

p3: Me veo bastante bien, creo poder desenvolverme mas o menos bien en casi todas la áreas del diseño. Creo que tenemos muchas falencias en lo que respecta al diseño Web, pero bueno, eso es también porque nuestra carrera es diseño grafico, y tal vez si uno quiere dedicarse al diseño Web, tendrá que profundizar sus conocimientos.

p4: Eso va a depender de la actividad que uno quiera realizar. Si te dedicas al diseño Web, seguramente te van a

hacer falta cursos. Creo que pasa con cualquier especialización que uno quiera hacer, si querés dedicarte a un área en particular, seguramente vas a necesitar especializarte.

p5: Humildemente, creo tener más conocimientos sobre el área de tipografía, y diseño editorial. Me gustaría seguir especializándome en esas áreas.

pr6: Si.

pr7: Si.

p8: La verdad que si, creo que toda información sobre diseño para un estudiante es importante, pero me gustaría saber un poco más específicamente que contenidos abarcaría ese sitio Web, como para poder determinar cuan útil podría ser.

p9: Novedades, conferencias de diseñadores reconocidos, Artículos sobre tipografía.

pr10: 19

pr11: 1152x864

p12: Tengo Internet en mi casa. Cablemodem Fibertel 512kb

p13: Muchas, todos los días por lo menos 8 horas. Gran parte del tiempo para navegar pero también lo uso para compartir archivos.

p14: En realidad me gustan muchos sitios, no se bien con cual es la intención de la pregunta, de todas maneras estos sitios por su contenido/navegación/usabilidad son unos de mis favoritos:

<http://www.myfonts.com>

<http://www.identifont.com>

<http://www.lanacion.com.ar>

p15: No, no tengo sitio propio

p16: Toda la suite de adobe, y Quark. Aunque también últimamente estoy probando un poco de diseño 3D con 3D max.

p17: Pablo, disculpame pero no entiendo bien la pregunta a cual es mi relación con la Mac/PC. Te puedo decir que me llevo bien con ambas plataformas aunque prefiero PC por la versatilidad y la posibilidad de acceso a ciertos programas, pero con respecto a la relación con Mac o PC tengo buena relación con ambas.

p18: Este es otro tema que prefiero no darte una respuesta contundente (para decirlo de alguna manera). En realidad, no creo poder asociar a Internet o al "Diseño" con un color en particular, me parece que, no hay un color que uno pueda decir "Sí, este color representa al Diseño o Internet", Particularmente, no encuentro un color que me represente esos conceptos y para ser sincero no creo que haya ningún color que represente conceptos tan amplios.

Nombre: Guadalupe Pereyra

e-mail: guadipe@hotmail.com

p1: Considero que los contenidos son muy buenos, sobre todo los aspectos teóricos.

p2: Aspectos Positivos: desarrollar un concepto para trabajar, seguir un método (que puede variar de trabajo en trabajo y de persona en persona), tener fundamentos para los resultados obtenidos, integrar las materias.

Aspectos negativos: faltó la bajada a realidad de algunas materias, sobre todo en cuanto a tiempos de entrega de los trabajos.

p3: Me siento preparada, competitiva, pero a medida que adquiero experiencia me doy cuenta que falta mucho por aprender y que la rapidez en el trabajo te lo da el trabajo constante, eso no se enseña.

p4: Creo que todos los de nuestra camada o la mayoría, tuvimos que hacer o haremos cursos de los programas multimedia, una falencia grande, ya que es uno de los trabajos mas demandados en la actualidad.

p5: Me siento más segura trabajando en áreas de diseño de Identidad Corporativa, Packaging, Editorial y Publicidad. Creo que afianzaría más la señalética y, obviamente lo Multimedia.

pr6: A veces.

pr7: Más o menos.

p8: Si, muchos profes nos daban sitios que nunca visité, podrían haber estado conglomerados en un sitio de cosas interesante para los estudiantes de diseño...

p9: No se.

pr10: 17

pr11: 1024x768

p12: En mi casa

p13: Aproximadamente 10 horas semanales (como mínimo). Para chequear mails, mandar muestras de trabajo, me comunico con mis clientes de esta manera. A veces busco cosas puntuales como fuentes, imágenes o cosas así.

p14:

p15: No, todavía.

p16: Photoshop, Corel Draw, Illustrator, Corel Trace, In Design, en ese orden.

p17: Con la Pc, muy buena, sigo aprendiendo, sobre todo en cuanto a rendimiento...

p18: Con todos los colores, diseñamos con todos, no?

Nombre: Nicolás López Trasmonte

e-mail: nicololopez@hotmail.com

p1: Creo que fue muy buena, por ahí se podría haber pro-

fundizado mas en la parte comercial que compete a nuestra profesión.

p2: Negativo: Ídem anterior y también se trabajo muy poco en lo conceptual del diseño grafico.

Positivo: La parte de estrategia de mkt.

p3: Creo que va a ser muy duro enfrentar tantos cambios tecnológicos, constante actualización, pero le veo un futuro enorme a DISEÑO GRAFICO y esto nos acarrea a todos los interesados.

p4: Si, constante actualización y especialización.

p5: Me gustaría mucho aprender más multimedia y Web.

pr6: Si.

pr7: Más o menos.

p8: Si, me hubiera ayudado a abrir mas la cabeza en cuanto a la decisión de seguir una carrera nueva y sentirme parte de algo ya estabilizado, con futuro y reconocimiento de social.

p9: Porfolio de una.

pr10: 17

pr11: 1024x768

p12: EN CASA.

p13: 21 HS. para chequear mails y buscar ideas.

p14: linkodromo.com, gettyimages.com y blue vertgo.com

p15: No.

p16: Illustrator, Photoshop y flash

p17: SE USAR LAS DOS PLATAFORMAS, PERO SOY PECERO A MUERTE.

p18: ROJO.

Nombre: Caro Nicastro

e-mail: mcndgr@argentina.com

p1: Fueron una buena base para comenzar.

p2: Poca práctica, poco diseño. Mucha teoría y muchas materias generales.

p3: Con mucho por aprender y por experimentar para poder crecer profesionalmente.

p4: Si, a lo mejor mas de Web, en el caso del diseñador grafico ya que la demanda es mas para ese lado.

p5: Tengo conocimiento en grafica corporativa y editorial, me gustaría aprender Web.

pr6: Si.

pr7: Si.

p8: Si, para resolver problemas a la hora de hacer trabajos o simplemente aprender cosas.

p9: Linkodromo.

pr10: 17

pr11: 1024x768

p12: Si, en mi casa y en el trabajo
p13: Todos los días! Todo el tiempo. Para trabajo.
p14:
p15: No.
p16: Illustrator
p17: Mejor PC
p18:

Nombre: Pablo López

e-mail: kukulkan@gmail.com

p1: Creo que es bastante sólida

p2: Negativos...por ahí no le dieron la atención suficiente a la parte de diseño Web...o de pagaking...o de editorial, creo se podría haber trabajado un poco mas en eso...también se podría haber echo mas cosas practicas en cuanto a métodos de impresión...como por ejemplo hacer serigrafía y cosas así...

p3: Bastante bien....salvo q la parte Web no me copa mucho, y es algo que voy a tener que hacer...pero bue...en lo que respecta al resto...bien.

p4: Como te decía antes..Web no se trabajo lo suficiente...creo que si hiciera un curso, seria por ese lado...

p5: Personalmente imagen corporativa es donde me siento más cómodo...es también lo que más me gusta desarrollar...y aprender más...y bue...nuevamente Web..Flash que ni tocamos, y cosas así, también me interesa el diseño 3D..que ahora curso como electiva...recomendado...

pr6: Si.

pr7: Más o menos.

p8: Si, los foros son importantísimos...te sirven para despejar miles de dudas...yo tengo una amiga que estudia diseño en San Juan..y ellos usan su Web para todo...muy útil...

p9: A algún portfolio, o a algún estudio importante.

pr10: 15

pr11: 1024x768

p12: buaaa tenia...ahora q me mude estoy tramitando todo de nuevo...y ahora...estoy en la facu...

p13: Muchas...no se cuantas pero muuuuchas, fines...varios, desde trabajo, onda busqueda de info, o imágenes, hasta ocio, recreación, información, actualidad, etc., etc.

p14: 1- www.deviantart.com

2-www.nodiseno.com.ar

3-www.yonkis.com

p15: www.kukulkan.deviantart.com

p16: Ilustreitor, así, a lo guaso.

p17: Nos llevamos re bien, sin quejas ni reproches.

p18: Diseño por un lado e Internet por otro? o a las dos

juntas?...juntas...anaranjado, porque naranja es la fruta...

Nombre: Carlos Capozzo

e-mail: ccapozzo@argentina.com

p1: Muy completa, pero el fallo actualizarse con el tema Web.

p2: p- profesores, mayoría de las materias.

n- poco Web, y algunas materias de más como Gestión ambiental.

p3: Actualizándome, y tratando de ubicar dentro de él.

p4: Sí, Web, 3d, y lo que las tendencias manden.

p5: Sobre identidad, diseño publicitario, editorial. Me gustaría más de packaging, Web, 3d, diseño de indumentaria.

pr6: A veces.

pr7: Más o menos.

p8: Sí, creo que generaría una comunidad en la cual estarías en contacto con otros chicos de la carrera y los aportes que allí se hagan serían muy útiles para todos. Información, eventos, parciales, etc.

p9: Trabajos publicados.

pr10: 17

pr11: 1280x1024

p12: Ciber y trabajo.

p13: Muy pocas, para buscar cosas que me hiciesen falta y revisar mails.

p14: Neostream, wrcc.com y Nike.

p15: En construcción. carloscapozzo.com.ar (un portfolio de trabajos)

p16: Illustrator, Photoshop.

p17: Entiendo mucho.

p18: Naranja, negro, azul.

Nombre: Marco Mohaded.

e-mail: xmko@hotmail.com

p1: Mediocre.

p2: Positivos: algunos profesores son muy buenos... y muchas materias me parecieron interesantes... Diseño de packaging... editorial... Dibujo 1 y 2, Morfología...

Negativos: redundancia de contenidos en algunas materias... Comunicación Organizacional y planeamiento son un ejemplo. así que considero que Gestión Ambiental podría haber sido una charla sobre lo perjudicial de los toners y nada más...

Faltan materias que desarrollen la creatividad, que nos abran la cabeza. Más arte... más diseño... y no tanto mkt... vimos comportamiento, mkt 1 mkt de servicios... salvando algunas diferencias son todas iguales. Creo que el que sea empresarial la universidad no justifica que nos metan hasta

el cansancio conceptos como el proceso de compra del consumidor.

Una cosa más... me hubiera encantado conocer alguna vez una imprenta mas moderna que la que conocimos en 1er año... conocer mas que los conceptos. Ver las cosas.

También hubiera sido copado tener los programas de diseño con versiones actuales...no viejas... y bue. Eso.

p3: Seguro por un lado y débil por el otro. Pero no tomaría cualquier trabajo, menos si esta en la lista de los inseguros... por ejemplo... desarrollo de paginas Web.

p4: Si. Muchos. Diseño 3d, ya que fue recién se implementa como electiva y no tuve la oportunidad de elegirla por que pesaba otra mas que esa a mi gusto... aunque me quede con ganas.

mmm. Manejo de Flash, Dreamweaver...

p5: Amplios, amplios... mmm de todo un poco... nada amplio.

y prender mas... Web. Y todo lo que se refiere a sus posibilidades.

pr6: Si.

pr7: No.

p8: Si. Facilitarme info. encaminarme si estoy perdido... informarme... aprender... uno siempre esta metido en Internet... seria cuestiones de dos clicks para poder aprender en casa mientras se ven otras cosas. Hubiera sido de muchísima ayuda.

p9: Porftolios o trabajos expuestos...

pr10: 21

pr11: 1280x1024

p12: Ciber.

p13: Más de 24 hs seguro por semana... fines mixtos. Buscar info sobre diseño, ver mails, y ocio.

p14: www.tokioplastic.com

www.domatv.com

www.dccomics.com

p15: No

p16: Photoshop

p17: Mi Pc... es parte de mi. Si me falta. La extraño, si se rompe... me mato... o sea... es una relación de dependencia total.

p18: Diseño con el rojo.

Internet con el azul.

mmm no se por que pero es así.

Nombre: Constanza

e-mail: cotyarrigoni@hotmail.com

p1: Muy buena, mas teórica que práctica.

p2: Los positivos es todo lo que tiene que ver con lo teórico, lo negativo es la falta de conocimientos de soft para la Web.
p3: Preparada para todo, menos para Web.
p4: Cursos para actualizarse en tendencias nunca vienen mal. Y si o si, cursos de diseño para Web y animación.
p5: Mucho conocimiento sobre identidad corporativa, poco sobre diseño en Web.
pr6: Si.
pr7: Si.
p8: Si, hubiese sido de ayuda, porque siempre esta bueno saber que es todo lo que esta pasando en la movida de diseño, cursos, congresos, libros, etc.
p9: No sé.
pr10: 17
pr11: 1152x864
p12: Tengo banda ancha en casa.
p13: Muchas, y para todo, navegar, buscar info, inspirarme, correo, etc.
p14: Mmmm, no se url de memoria, pero podrían ser: www.rdy.com; www.steinbranding.com;
p15: no
p16: Adobe Illustrator, Photoshop, Streamline, Indesign
p17: Excelente
p18: Muy subjetivo, no se que contestar.

Nombre: Nicolás Contreras

e-mail: cornea_dg@hotmail.com

p1: Normal

p2: Positivos: Conocimientos teóricos.

Negativos: escasez de herramientas para el diseño Web.

p3: Preparado y dispuesto a seguir aprendiendo.

p4: Puede ser, action scripts, 3d.

p5: Sobre diseño Web tengo conocimientos, sobre lo que sea gráfica y sobre programación me gustaría aprender, solo para conocer.

pr6: Si.

pr7: Si.

p8: Si, para tener info específica y actualizada.

p9: Depende de los links que tenga para elegir.

pr10: 19

pr11: 1280x1024

p12: En el trabajo.

p13: 8, trabajo, info.

p14: lookom.com

iso50.com

netdiver.net

p15: www.brainpatch.com
p16: Fireworks, Illustrator, Photoshop.
p17: Buena
p18: Diseño con el amarillo, rojo, anaranjado.
Internet: gris, rojo, blanco, celeste,

Nombre: Cecilia Scalambro
e-mail: ceciscalambro@hotmail.com
p1: Buena, un poco incompleta.
p2: Positivos: los exámenes orales que ayudan a expresarte profesionalmente, los trabajos prácticos, materias que se complementan con el diseño y que amplían tu formación, entre otras.
Negativos: falta de contenido en cuanto a diseño Web, materias irrelevantes para nuestra carrera (sacaría ciertas materias y agregaría otras relacionadas mas al diseño), aumentaría las horas cátedras o extendería el cursado de materias talleres para profundizar más sobre el tema.
Creo que no hay suficientes eventos de diseño organizados para asistir.
p3: Creo que necesito perfeccionarme un poco más para poder competir en el mercado en un nivel deseable.
p4: Si, los relacionados a diseño de pág. Web.
p5: Amplios conocimientos: Identidad corporativa, señalética, editorial. Me gustaría tener más conocimiento acerca del diseño de envases, Web, técnico. Además conocer más acerca de la relación con imprentas, etc.
pr6: Si.
pr7: Más o menos.
p8: Si, porque me actualizaría acerca del diseño de hoy, vería que es lo que está sucediendo en el ámbito entre otras cosas.
p9: Nuevas tendencias-Eventos actuales.
pr10: 15
pr11: 1024x768
p12: Utilizo conexión con modem 56K
p13: Pocas. Para búsqueda de información y distracción (Hotmail-Messenger)
p14:
p15: no
p16: Los de Adobe (Illustrator-Photoshop-Indesign) y Macromedia (Flash-Dreamweaver-Fireworks)
p17: Prefiero Mac
p18:

Nombre: Pamela Cortona

e-mail: pamecortona@hotmail.com

p1: Buena en algunos aspectos...siento que hay muchas herramientas que la formación académica no me dio, que hay que buscarlas por otro lado...y a su vez siento que me dan materias que no pienso utilizar nunca en mi carrera.

p2: Positivo: conocimiento de diferentes carreras y áreas
Negativo: faltan muchos conocimientos (como diseño Web...por ejemplo).

p3: Segura...(excepto en diseño Web).

p4: Web.

p5: Amplios conocimientos en, diseño editorial y en imagen corporativa.

Me gustaría aprender más, de Web.

pr6: Si.

pr7: Más o menos.

p8: Si...se encontraría todo más fácil e organizado.

p9: Piezas de diseño.

pr10: 17

pr11: 1024x768

p12: (en Córdoba)no tengo...voy a un cyber.

p13: 5 hs

p14: www.bluevertigo.com.ar

www.doma.tv

www.portalpublicitario.com

p15: No.

p16: Illustrator

p17: Buena...no soy una fanática de estar todo el día sentada en la compu, a no ser que sea necesario.

p18: Turquesa.

Nombre: Mauro

e-mail: mauro5781@hotmail.com

p1: Floja en algunos puntos. Mi opinión es que enseñan mucha teoría, y poca práctica. Cuando salís a la calle te llevas un chasco!

p2: No tengo ganas de hacer un listado. Pero te puedo decir que son más los aspectos negativos que positivos los que encuentro.

p3: Yo me veo bien, pero no le doy gracias a la facu. En general si me ayudo. Pero para hacer lo que específicamente quiero, no.

p4: Sisísi, todo lo que tenga que ver con herramientas para la Web y multimedia. De hecho ya curse alguno...

p5: El diseño en los medios digitales.

pr6: Si.

pr7: Más o menos.

p8: Depende. Tiene que ser un sitio en donde no exponga

más de lo mismo, es decir, que este a la vanguardia por así decirlo. Con lo ultimo, en tecnologías o herramientas para los medios digitales. Tendencias, exposición de trabajos.

p9: Works, portfolio, trabajos.

pr10: 17

pr11: 1152x864

p12: Desde el laburo.

p13: 40 horas, y es una mezcla de trabajo, búsqueda de recursos e investigación y ocio obbbbbviamente (emepe3 downloads) ;)

p14: Sitios de diseño? o en general?

Sitios en general...

Clarín y Google

De diseño...

Linkodromo.com.ar, Creatiu.com y 2advanced.com (esta ultima me gusta por como usan las herramientas y logran esa expresividad que los caracteriza mucho, pero a nivel diseño me parece muy cargado)

p15: Soon jeje.

p16: Flash, Dreamweaver, Photoshop, Illustrator esos son mi familia por así decirlo. Próximamente me voy a meter de lleno con soft de animación 3d y edición de video.

p17: Preferente PC, por una cuestión de comodidad, pero si debo usar MAC, bienvenido sea...

p18: me parece demasiada abstracta la pregunta...

Nombre: Román Mayer

e-mail: arlequino22@hotmail.com

p1: Comparados con la actividad del mercado del diseño y la publicidad, bastante diferentes, la gente no esta preparada para explicaciones y uno se tiene que poner en rol del "docente". El cliente quiere todo YA. "...necesito un dibujito así nomás..."

p2: Falta de contacto con comitentes reales (negativo). Los aspectos positivos son barros, pero muy pocos aplicables en el mercado laboral.

p3: Laburando para alguien y además haciendo trabajos particulares, solo trabajando en el circulo que yo elija. No creo poder vivir del diseño. (una lastima)

p4: Sí. Síiiiiiiiiii.

Estudios sobre el mercado. Estudios sobre el Consumidor, etc.

p5: Semiótica.

pr6: Si.

pr7: Más o menos.

p8: Sí, obvio.

p9: Mercado.

pr10: 17

pr11: 1024x768

p12: En casa, no. Tengo en el trabajo y en el cyber que me regalan las horas, en el cual instalé todos los programas...

p13: Entre 8 y 10 horas semanales para trabajar en diseños y publicidades.

p14: Hay varios, no tengo uno específico.

p15: No.

p16: Todo Adobe y Corel.

p17: Amantes, es decir, peleas, amistad y guerra fría.

p18: Basta de colores primarioooooooooossss!!!!

Cualquiera de los demás colores pueden utilizarse.

Nombre: Matías Sancho.

e-mail: matiassanchodg@argentina.com

p1: La formación es buena, pero esta muy lejos de ser muy buena. Yo creo que la formación de la universidad siglo 21 es acorde con la mediocridad del país.

p2: Los aspectos positivos son que aprendes de todo un poco, o sea materias que van más allá del diseño pero que seguramente te van a servir. El punto negativo es que al tener estas materias le quitan mucho tiempo a las de diseño y no aprendes todo lo que tendrías que aprender.

p3: Creo que estoy capacitado y que tenés más capacitación que otras personas que dicen que hacen "diseño". Pero lamentablemente no te puedes quedar con los contenidos visto en la facu, porque hay muchas cosas útiles que nunca aprendes (diseño Web). En resumen me veo bien siempre cuando me siga capacitando y me mantenga informado en cuanto a los avances de la tecnología.

p4: Respondida en la anterior. Todos los que puedas, cursos, congresos, seminarios.

p5: Tengo preferencia por alguna área más que por otra, Identidad, señalética y Web, pero en todas me falta aprender mucho.

pr6: Si.

pr7: Si.

p8: Si, de mucha ayuda. Para intercambiar información, conocer las opiniones de mis compañeros y de los más avanzados, mirar los trabajos de los demás estudiantes, y tener un contacto permanente.

p9: Cualquiera, que tenga trabajos realizados, o contenidos útiles.

pr10: 17

pr11: 1024x768

p12: No tengo. Voy a un cyber.

p13: entre 5 y 10 depende la semana. Leo las noticias,

chequeo la cuenta de e-mail, busco información en general, miro sitios de diseño (linkodromo), de música, etc.

p14: No tengo tres sitios que me agraden, si tengo tres a los que mas entro.

Linkodromo, managerzone, argentina, la voz del interior.

p15: No

p16: Illustrator, Photoshop, Flash, Dreamweaver, Indesign,

p17: Muy buena con las dos.

p18: Colores que no estén muy saturados o puros.

Nombre: Fernanda

e-mail: ferdehuertos@hotmail.com

p1: En general creo que es buena, bastante actualizada, aunque en algunos casos muy general, no profundizamos en algunas áreas. Recién ahora se han abierto algunas electivas interesantes, y sólo unas pocas. Algunas de las materias que cursamos tenían los mismos contenidos.

p2: Positivos: hacemos mucha práctica, aprendemos a manejar programas de diseño (en Mendoza tenés que hacer cursos aparte)

negativos: los programas que aprendemos no son los que me usan generalmente en las empresas.

Trabajamos mucho con la compu, que si bien está bueno, se deja mucho de lado la parte manual, que me parece una gran pérdida y limitación.

Me parece que falta actualizar contenidos sobre formas de impresión.

p3: Creo que todavía tengo mucho que aprender.

p4: Depende de que orientación elijas seguir, sin duda que para diseño de páginas tenés que hacer cursos para aprender a manejar los programas, otras cosas más que en cursos las tenés que aprender con la práctica, todo lo relacionado a impresiones, forma de presentar trabajos específicos, etc.

p5: Identidad corporativa, y todo lo relacionado a empresas, vimos mucho. Me gustaría haber visto y aprendido más de pág. Web, tipografía (muchas cosas no me quedaron claras en cuanto a crear alfabetos, todo es muy instintivo).

pr6: A veces.

pr7: Más o menos.

p8: Supongo que si, sobre todo para mantenernos informados de eventos, y cosas nuevas. Nos perdimos muchas cursos y charlas interesantes porque no nos llegaba la información, sobre todo al principio de la carrera.

p9: Novedades?

pr10: 17

pr11: 1024x768

p12: No tengo, voy a los cybers cerca de casa.

p13: Generalmente un par de horas semanales, para controlar mi correo, otras veces para buscar información voy más seguido.

p14: mmm... no tengo sitios que frecuente más que Hotmail! generalmente empiezo buscando en Google.... puede ser imagebank.com

p15: No

p16: Los de adobe que aprendimos en la facu; Illustrator, Indesign y Photoshop

p17: estoy más familiarizada con PC porque es la que tengo en casa, pero puedo manejarme en Mac bastante bien, se me confunden un poco los accesos cortos por el teclado jeje

p18: blanco, negro, azul

Nombre: Martín Vera

e-mail: martinvera@hotmail.com

p1: Muy empresaria y materias ligadas al arte.

p2: Positivos: amplio conocimiento de otras carreras, la interdisciplina.

Negativos: poco manejo de software y la desactualización de estos.

p3: Bien capacitado para el trabajo en equipo que fomenta la universidad.

p4: Programas de diseño Web, cursos de fotografía, talleres de tipografías.

p5: Amplios conocimientos en diseño de identidad corporativa y poco en diseño Web .

pr6: Si.

pr7: Más o menos.

p8: Si, por que bibliografía es muy difícil conseguir en la Web además que en la biblioteca de la universidad posee libros básicos para la carrera.

p9: www.linkodromo.com.ar

pr10: 17

pr11: 1024x768

p12: Desde cyber

p13: 14 horas semanales, en busca de info para ampliar conocimientos, apuntes electrónicos.

p14: usabilidad.com

linkodromo.com

usando.info

p15: No tengo.

p16: Toda la familia Adobe y ultimo el Indesign.

p17: Prefiero PC por costumbre, la Mac es incomodo la interfaz pero por costumbre.

p18: Colores en tono pasteles: celeste, verde, bordo, naran-

ja.

Nombre: Caro Bottani

e-mail: cherry_lips@argentina.com

p1: Muy buena pero no basta con eso.

p2: Positivos: todo lo teórico es aplicado en trabajos prácticos.

Negativos: muchas materias con contenidos redundantes

p3: Bárbaro, pero creo que además de lo aprendido mucho cuenta la actitud con que enfrentes todo

p4: Si, software de diseño Web y algo de administración.

p5: Amplios conocimientos: editorial, Imagen corporativa.

Aprender más: administración, diseño Web, sonido.

pr6: Si.

pr7: Si.

p8: Seeee, para facilitar por ejemplo material dictado en clase cuando falte por ejemplo.

p9: Al que me interese en ese momento por lo q este buscando.

p10: 15

p11: 1024x768

p12: En casa.

p13: 10 horas mínimo, para trabajar y para diversión!

p14: En general tomo cosas muy interesantes de varios sitios, no se si alguno me enloquece totalmente.

p15: No.

p16: Los de Adobe a full, Illustrator y Photoshop.

p17: Tengo una muy buena relación con ambas.

p18: Todos!

Nombre: Ruth Miodowsky

e-mail: ruthmiodowsky@hotmail.com

p1: Encontrándome, hoy trabajando de lo que estudie y conociendo los contenidos dados por otras universidades en Córdoba, creo encontrarme en una buena posición a nivel profesional, lo cual no quita que haya campos en los que tenga que profundizar y perfeccionarme.

p2: Positivos: buen equilibrio teórico – práctico.

Negativo: poco desarrollo de contenidos tan requeridos, hoy en día, de un diseñador grafico, como es la Web.

p3: Creo que como todo profesional de todas las profesiones tendré que perfeccionarme, de lo contrario quedare fuera de las exigencias del mercado.

p4: Depende el área del diseño en el cual quiera desarrollarme.

p5: Creo que uno sale de la universidad a veces muy teórico y tenés que aprender con la práctica cosas muy sencillas

como es mandar a imprimir algo a imprenta. Me gustaría saber más sobre desarrollo Web.

pr6: Si.

pr7: Más o menos.

p8: Creo que si, aunque debo admitir que creo que no sería indispensable. Si lo hubiese tenido me hubiese gustado que me permita analizar tendencias y de referencia, donde se puedan ver contenidos, sacarse dudas e incluso la posibilidad de un foro.

p9: Nuevas Tendencias.

pr10: 14

pr11: 1024x768

p12: En mi casa.

p13:

p14: Creo que hay cosas de cada sitio que me gustan, pero no puedo decir que tenga un estilo totalmente definido.

p15: No

p16: Adobe Illustrator y Photoshop.

p17: Manejo ambas.

p18: Gris, naranja, negro.

Nombre: Flor

e-mail: florcho@hotmail.com

p1: General.

p2: Positivo: amplia visión de los contenidos de diseño.

Negativo: falta algo más de web y más profundidad en cuestiones de diseño.

p3: Bastante preparada, pero creo que me faltan herramientas para encarar internet.

p4: Si, necesito hacer urgente un curso de Flash y Dreamweaver.

p5: Me siento bien en diseño de identidad y en editorial, me faltaría el medio digital.

p6: Si.

p7: Más o menos.

p8: Siii, seguro que podría haberme apoyado en contenidos complementarios.

p9: Tutoriales?

p10: 17

p11: 1024x768.

p12: Si, desde casa.

p13: Mmm, no se pero unas horitas por día, para chequear mails, msn y para buscar información para algún trabajo.

p14: Bluevertigo, linkódromo y ...no se hay muchos.

p15: No.

p16: Illustrator y Photoshop. Los que aprendimos en la facu.

p17: Buena, no soy muy fan, pero bien.

Bibliografía

- Álvarez, Miguel Ángel. Índice del manual Publicar en Internet - <http://www.desarrolloweb.com/articulos/195.php?manual=3> (enlace activo en diciembre de 2004)
- ARESO, Julio Aurelio – Compañía Argentina Española de Consultoría <http://www.princecooke.com/mercado.asp> (Enlace activo en Diciembre de 2004)
- Bonsiepe, Gui. Del Objeto a la Interfase. Ediciones Infinito, Buenos Aires, 1999.
- Cátedra Wolkowicz, Carrera de Diseño Gráfico de la UBA <http://www.wolkoweb.com.ar/apuntes/textos/apunteweb.pdf> (enlace activo en diciembre de 2004)
- Cháves, Norberto. La Imagen Corporativa. Teoría y Metodología de la Identificación Institucional. Editorial Gustavo Gili, México, Barcelona, 1996.
- Díaz, Paloma. De la Multimedia a la Hypermedia. Editorial Ra-Ma, Barcelona, 1990.
- Frascara, Jorge. Diseño y Comunicación. Editorial Infinito, Buenos Aires, 1988.
- González Ruiz, Guillermo. Estudio de Diseño. Emecé Editores, 1994.
- <http://courses.umass.edu/lombardi/edu03/gloss.html> (enlace activo en diciembre de 2004)
- <http://ww.cwru.edu/net/guide/basics/glossary.html> (enlace activo en diciembre de 2004)
- <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1710.php?manual=47> (enlace activo en Febrero de 2005)
- <http://en.wikipedia.org/wiki/WYSIWYG> (Enlace activo en Enero de 2005)
- http://tpgbuenosaires.tipografica.com/workshops/apuntes/tipografia_en_la_web.html (enlace activo en Febrero de 2005)
- <http://www.getnetwise.org/glossary.php> (enlace activo en diciembre de 2004)
- http://www.iespana.es/mundointernet/como_funciona.htm (enlace activo en diciembre de 2004)
- <http://www.mulberrytech.com/dsssl/dsssl/doc/glossary/glossary.html> (enlace activo en diciembre de 2004)

- http://www.siggraph.org/education/materials/HyperVis/vis_gloss.htm (enlace activo en Febrero de 2005)
- <http://www.spkrsbr.com/biblioteca/htm/pablotedesco-sabre2004.pdf> (Enlace activo en Diciembre de 2004)
- <http://www.uesiglo21.edu.ar> (enlace activo en diciembre de 2004)
- <http://www.vnulearning.com/kmwp/glossary.html> (enlace activo en Diciembre de 2004)
- <http://www.webstyleguide.com/graphics/safe.html> (enlace activo en Febrero de 2005)
- <http://www.wmo.ch/web/www/WDM/Guides/Internet-glossary.html> (enlace activo en diciembre de 2004)
- Instituto Nacional De Estadística Y Censos (INDEC) http://www.indec.mecon.ar/nuevaweb/cuadros/14/internet_11_04.pdf (Enlace activo en Diciembre de 2004)
- Manchón, Eduardo. 10-02-2003. La conducta de navegación de los usuarios, sus características. http://www.alzado.org/articulo.php?id_art=95 (enlace activo en diciembre de 2004)
- Martín, César. 18-01-2003. http://www.alzado.org/articulo.php?id_art=25 (enlace activo en diciembre de 2004)
- Mok, Clement. El diseño en el mundo de la empresa. Editorial Anaya Multimedia, Madrid, España, 1998.
- Moya, Arturo & Santucho, Yanina. Tecnologías de Impresión. Editorial Copiar. IES Siglo 21. Córdoba, 2001.
- Munari, Bruno. Cómo nacen los objetos. Editorial GG, Barcelona, 1983.
- Orihuela, José Luis & Santos, María Luisa. Introducción al Diseño Digital. Anaya Multimedia, Primera Edición, Madrid, España, 1999.
- Outing, Steve & Ruel, Laura. Eyetrack III: Cómo lucen los sitios Web a través de los ojos de los lectores. <http://www.poynterextra.org/eyetrack2004/main-spanish.htm> (enlace activo en diciembre de 2004)
- Pignatari, Decio. Información, Lenguaje y Comunicación. Editorial Gustavo Gili, Edición Castellana, Barcelona, 1977.
- Raskin, Jef. Diseño de Sistemas Interactivos. La impor-

tancia de nuestra relación con las computadoras. Pearson Educación, Toronto, 2000.

- Real Academia Española, <http://www.rae.es/> (enlace activo en Febrero de 2005)
- Veen, Jeffrey. Arte y Ciencia del Diseño Web. New Riders, 2000.
- Villa, Luis. 14-01-2003. ¿Cómo escanea un usuario una página Web? http://www.alzado.org/articulo.php?id_art=1 (enlace activo en diciembre de 2004)
- Weinman, Lynda. <http://www.lynda.com/hex.html> (enlace activo en Febrero de 2005)

