

*Galileo*  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
TEMA:**

**Diseño de sitio web para facilitar la comunicación con la  
Juventud Católica Metropolitana guatemalteca.  
Comunidad Católica Espíritu Santo.  
Guatemala, Guatemala, 2013**

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

PRESENTADO A LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA,  
UNIVERSIDAD GALILEO, GUATEMALA, C.A

**ELABORADO POR:**

ROLANDO ESTUARDO LÓPEZ GOMAR  
CARNÉ: 20012165

**PARA OPTAR AL TÍTULO DE:**

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, MAYO 2012

Guatemala 05 de junio de 2012

Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:  
**DISEÑO DE SITIO WEB PARA FACILITAR LA COMUNICACIÓN CON LA  
JUVENTUD CATÓLICA METROPOLITANA GUATEMALTECA.  
COMUNIDAD CATÓLICA ESPÍRITU SANTO. GUATEMALA, GUATEMALA  
2013.** Así mismo solicito que la Licda. Lourdes Donis , sea quién me asesore en la  
elaboración del mismo.

Atentamente,



Rolando Estuardo López Gomar  
20012165



Licda. Lourdes Donis  
Asesor



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2012

**Señor:**  
**Rolando Estuardo López Gomar**  
**Presente**

Estimado Señor López:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA FACILITAR LA COMUNICACIÓN CON LA JUVENTUD CATÓLICA METROPOLITANA GUATEMALTECA. COMUNIDAD CATÓLICA ESPÍRITU SANTO. GUATEMALA, GUATEMALA 2013.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Lourdes Donis, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 11 de enero de 2013

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**  
**Universidad Galileo**

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA FACILITAR LA COMUNICACIÓN CON LA JUVENTUD CATÓLICA METROPOLITANA GUATEMALTECA. COMUNIDAD CATÓLICA ESPÍRITU SANTO. GUATEMALA, GUATEMALA 2013.** Presentado por la estudiante: Rolando Estuardo López Gomar, con número de carné: 20012165, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

  
**Lidia Lourdes Donis**  
Asesor



*Galileo*  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 27 de junio de 2013

**Señor:**  
**Rolando Estuardo López Gomar**  
**Presente**

Estimada Señor López:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Ciudad de Guatemala, 25 de abril de 2014.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

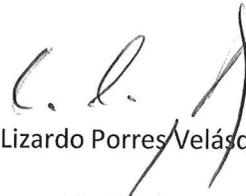
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE SITIO WEB PARA FACILITAR LA COMUNICACIÓN CON LA JUVENTUD CATÓLICA METROPOLITANA GUATEMALTECA. COMUNIDAD CATÓLICA ESPÍRITU SANTO. GUATEMALA, GUATEMALA 2013***, del estudiante Rolando Estuardo López Gomar, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 12 de mayo de 2014

**Señor:**  
**Rolando Estuardo López Gomar**  
**Presente**

Estimado Señor López :

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB PARA FACILITAR LA COMUNICACIÓN CON LA JUVENTUD CATÓLICA METROPOLITANA GUATEMALTECA. COMUNIDAD CATÓLICA ESPÍRITU SANTO. GUATEMALA, GUATEMALA 2013.** Presentado por el estudiante: Rolando Estuardo López Gomar, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

## **AUTORIDADES**

### **RECTOR:**

**DR. EDUARDO SUGER COFIÑO**

### **VICERRECTORA ADMINISTRATIVA:**

**DRA. MAYRA DE RAMÍREZ**

### **SECRETARIO GENERAL:**

**LIC. JORGE RETOLAZA**

### **DECANO FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN:**

**LIC. LEIZER KACHLER**

### **VICEDECANO FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN:**

**LIC. RUALDO ANZUETO**

## **Dedicatoria**

A todos y todas las personas que hicieron posible que llegara a este punto en mi vida, les estoy enteramente agradecido. Especialmente a mis padres quienes con mucho esfuerzo y dedicación hicieron todo lo que les fue posible para apoyarme y orientarme. A mi novia y mis hermanos que sin duda alguna jugaron un papel importante en el desarrollo de este trabajo.

Finalmente a Dios quien sin su ayuda, guía y misericordia, no estaría aquí. Espero poder crecer y forjarme como un hombre digno de su presencia.

## **RESUMEN**

La Comunidad Católica Espíritu Santo, que actualmente reside en la zona 14 del municipio de Guatemala, funciona desde 2002, dando a los jóvenes formación en la doctrina católica y crecimiento personal. Actualmente no cuenta con presencia en el internet a través de una página web, que le permita dar a conocer sus actividades y transmitir distintos mensajes.

Se identificó la necesidad de diseñar un sitio web atractivo que brindará información de la comunidad, las actividades que realizan, la meditación del evangelio del día (que se publica actualmente por medio del correo electrónico), fotos de actividades realizadas en la comunidad y links de interés para los jóvenes católicos. Para lo que se crearon varios objetivos, luego de un trabajo de investigación acerca del cliente y el grupo meta.

Al finalizar la parte teórica, todos estos datos fueron aplicados a un proceso de valoración, donde a partir del método de mapa conceptual se pudieron evaluar las tendencias de diseño a utilizar y las áreas en las que se enfocaría el sitio web. Se utilizó como instrumento de validación una encuesta de 15 preguntas, que evaluaron aspectos objetivos, de diseño y experiencia del usuario.

Al final de la investigación, los resultados permitieron que el diseño del sitio web para la Comunidad Católica Espíritu Santo se realizara de tal forma que cumpliera con los objetivos tanto informativos como de interacción con el usuario y las redes sociales.

## **Autoría**

Declaro de forma libre y voluntaria que la presente investigación, las ideas, los conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente Proyecto de Graduación, así como las expresiones vertidas en el mismo, son exclusivamente con fines de aprendizaje y ha sido realizado con base en la recopilación bibliográfica y consultas en internet. En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad del mismo y el cuidado respectivo a remitirse a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atte.

Rolando López Gomar

20012165

# Índice

Dedicatoria.....	iii
RESUMEN .....	iv
Autoría .....	iv
Índice.....	vi
INTRODUCCIÓN .....	1
PROBLEMÁTICA: .....	2
2.1 Contexto:.....	2
2.2 REQUERIMIENTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO .....	3
2.3 JUSTIFICACIÓN .....	4
2.3.1 <i>Magnitud</i> .....	4
2.3.2 Vulnerabilidad.....	5
2.3.3 Trascendencia .....	5
2.3.4 Factibilidad .....	6
OBJETIVOS: .....	7
3.1 Objetivo General.....	7
3.2 Objetivos Específicos.....	7
MARCO DE REFERENCIA:.....	8
4.1 Información general del Cliente: .....	8
4.2 Antecedentes.....	8

4.3 Misión: .....	9
4.4 Visión:.....	9
4.5 Organigrama .....	10
4.6 Análisis FODA .....	10
DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO:.....	12
5.1 Perfil Geográfico:.....	12
5.2 Perfil Demográfico: .....	12
5.3 Perfil Psicográfico:.....	13
5.4 Perfil Conductual: .....	13
MARCO TEÓRICO.....	14
6. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio: .....	14
6.1 Catolicismo: .....	14
6.1.1 Dios:.....	14
6.1.2 Iglesia:.....	15
6.1.2.1 Comunidad.....	15
6.1.2.3 Ministerio Laico.....	16
6.1.2.4 Catecismo.....	16
6.1.2 .5 Discípulo.....	17
6.1.2 Jesús.....	18
6.1.3 Espíritu Santo.....	19

6.1.4 Biblia:.....	20
6.1.4.1 Valores .....	21
6.1.4.2 Santidad.....	22
6.1.4.3 Evangelio .....	23
6.1.4.4 Pentecostés.....	24
6.2 Conceptos Fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	25
6.2.1 Comunicación .....	25
6.2.1.2 Información.....	26
6.2.1.3 Funciones de la Comunicación .....	26
6.2.1.3.1 Función Referencial o Cognoscitiva.....	27
6.2.1.3.2 Función Emotiva o Expresiva.....	27
6.2.1.3.3 Función Connotativa o Comitiva.....	27
6.2.1.3.4 Función Fáctica o de Implicación.....	27
6.2.1.3.5 Función Poética o Estética.....	28
6.2.1.3.6 Función Metalingüística.....	28
6.2.1.3.7 Función Retórica.....	28
6.2.1.4 Teoría de la comunicación .....	28
6.2.2 Diseño .....	30
6.2.2.1 Diseño Gráfico.....	31
6.2.2.1.1 Imagen vectorial.....	32

6.2.2.1.2 Teoría del Color .....	33
6.2.2.1.3 CMYK.....	34
6.2.2.1.4 RGB .....	35
6.2.2.1.5 Tipografía.....	36
6.2.2.1.6 Diagramación.....	38
6.2.2.1.7 Retícula .....	39
6.2.3 Diseño web.....	41
6.2.3.1 Interactividad .....	42
6.2.3.2 Internet (La Red o la Web) .....	43
6.2.3.3 WWW (World Wide Web).....	44
6.2.3.4 Sitio web .....	45
6.2.3.5 Dominio .....	47
6.2.3.6 CMS .....	48
6.2.3.7 Redes Sociales .....	50
6.2.4 Multimedia.....	51
6.2.4.1 Video.....	52
6.2.4.2 Audio.....	53
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias .....	56
6.3.1 Teología .....	56
6.3.2 Semiótica.....	56

6.3.3 Sociología .....	57
6.3.4 Psicología.....	58
6.3.4.1 Psicológica del consumidor .....	59
6.3.4.2 Psicología del color.....	59
6.3.5 Informática.....	60
6.3.6 Fotografía.....	60
<b>PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR .....</b>	<b>63</b>
7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	63
7.1.1 Comunicación .....	63
7.1.2 Sociología .....	63
7.1.3 Teología .....	64
7.1.4 Semiótica.....	64
7.1.5 Psicología.....	64
7.1.5.1 Psicología del color.....	64
7.1.6 Fotografía.....	64
7.1.7 Informática.....	65
7.2 Conceptualización.....	65
7.2.1 Método .....	65
7.2.1.1 Gráfico de Mapa Mental .....	68
7.2.2 Definición del concepto .....	68

7.2.3	Justificación del concepto .....	69
7.3	BOCETAJE.....	70
7.3.1	Tabla de Requisitos:.....	71
7.3.2	Bocetaje digital de logotipo .....	72
7.3.2.1	Proceso de geometrización del isotipo :.....	73
7.3.2.2	Proceso de contorno del isotipo:.....	74
7.3.2.3	Proceso colorización del isotipo: .....	75
7.3.2.4	Proceso creación del logotipo: .....	76
7.3.2.5	Proceso selección del imagotipo:.....	77
7.3.3	Mapa del sitio.....	78
7.3.4	Opción 1.....	79
	PÁGINA PRINCIPAL.....	79
	BOCETO DE PÁGINA PRINCIPAL .....	80
	PÁGINAS INTERIORES .....	81
7.3.4.1	Digitalización opción 1 .....	82
7.3.5	Opción 2.....	82
	BOCETO DE PÁGINA PRINCIPAL .....	83
	PÁGINAS INTERIORES .....	84
7.3.5.1	Digitalización Opción 2 .....	85
7.4	Propuesta preliminar .....	85

7.4.1 Propuesta Escogida .....	86
7.4.1.1 maquetación completa de opción 1 .....	86
7.4.1.2 Digitalización completa de opción 1.....	88
VALIDACIÓN TÉCNICA .....	92
8.1 Población y muestreo.....	92
8.2 Método e Instrumento.....	92
Parte objetiva .....	93
Parte semiológica.....	93
Parte Operativa.....	93
8.2.1 Encuesta.....	93
8.2.1.1 Tipos de encuestas.....	94
8.2.2 Instrumento de validación:.....	96
8.3 Interpretación de los resultados .....	100
8.4 Cambios con base a los resultados.....	115
8.4.1 Sugerencias de cambio.....	116
9.1 Propuesta gráfica final .....	119
Página ¿Quiénes Somos? .....	120
Página Meditación del Evangelio .....	121
Formato Páginas de Meditaciones .....	122
Página Noticias .....	123

Formato Páginas de Noticias .....	124
Página de Recursos .....	125
PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN .....	127
10.1 Plan de costos de elaboración .....	127
10.1.1 Cuadro: Resumebn de Inversión.....	129
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	130
11.1 Conclusiones .....	130
11.2 Recomendaciones .....	131
12.1 Conocimientos adquiridos en la carrera y áreas que se relacionan con el proyecto realizado	
.....	132
12.1.1 Comunicación: .....	133
12.1.2 Visualización Gráfica: .....	134
12.1.3 Cultura: .....	135
.....	135
12.1.4 Formación: .....	136
12.1.5 Medios Tecnológicos: .....	137
12.1.6 Ciencias Auxiliares: .....	138
BIBLIOGRAFÍA .....	139
ANEXOS .....	144
14.1 Especialistas .....	144

14.2 Material Fotográfico .....	145
14.3 Cotizaciones .....	147

## **Introducción**

El presente trabajo pretende proporcionar a la Comunidad Católica Espíritu Santo cuya función es dar a los jóvenes formación en la doctrina católica y crecimiento personal, un sitio web propiamente diseñado con el que pueda tener presencia en internet y así informar a sus integrantes de las diferentes actividades y distintos mensajes.

Para la realización del sitio web de la Comunidad Católica Espíritu Santo, se realizó un proceso de recopilación de datos sobre la misma para generar varios bocetos, con los que se proporcionaron dos alternativas, de la que se eligió la que el cliente consideró mejor.

El proyecto fue validado con el grupo objetivo (jóvenes de la comunidad católica), profesionales y con el equipo de servicio de la Comunidad Católica Espíritu Santo, para determinar así los factores que necesitarían cambios dentro del sitio web propuesto.

Haciendo uso de esta herramienta de medición, se logró constatar que el sitio web cumplía con los objetivos de ser un diseño moderno enfocado a la juventud guatemalteca metropolitana, donde la Comunidad Católica Espíritu Santo podrá comunicar a estos las actividades y mensajes que requiera. Que la vinculación a las redes sociales dentro del sitio permitirá que cuente con uno o más canales de comunicación dentro de internet, propiciando así un alcance eficiente a la población guatemalteca metropolitana.

## Capítulo II

---

# Capítulo II

---

## **Problemática:**

Partiendo de las evaluaciones realizadas con anterioridad por la Comunidad Católica Espíritu Santo, se llegó a reconocer las demandas de comunicación visual que tiene actualmente. Se identificó la carencia y la necesidad de darse a conocer a través de medios digitales masivos, en dos áreas específicas: la presencia en la web y un refuerzo al uso de las redes sociales, ambas de alto consumo por jóvenes.

Los únicos medios de expansión que han utilizado a la fecha han sido orales e impresos por ejemplo: afiches, volantes y trifoliales, así como el uso de estos mismos diseños impresos en versión digital para su uso en correos electrónicos, dirigidos a los miembros de la comunidad y en algunos casos el uso de la red social conocida como Facebook, en la que aún no cuenta con un perfil público. Estos medios han sido utilizados por su bajo costo, sin embargo su alcance es reducido, por tanto la implementación en las áreas mencionadas resultará en una herramienta efectiva.

Para resolver este problema se desarrollará un sitio en la web para la Comunidad Católica Espíritu Santo, que pueda vincularse a las redes sociales.

## **2.1 Contexto:**

La Comunidad Católica Espíritu Santo funciona desde el año 2002 y tiene como misión: evangelizar y discipular al pueblo de Dios para que esté capacitado a cumplir con el Ministerio y así integrarlo como miembro activo de la Iglesia de Cristo. Su sede se ubica en la ciudad de Guatemala.

Esta comunidad cuenta con un espacio de presencia en internet hasta el año 2011, cuando debido a la demanda de los miembros del grupo se decide habilitar un grupo privado en Facebook donde pudieran compartir el evangelio del día meditado y algunos anuncios de la comunidad en general.

El grupo privado en Facebook generó una respuesta positiva en los integrantes de la comunidad, así como también en jóvenes que aún no pertenecen a la comunidad, que han sido invitados. Actualmente cuenta con la participación de 158 miembros (Ministerio de Comunicaciones Comunidad Espiritu Santo, 2012).

La inquietud por un sitio web siempre ha estado presente, y habiendo experimentado la respuesta de los jóvenes al grupo privado en Facebook, se cree que éste será de gran ayuda en la misión evangelizadora de la comunidad, específicamente por el hecho de querer proveer un lugar en la internet donde la juventud guatemalteca que esté en búsqueda de una comunidad católica, pueda encontrar un sitio con un diseño adecuado y con el que se sienta identificado. Asimismo pueda encontrar información de la comunidad, como avocarse a ella, hacer preguntas, contactarse y para que también a los miembros de la comunidad se les pueda ofrecer recursos para su crecimiento espiritual, galerías, anuncios que los mantengan al tanto de las actividades, entre otros. Todo esto podría complementarse con una red social para magnificar la posibilidad de llegar a más jóvenes.

## **2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño**

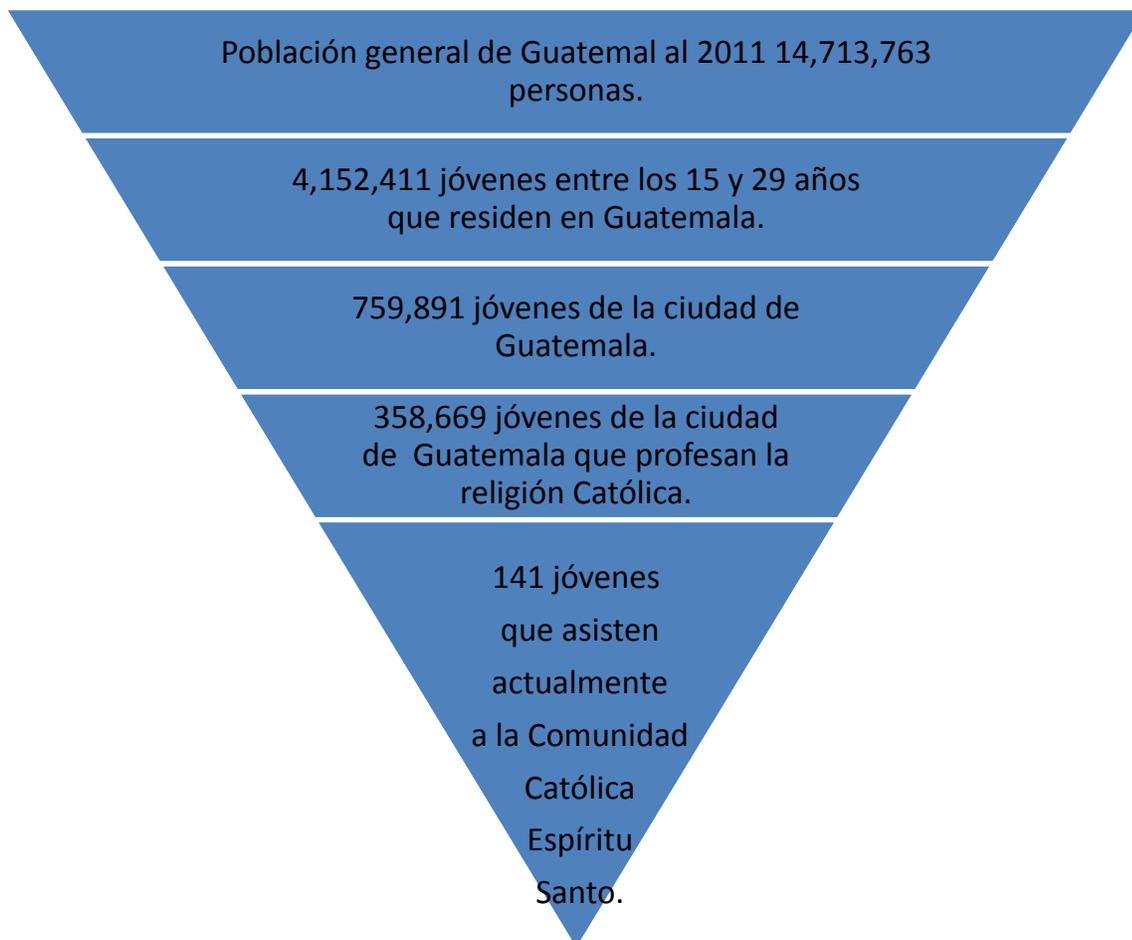
La Comunidad Católica Espiritu Santo no cuenta con un sitio en internet con un diseño orientado hacia la juventud, y su presencia como ente individual, la red social de Facebook, se limita a un grupo privado, por lo que es necesario la vinculación a un perfil público. Estas herramientas

aportarán a su misión evangelizadora en el futuro, un medio que permita superar las barreras de la distancia y el tiempo.

## 2.3 Justificación

Los medios de comunicación en internet son una poderosa herramienta para la publicidad de hoy en día (Selva, 2010), por lo que la incursión en este medio por parte de la comunidad Católica Espíritu Santo ayudará a que ésta lleve a más jóvenes católicos el evangelio, así también servirá como herramienta de uso interno, lo que se justifica a partir de las siguientes variables:

### 2.3.1 Magnitud



Según cálculos realizados en la “ENJU 2011” (Secretaría Ejecutiva del Servicio Cívico -SESC-, Consejo Nacional de la Juventud -CONJUVE-, Instituto Nacional de Estadística -INE-, 2011), para el año 2011 Guatemala tendría una población de 4,152,411 jóvenes comprendidos entre las edades de 15 a 29 años de los que el 18.3% tendría residencia en el área urbana metropolitana, de los que el 47.2% profesa la religión católica, lo que nos deja con una población juvenil de 358,669 jóvenes católicos que residen en el área urbana metropolitana.

### **2.3.2 Vulnerabilidad**

La carencia de un sitio web que represente a la Comunidad Católica Espíritu Santo, le posiciona en un punto de desventaja en cuanto al cumplimiento de su misión hacia los jóvenes, debido a que el 4.5% de estos provenientes del área rural utilizan el internet como medio de información primaria y el 8.5% como medio de información secundaria. En el área de las redes sociales 22.1% de estos utilizan las redes sociales para informarse. (Secretaría Ejecutiva del Servicio Cívico -SESC-, Consejo Nacional de la Juventud -CONJUVE-, Instituto Nacional de Estadística -INE-, 2011)

Por lo que la construcción de un sitio web y la información necesaria, apoyado por el posicionamiento y manejo en una red social, propiciará un medio de comunicación efectivo a la Comunidad Católica Espíritu Santo, para cumplir con su misión al romper barreras de distancia y tiempo, alcanzando a los jóvenes.

### **2.3.3 Trascendencia**

La carencia de asistencia por parte de los jóvenes católicos a una comunidad es muchas veces producto de la falta de información, según la experiencia de la comunidad Espíritu Santo.

Al tener un sitio web se podrá llegar a muchos más jóvenes católicos guatemaltecos que estén en la búsqueda de una comunidad católica, además que le ayudará a la Comunidad Católica Espíritu Santo, a hacer publicaciones con mayor frecuencia y a bajos costos.

### **2.3.4 Factibilidad**

El proceso de creación de un sitio web y la vinculación a una red social es factible debido a la disposición de los dirigentes de la comunidad a proveer la información necesaria y solucionar esta necesidad de promoción y comunicación masiva que ha surgido entre sus miembros hace algún tiempo.

Este proyecto es una opción que la comunidad considera económicamente factible y necesario; por la parte tecnológica la comunidad cuenta con un Ministerio de Comunicación que posee el recurso humano necesario y quienes poseen los recursos tecnológicos, como hardware y software para la administración de dichas herramientas. En la reunión preliminar también se comunicó que actualmente se cuenta con un dominio y un hosting que pueden ser utilizados para dicho proyecto.

## Capítulo III

---

# Capítulo III

---

## Objetivos:

### 3.1 Objetivo General

Diseñar un sitio web para facilitar la comunicación con la Juventud Católica Metropolitana guatemalteca, a la Comunidad Católica Espíritu Santo.

### 3.2 Objetivos Específicos

1. Investigar acerca del diseño y realización de un sitio web, para fundamentar el contenido de la propuesta.
2. Recopilar información acerca de las actividades religiosas que realiza la Comunidad Católica Espíritu Santo, para incluirlas en el contenido del sitio web.
3. Diagramar el contenido visual y textual del sitio web, para facilitar la comprensión y lectura de la información.
4. Fotografiar las asambleas la Comunidad Católica Espíritu Santo, así como sus retiros, para incluirlas en el contenido visual del sitio web.
5. Rediseñar el logo de la Comunidad Católica Espíritu Santo, para unificar su identificador gráfico.
6. Vinculación del sitio web a redes sociales, para magnificar su alcance.

## **Capítulo IV**

---

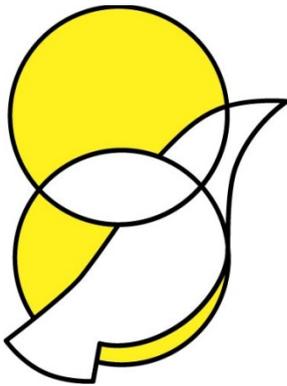
# Capítulo IV

---

## Marco de Referencia:

### 4.1 Información general del Cliente:

*isotipo:*



*Nombre:* Comunidad Católica Espíritu Santo

*Ubicación:* 20 avenida 4-25 z.14 cerca del “Club la Villa”

*Región:* Ciudad de Guatemala

*Dirigente:* Licda. Ana María Vela de Castañeda

*Asesor Espiritual:* Padre Hugo Portillo

### 4.2 Antecedentes

La Comunidad Católica Espíritu Santo nace en el año 2000, cuando Any de Castañeda ve la necesidad de evangelizar a jóvenes, hombres y mujeres de la ciudad de Guatemala. Inició con apenas 5 personas y los lugares de reunión eran las casas de los mismos miembros,

conjuntamente con el apoyo del asesor espiritual, el Padre Hugo Portillo, las mujeres se reunían para tener estudios bíblicos y llevaban consigo a sus hijos pequeños que ese entretenían jugando entre ellos en el jardín de las casas. Conforme el tiempo fue pasando el grupo de mujeres fue aumentando en número y los niños se fueron convirtiendo en preadolescentes, al formar así la Comunidad Católica de jóvenes Espíritu Santo, que hasta el día de hoy se ha mantenido. Hoy en día, el grupo Espíritu Santo tiene las siguientes ramas comunitarias, comunidad de señoras, comunidad de matrimonios, comunidad de hombres, comunidad de matrimonios jóvenes, comunidad de jóvenes, y comunidad de niños, todas las comunidades se reúnen semanalmente en la sede del grupo, ubicada en la 20 av de la zona 14.

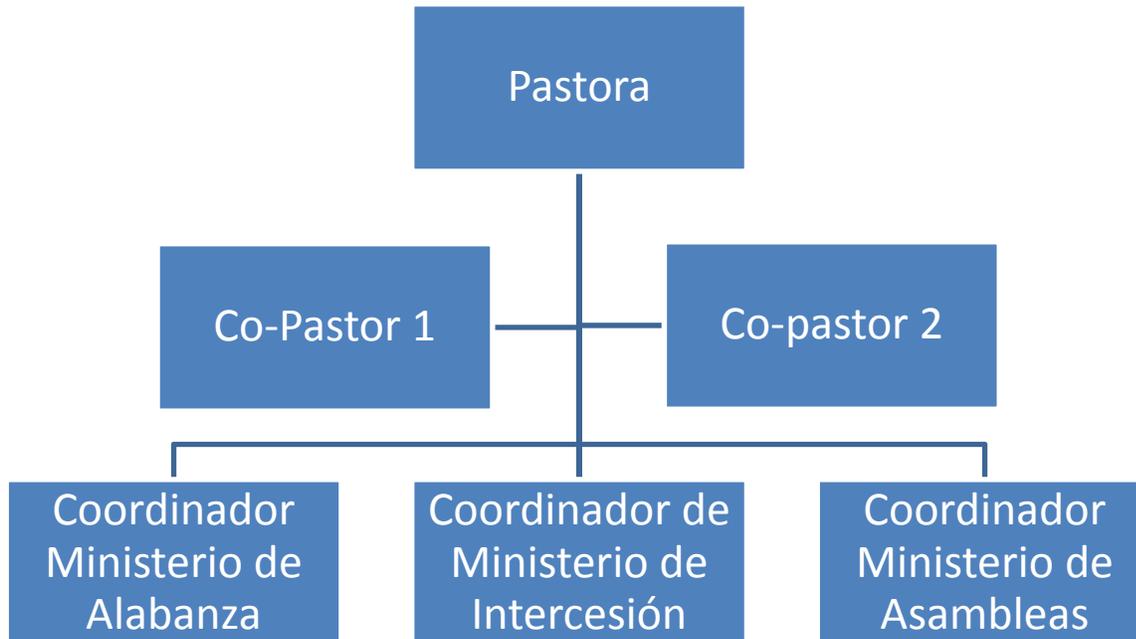
#### **4.3 Misión:**

Evangelizar y discipular al pueblo de Dios para que esté capacitado a cumplir con el Ministerio y así integrarlo como miembro activo de la Iglesia de Cristo.

#### **4.4 Visión:**

Proclamar a Cristo resucitado. Para que a través de Él encuentren el camino de la salvación, libertad y sanidad para la Gloria y Honra de su Nombre.

## 4.5 Organigrama



## 4.6 Análisis FODA

### Fortalezas

- Es una comunidad de jóvenes comprometidos al servicio del prójimo.
- Trabajan sin problemas en equipo.
- Los dirigentes están completamente comprometidos con los miembros de la comunidad y sus actividades.
- El equipo de servicio está dispuesto a asumir retos, con tal de ayudar a los miembros de la comunidad.

## Oportunidades

- Pueden impartir la doctrina católica a los jóvenes.
- Pueden integrar a todo joven a la comunidad.
- Pueden hacer servicios sociales.
- Fomentar la lectura bíblica.
- Pertenecen a la cobertura de un asesor espiritual presbítero.

## Debilidades

- No cuentan con un sitio web.
- No tienen un logo estandarizado.
- No existe mucha publicidad acerca de la comunidad.
- No se tiene información de la Comunidad en varios medios sociales.

## Amenazas

- Contexto social del país.
- Sólo se reúnen una vez por semana en horario vespertino.
- Debido a que es una comunidad juvenil, la asistencia no es constante.
- Los jóvenes menores de edad dependen de sus padres para asistir.

# Capítulo V

---

# Capítulo V

---

## **Definición del Grupo Objetivo:**

El grupo objetivo al que está enfocado el sitio web serán los jóvenes católicos guatemaltecos pertenecientes a la ciudad de Guatemala.

### **5.1 Perfil Geográfico:**

*Altitud:* 1.500 metros.

*Latitud:* 14° 37' 15" N

*Longitud:* 90° 31' 36" O

*Extensión:* 996km

*Habitantes:* aprox. 4.103.865 habitantes para 2012

*Clima:* Su temperatura media anual es de 19 °C. En el invierno, de diciembre a abril, tiene temperaturas que oscilan entre 21 y 5 °C. Los veranos van de junio a septiembre con temperaturas que oscilan entre 25 y 16 °C, siendo 0 °C la temperatura más baja históricamente. La humedad relativa media mañana: 84%, por la noche la humedad relativa: 64%. El Promedio de Punto de rocío es de 12 °C.

(Fundación Wikimedia, Inc, 2012)

### **5.2 Perfil Demográfico:**

*Edad:* 15-29 años

*Género:* masculino y femenino

*Ciclo de vida familiar:* soltero y casado

*Nivel de escolaridad:* Diversificado, Superior y Postgrado

*Estructura socioeconómica:* medio, medio-alto, alto (sistema ESOMAR)

*Ocupación:* estudiante, técnico, profesional

*Religión:* Católico

*Etnia:* indígena y no indígena

(Secretaría Ejecutiva del Servicio Cívico -SESC-, Consejo Nacional de la Juventud -CONJUVE-, Instituto Nacional de Estadística -INE-, 2011)

### **5.3 Perfil Psicográfico:**

Jóvenes que se dediquen a estudiar y/o trabajar, que utilicen su tiempo libre para estar con la familia, escuchar radio o música, ver televisión o videos, leer diarios, libros o revistas, salir a conversar con amistades, estar con su pareja, hacer deportes, navegar y o jugar en internet o computador, ir al cine, asistir a actividades culturales, disfrutar de la naturaleza, parrandear, etc.

### **5.4 Perfil Conductual:**

Atraídos al uso de medios de información y de tecnologías de información como las páginas web y uso de redes sociales, haciendo uso de sus beneficios para compartir, comunicarse, informarse e incluso como medio de estudio.

# Capítulo VI

---

# Capítulo VI:

---

## Marco Teórico

### 6. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:

#### 6.1 Catolicismo:

Se refiere a la Iglesia Universal Cristiana y todo lo que esta conlleva, también se le utiliza para referirse a las personas o individuos que profesan la religión Católica. Tiene su sede en la ciudad del Vaticano y su creación se remonta a los primeros cristianos. Al principio grupos de judíos en su mayoría griegos, que siguiendo las enseñanzas de Cristo se solían congregarse en lo que actualmente se le conoce como la Iglesia Primitiva hasta que debido a las persecuciones. Siglos después, tras la conversión de Constantino, emperador romano, al cristianismo se forma el catolicismo como tal. (González, 2008)

##### 6.1.1 Dios:

Son muchos los conceptos que se tienen de Dios, partiendo del hecho de que el concepto de Dios se da por vivencia personal, siendo Dios algo no tangible más bien visto. Desde el punto de vista católico, Dios es la primera persona de la Santísima Trinidad. Es el Creador del universo y todo cuanto existe en él, haciéndolo Padre de toda creatura viviente en esta tierra. A lo largo de la historia ha sido conocido por varios nombres como Yahvé, Jehová, Señor de Señores, Rey de Reyes, León de Judá. (Iglesia Católica, 1995)

### **6.1.2 Iglesia:**

Cuando se habla de la iglesia comúnmente se refiere a la estructura arquitectónica en la que se reúnen los fieles de una religión cristiana para adorar a Dios, inicialmente la estructura de las iglesias fue basada en los planos de la basílica romana (Enciclopedia Britannica, 2013), aunque con el tiempo esta idea ha ido variando dependiendo del lugar y de la religión. Pero el término iglesia proviene del griego “Ekklesia” que significa “una asamblea” o “una convocatoria”. Se le llama a la congregación de personas.

Indistintamente de su sexo que profesan y practican el cristianismo alrededor del mundo, existe en comunidades locales y realizándose como asamblea litúrgica. Tiene sus orígenes 300 años d.C. llamándose Iglesia Primitiva, de ahí la fundación del Catolicismo y las subsiguientes religiones que se reúnen como Iglesia. (González, 2008)

#### **6.1.2.1 Comunidad**

Este término comenzó a utilizarse en tiempo del imperio Romano con el fin de clasificar las ciudades autónomas de Lacio clasificadas por los mismos derechos y deberes. Más tarde se le describe como una sociedad necesaria para el desarrollo de la persona (Iglesia Católica, 1995). Zygmunt Bauman menciona “la comunidad es un lugar cálido, un lugar acogedor y confortable en una comunidad todos nos entendemos bien, podemos confiar en lo que oímos, todos nos sentimos bien”.

Refiriéndose a una comunidad no solo con una congregación si no como un lugar que no puede apartarse del sentimiento que esta palabra conlleva (Bauman, 2006).

### **6.1.2.3 Ministerio Laico**

Este término nace con la comunidad, tan antiguo como la misma Iglesia, y tan sometido a la evolución y al cambio como lo ha sido la misma estructura ministerial de la iglesia. En estos, los laicos pueden participar en una triple función: profética, sacerdotal y real; teniendo que ver con las diversas tareas de la vida eclesial: la evangelización y catequesis de la palabra, la preparación y celebración de los sacramentos, la promoción de la caridad y de la comunión, la pastoral misionera y donde ha hecho falta, la dirección de una comunidad.

(Aldazábal, 2006)

### **6.1.2.4 Catecismo**

Este compendio donde la Iglesia Católica se inicia a redactar oficialmente en 1987 luego de la conferencia de Joseph Ratzinger en Lyon y París en 1983, en la que planteó la necesidad de mejorar la catequesis, en relación con la auténtica aplicación del Concilio Vaticano II y de la Tradición de la Iglesia. Ahí tiene su origen buena parte de las propuestas que se formularon al Papa en el Sínodo Universal de Obispos de 1985. Se publicó el Catecismo en el año 1992 (Estepa, 2007).

El catecismo tiene por fin presentar una exposición orgánica y sintética de los contenidos esenciales y fundamentales de la doctrina católica, tanto sobre la fe como sobre la moral, a la luz del Concilio Vaticano II y del conjunto de la Tradición de la Iglesia. Sus fuentes principales son la sagrada Escritura, los santos Padres, la Liturgia y el Magisterio de la Iglesia. Está destinado a servir "como un punto de referencia para los catecismos o compendios que sean compuestos en los

diversos países" (Sínodo de los Obispos 1985, Relación final II, B, a, 4) (Iglesia Católica, 1995).

### **6.1.2 .5 Discípulo**

La palabra discípulo –“maqth”- significa originalmente en griego estudioso, persona que aprende en un sentido general. Entre los sofistas es el término técnico para referirse al alumno institucional de un gran maestro. Pronto pasa a significar también el seguidor, el devoto de alguna personalidad intelectual o religiosa. Al final de la época helenística se va robusteciendo este sentido de “seguidor”, devoto, partidario, y ya hacia el siglo III después de Cristo se convierte en un término técnico y desaparece del todo su significado original de alumno o estudiante. En el contexto del Evangelio prevalece el sentido primario de seguidor o adepto. Los discípulos son ante todo seguidores de Jesús, más que alumnos. Entre los profetas encontramos también el concepto de escuela en la que existe una relación maestro-discípulos. Son los “hijos de los profetas” reunidos en torno a Eliseo. Este mismo tipo de relación se da también entre los escribas que se reúnen en cofradías profesionales. Las tradiciones sapienciales más que en “escuelas” de pensamiento se van transmitiendo más bien en el interior del clan familiar. San Mateo es el evangelista que más ha subrayado la labor docente de Jesús. (Oscar Andrés Rodríguez Maradiaga, 2008). Cuando nos referimos a los discípulos de Jesús nos referimos a los doce que fueron quienes le siguieron y acompañaron a través de su vida pública reconociéndole como su maestro.

### 6.1.2 Jesús

Jesús quiere decir en hebreo: "Dios salva". En el momento de la anunciación, el ángel Gabriel le dio como nombre propio el nombre de Jesús que expresa a la vez su identidad y su misión, el nombre de Jesús significa que el Nombre mismo de Dios está presente en la Persona de su Hijo hecho hombre para la Redención universal y definitiva de los pecados. Él es el Nombre divino, el único que trae la salvación y de ahora en adelante puede ser invocado por todos porque se ha unido a todos los hombres por la Encarnación de tal forma que "no hay bajo el cielo otro nombre dado a los hombres por el que nosotros debamos salvarnos".

Es la segunda persona de la Santísima Trinidad. Hijo de Dios enviado a la tierra para librar al hombre del pecado y parte de su vida a la que se le llama pública puede encontrarse en los libros de la Biblia Cristiana llamados Evangelios. También conocido como Cristo, Salvador, Mesías.

El Nombre de Jesús está en el corazón de la plegaria cristiana. Todas las oraciones litúrgicas se acaban con la fórmula *Per Dominum nostrum Jesum Christum...* ("Por nuestro Señor Jesucristo..."). El "Ave María" culmina en "y bendito es el fruto de tu vientre, Jesús". La oración del corazón, en uso en Oriente, llamada "oración a Jesús" dice: "Señor Jesucristo, Hijo de Dios, ten piedad de mí pecador". (Iglesia Católica, 1995)

### 6.1.3 Espíritu Santo

Es la "Tercera Persona de la Santísima Trinidad". Es decir, habiendo un sólo Dios, existen en Él tres personas distintas: Padre, Hijo y Espíritu Santo. Esta verdad ha sido revelada por Jesús en su Evangelio.

El Espíritu Santo coopera con el Padre y el Hijo desde el comienzo de la historia hasta su consumación, pero es en los últimos tiempos, inaugurados con la Encarnación, cuando el Espíritu se revela y nos es dado, cuando es reconocido y acogido como persona. El Señor Jesús nos lo presenta y se refiere a Él no como una potencia impersonal, sino como una Persona diferente, con un obrar propio y un carácter personal, representado muchas formas (Iglesia Católica, 1995):

- Agua: El simbolismo del agua es significativo de la acción del Espíritu Santo en el Bautismo, ya que el agua se convierte en el signo sacramental del nuevo nacimiento.
- Unción: Simboliza la fuerza. La unción con el óleo es sinónimo del Espíritu Santo. En el sacramento de la Confirmación se unge al confirmado para prepararlo a ser testigo de Cristo.
- Fuego: Simboliza la energía transformadora de los actos del Espíritu.
- Nube y luz: Símbolos inseparables en las manifestaciones del Espíritu Santo. Así desciende sobre la Virgen María para "cubriarla con su sombra". En el Monte Tabor, en la Transfiguración, el día de la Ascensión; aparece una sombra y una nube.
- Sello: Es un símbolo cercano al de la unción. Indica el carácter indeleble de la unción del Espíritu en los sacramentos y hablan de la consagración del cristiano.

- La Mano: Mediante la imposición de manos los Apóstoles y ahora los Obispos, transmiten el "don del Espíritu".
- La Paloma: En el Bautismo de Jesús, el Espíritu Santo aparece en forma de paloma y se posa sobre Él.

#### **6.1.4 Biblia:**

No existen registros que nos indiquen cuando y bajo qué circunstancias tuvo origen la Biblia. Asimismo como a través de centenares de años las obras antiguas de literatura tomaron forma, así también muchos libros de la Biblia se fueron recopilando separadamente y bajo distintas condiciones. La Biblia es una colección de libros como su nombre lo indica; en griego la palabra biblios "los libros".

La Tradición apostólica hizo discernir a la Iglesia qué escritos constituyen la lista de los Libros Santos. Esta lista integral es llamada "Canon de las Escrituras". Canon viene de la palabra griega "kanon" que significa "medida, regla".

Los Apóstoles, al llevar el Evangelio al Imperio Grecorromano, utilizaron el Canon Alejandrino (utilizado por los judíos de Alejandría). Así, la Iglesia primitiva recibió este canon que consta de 46 libros.

A partir del año 393 diferentes concilios, primero regionales y luego ecuménicos, fueron precisando la lista de los Libros "canónicos" para la Iglesia. Estos fueron:

- Concilio de Hipona (393)
- Concilio de Cartago (397 y 419)
- Concilio Florentino (1441)

- Concilio de Trento (1546)

En este último, solemnemente reunido el 8 de abril de 1546, se definió dogmáticamente el canon de los Libros Sagrados.

El Canon comprende para el Antiguo Testamento 46 escritos, y 27 para el Nuevo. Estos son: Génesis, Éxodo, Levítico, Números, Deuteronomio, Josué, Jueces, Ruth, los dos libros de Samuel, los dos libros de los Reyes, los dos libros de las Crónicas, Esdras y Nehemías, Tobías, Judit, Ester, los dos libros de los Macabeos, Job, los Salmos, los Proverbios, el Eclesiastés, el Cantar de los Cantares, la Sabiduría, el Eclesiástico, Isaías, Jeremías, las Lamentaciones, Baruc, Ezequiel, Daniel, Oseas, Joel, Amós, Abdías, Jonás, Miqueas, Nahúm, Habacuc, Sofonías, Ageo, Zacarías, Malaquías, para el Antiguo Testamento.

Para el Nuevo Testamento, los Evangelios de Mateo, de Marcos, de Lucas y de Juan, los Hechos de los Apóstoles, las Epístolas de Pablo a los Romanos, la primera y segunda a los Corintios, a los Gálatas, a los Efesios, a los Filipenses, a los Colosenses, la primera y segunda a los Tesalonicenses, la primera y segunda a Timoteo, a Tito, a Filemón, la Epístola a los Hebreos, la Epístola de Santiago, la primera y segunda de Pedro, las tres Epístolas de Juan, la Epístola de Judas y el Apocalipsis.

#### **6.1.4.1 Valores**

Los valores se pueden definir como “cualidades o propiedades” de los objetos, no solo de objetos físicos, ya que este tipo de cualidades también se adhieren a las formas y estados psicológicos. Es por ello que se habla de un sentido del “valor” como intrínsecos al ser humano, pues existen desde el momento de su nacimiento.

Los estoicos fueron los primeros en hablar de valores, señalándolos como realidades a las que no se podía dar una cualificación moral ni de bien ni de mal. Pero la indiferencia moral no impedía que pudieran representar algo positivo o negativo para el individuo, que los convertía en objetos deseables o rechazables. En el helenismo y en la tradición bíblica, el término tiene matices propios, que hacen referencia a una correspondencia entre el mérito y el premio, y por tanto a la idea de un “obrar conforme a...”.

Antiguamente, los valores: bien, belleza, justicia, etc. fueron el tema central de las tesis de varios filósofos, pero no fueron estudiados como valores en sí, pues el valor para ellos estaba incluido en el ser, e incluso hay quien dice que los valores no son más que los viejos modos del ser, postulados por Aristóteles. Ahora bien, un valor en sentido axiológico no existe por sí mismo. (Vargas, 2010)

#### **6.1.4.2 Santidad**

Se refiere originalmente al estado o esencia de Dios. Al principio de la historia de la Iglesia la prueba de la santidad de un fiel cristiano era relativamente fácil, los Santos se identificaban prácticamente con los mártires y normalmente su muerte había sido un acto público, presenciado por muchos. Con el paso del tiempo, la prueba se fue complicando pues, acabadas las grandes persecuciones, se empezó a considerar santos a los fieles que con su abnegación de vida habían imitado fielmente al Maestro, luchando heroicamente contra las tentaciones diarias y venciendo, y por eso merecían una corona de gloria similar a la de los mártires. En

consecuencia, con vistas a la aprobación de su culto se trataba de probar algo más complicado que la muerte martirial, que al fin y al cabo es un hecho concreto: el ejercicio extraordinario de las virtudes en un periodo largo de la vida de un fiel cristiano, especialmente en sus últimos años. Todo esto llevó a perfeccionar la investigación con el paso de los siglos hasta convertirla en un auténtico proceso como el que tenemos hoy en día.

Y aplicado al hombre laico se habla de la búsqueda de la santidad a un estilo de vida envuelto en la caridad y amor hacia el prójimo, enfocando en su totalidad cada acción al cumplimiento de la ley de Dios. (Royo, 2011)

### **6.1.4.3 Evangelio**

Fueron libros escritos entre los años 40 y 100 por testigos oculares que cuentan lo que vieron y oyeron; o por quienes estuvieron en contacto con testigos presenciales. Dice San Juan: “Lo que hemos oído, lo que hemos visto con nuestros ojos... os lo anunciamos”. Dice San Lucas: “Muchos se han dedicado a componer un relato de los acontecimientos, tales como nos los han transmitido quienes desde el principio fueron los testigos oculares y los servidores de la palabra”.

Estos 4 libros son el compendio donde se describe y recoge el mensaje de Jesús durante su vida pública. Cada uno ha narrado sinceramente los hechos recogiendo los detalles que a él más le habían impresionado. Cada evangelista hizo su selección de materiales y acontecimientos, e incluso la sucesión de los hechos, según su finalidad catequética.

Cada Evangelista presenta desde un ángulo de visión personal la figura y doctrina de Jesús. El Evangelio de Mateo, dirigido a una comunidad cristiana proveniente del judaísmo, y el Evangelio de Lucas dirigido a una comunidad proveniente de la gentilidad, muestran enfoque diverso . Se cree que fueron escritos luego de una tradición oral alrededor del año 150 d.C. (Loring, 2008).

#### **6.1.4.4 Pentecostés**

Fiesta antiquísima, que se celebra cincuenta días después de la pascua, en un principio era la fiesta de la cosecha, pero posteriormente se convirtió en la fiesta de la renovación de la alianza, con el Jesús resucitado quien en ese momento envía a sus apóstoles el Espíritu Santo quien les da la capacidad de vencer el miedo en el que se habían inmerso, la capacidad de entender el mensaje de Jesús durante su vida pública y la facultad de poder salir a anunciarlo a las naciones.

Los primeros cristianos no celebraban esta fiesta. Las primeras alusiones a su celebración se encuentran en escritos de San Irineo, Tertuliano y Orígenes, a fin del siglo II y principio del III. Ya en el siglo IV hay testimonios de que en las grandes Iglesias de Constantinopla, Roma y Milán, así como en la Península Ibérica, se festejaba el último día de la cincuentena pascual.

Con el tiempo se le fue dando mayor importancia a este día, teniendo presente el acontecimiento histórico de la venida del Espíritu Santo sobre María y los Apóstoles. Gradualmente, se fue formando una fiesta, para la que se preparaban con ayuno y una vigilia solemne, algo parecida a la Pascua. ( Robert Appleton Company, 1999)

## **6.2 Conceptos Fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño**

### **6.2.1 Comunicación**

La comunicación a lo largo del tiempo ha ido evolucionando y mejorando para que las personas tengan de una manera simple y fácil la información que requieren. Comenzando con los primeros humanos a quienes les bastaba con una mueca, una sonrisa o un sonido de un animal para expresar sus sentimientos o estados de ánimo para luego pasar a la primera cultura en plasmar información sobre la piedra que fue la egipcia, mediante unas figuras llamadas jeroglíficos. Ellos fueron los primeros en introducir la escritura. Y de ahí para nuestros tiempos la tecnología ha ido ayudando para que los medios utilizados sean más y mejores (Fernandez, 2009).

Se le define como la transmisión de información entre uno o más seres ya sea de forma bilateral o unilateral, por medio de distintos sistemas de signos: auditivos, visuales, táctiles, olfativos y lingüísticos. Estos sistemas dependiendo de su complejidad hacen uso de varios elementos: el emisor, el receptor, el mensaje, el código, el canal y el contexto situacional.

Según Antonio Pasquali la comunicación ocurre cuando hay "interacción recíproca entre los dos polos de la estructura relacional (Transmisor-Receptor)" realizando la "ley de bivalencia", en la que todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor. "Es la correspondencia de mensajes con posibilidad de retorno mecánico entre polos igualmente dotados del máximo coeficiente de comunicabilidad".

### **6.2.1.2 Información**

Conjunto de datos ordenados y supervisados de cierto fenómeno o ente, mediante los que damos sentido a la realidad y nos permite la resolución de problemas y la toma de decisiones.

Idalberto Chiavenato afirmaba que la información consiste en un conjunto de datos que poseen un significado, de modo tal que reducen la incertidumbre y aumentan el conocimiento de quien se acerca a contemplarlos. Estos datos se encuentran disponibles para su uso inmediato y sirven para clarificar incertidumbres sobre determinados temas.

### **6.2.1.3 Funciones de la Comunicación**

Se refieren a todas aquellas cosas que pueden ser fuente de investigación, como la investigación verbal y ahora, se investiga todo aquello, el contacto físico, que tanto se arrima una persona hacia otra, los gestos, etc., en fin, todas estas funciones no ayudan a explicar cada una de ellas, así es más fácil darnos cuenta si realmente estamos siendo entendidos, si se les está haciendo interesante o están totalmente perdidos. (Neneka Pelayo, 2001).

Jakobson planteó que cada uno de estos factores determina una función diferente del lenguaje, lo que no quiere decir que haya mensajes que satisfagan una sola de las funciones o que una de estas monopolice a las demás. Se trata de una jerarquía a partir del predominio de una función sobre las demás. Esta predominancia caracteriza el tipo de lenguaje, las demás funciones integradas a esta cumplen un papel accesorio. Las funciones son:

Referencial, Emotiva, Connotativa, Poética, Metalingüística, Retórica.

#### **6.2.1.3.1 Función Referencial o Cognoscitiva**

Orientada a la realidad en la que se alude el mensaje o discurso. Con esta se pretende brindar información verídica y objetiva, que corresponda fielmente a la realidad. Ej. Todo texto de carácter teológico es referencial. (Neneka Pelayo, 2001).

#### **6.2.1.3.2 Función Emotiva o Expresiva**

Está centrada en el emisor y expresa la actitud del hablante hacia aquello de lo que está hablando, expresa sentimientos y emociones, sean reales o fingidas.

Generalmente esta función es inconsciente. Ejemplo: Cuando alguien dice “Apenas son las cuatro de la tarde?”, nos da a entender que le ha parecido el día muy largo o que está aburrido. (Neneka Pelayo, 2001).

#### **6.2.1.3.3 Función Connotativa o Comitiva**

Está orientada al receptor, se enuncia en forma imperativa; es un tipo de mensaje didáctico que utiliza recurso gráficos o audiovisuales, que tiene como función decir “vean, recuerde que, tenga en cuenta que” (Neneka Pelayo, 2001).

#### **6.2.1.3.4 Función Fáctica o de Implicación**

Está orientada hacia el contacto de emisor y receptor a través de la palabra para iniciar, mantener, prolongar o interrumpir un acto comunicativo. No necesariamente tiene contenido. Ejemplo: Ajá?; Ok; listo! (Neneka Pelayo, 2001).

#### **6.2.1.3.5 Función Poética o Estética**

Esta comunicación le da mucha importancia al mensaje en sí mismo. En esta función se aplican principios especiales de estilística semiótica, ya que una obra pictórica, una escultura, un poema o una obra literaria, son observados o leídos y el mensaje lo da el mismo objeto por lo que pueda transmitir (Neneka Pelayo, 2001).

#### **6.2.1.3.6 Función Metalingüística**

Está centrada en el código que hace comprensible el mensaje. Por medio del lenguaje es posible hacer una explicación del lenguaje mismo (Metalenguaje) (Neneka Pelayo, 2001).

#### **6.2.1.3.7 Función Retórica**

Desde el punto de vista retórico, la comunicación consiste en un acto unidireccional, como disparar una flecha a un blanco. Toda la actividad de la comunicación se centra en la acción unidireccional de hacerle algo a alguien, haciéndose hincapié en el emisor y en su capacidad de comunicación. Esto significa que de la manera en que construye, organice y transmita su mensaje, depende la efectividad de su discurso. Ejemplo: Los conferencistas de cualquier índole (Neneka Pelayo, 2001).

#### **6.2.1.4 Teoría de la comunicación**

La conceptualización del término “teoría de la comunicación” es muy amplio, ya que depende del punto de vista del analizador, existen muchas teorías que tratan de definir lo

esencial del término tomando en cuenta la limitación del fenómeno comunicacional dentro de los parámetros del campo al que pertenecen.

La Teoría de la Comunicación, para reflexionar sobre la clase de intercambio que se realiza en la interacción comunicativa, tiene que tomar en cuenta las materias, las energías, los animales irracionales y racionales, y las obras materiales y culturales de la sociedad humana.

La Teoría de la Comunicación comparte objetos materiales de estudio con la Física, la Biología, la Etología, las Ciencias Económicas, Psicológicas y Sociológicas, y las Ciencias de la Cultura; pero se distingue de ellas por el objeto formal que la caracteriza. La Teoría de la Comunicación está interesada en explicar cómo el ser vivo controla su entorno mediante el recurso a la información. Las coincidencias (materiales) y las diferencias (formales) entre la Teoría de la Comunicación y otras ciencias.

Comparte con la Física el estudio de los cambios de energía que se realizan en el medio natural, pero en tanto que esos cambios sirven para proveer de señales diferenciadas a unos actores que las utilizan como soportes de información. Con la Biología el estudio de los órganos biológicos que sirven para modular energía y para captarla, por ejemplo el aparato fonológico y el aparato auditivo; pero en tanto que esos órganos funcionan como instrumentos de emisión, amplificación o recepción de señales. Con la Etología el estudio de los patrones expresivos de la conducta, pero en tanto que esos patrones son las matrices de las representaciones; con las Ciencias Económicas el interés por los objetos y cosas en cuanto bienes, pero en tanto que esos bienes sirven como sustancia expresiva a las que se asocian determinadas representaciones (valores de uso y de cambio); con la

Psicología y la Psiquiatría el estudio de los comportamientos considerados normales y anormales, pero en tanto que esos comportamientos son expresiones de las necesidades y deseos de los actores; con las Ciencias Sociales (Antropología, Psicología Social, Sociología) el estudio de las relaciones sociales en los grupos humanos, en tanto que esas relaciones se efectúan mediante procesos de intercambio de información y afectan al desarrollo de ese intercambio. Igualmente coincide con las Ciencias Sociales en el estudio de las organizaciones, pero se interesa en ellas en cuanto sistemas comunicativos; finalmente, con las Ciencias de la Cultura el estudio de los valores y de los productos arteriales e ideales, tal como los objetivos de las prácticas jurídicas, religiosas, estéticas, lúdicas, de la enseñanza, de la comunicación o del consumo; pero se preocupa de los valores y normas en cuanto modelos comunicativos de representación del mundo; y se ocupa de los objetos que encarnan esas representaciones en cuanto expresiones comunicativas. (Serrano, Piñuel Raigada, Garcia Sanz, & Arias Fernández, 1982)

Debido a esto es que existen varias Teorías de la Comunicación las que podemos mencionar: La Teoría hipodérmica o de la bala mágica; Teoría de la “omnipotencia de los media”; Modelo o paradigma de Lasswell; Modelo de Shannon-Weaver; Modelo de David K. Berlo; Escuela de Palo Alto; El actuar comunicativo de Jüngen Habermas.

### **6.2.2 Diseño**

Una actividad que, desde la concepción misma del individuo, se desarrolla entre espacios, íntimos o sociales, cerrados o abiertos, ligeros o firmes, adoptando una u otra configuración respondiendo a cada necesidad. Escenarios poblados, a su vez, por una ingente cantidad de productos en incesante mutación, concebidos como sofisticadas extensiones o prótesis de los sentidos, que sirven y significan a un tiempo. Significados, finalmente, que se desprenden de

esas formas significantes, sea directamente de manera autorreferencial o con la intermediación de sustitutos gráficos, formando desde mensajes hasta discursos articulados. (Baltanás, 2004)

José Baltanás dice “Como es sabido, el diseño surge como consecuencia lógica del desarrollo industrial de las sociedades tecnológicamente más avanzadas y puede explicarse, por tanto, en función de esa relación causa-efecto. Sin negar su obvia dependencia de tiempo y lugar, las razones del diseño, sus lecturas e interpretaciones, no se agotan en el exclusivo ejercicio metonímico, desde fuera, sino que invitan a ser entendidas también desde dentro, a partir de su propia realidad física y la reflexión que en ellas palpita.”

### **6.2.2.1 Diseño Gráfico**

Es la disciplina que estudia diferentes métodos y manejo de técnicas para la investigación, producción y aplicación de mensajes visuales, comprende la creación, maquetación y diseño de publicaciones impresas, tales como; revistas, periódicos, libros, flyers, trifoliales, ... y también la base para otros medios audio-visuales, tales como la televisión o internet.

Los expertos discrepan sobre las raíces del diseño gráfico. Algunos identifican las pinturas rupestres como ejemplos ancestrales de los signos gráficos; otros reconocen sus formas embrionarias en Egipto, Grecia, México y Roma. Varios autores consideran que el diseño gráfico surge al mismo tiempo que la imprenta. Una corriente apunta a las vanguardias artísticas del inicio de este siglo. Otros, todavía, emplazan al pensamiento contemporáneo, con respecto al diseño gráfico, después de la Segunda Guerra Mundial, como un fenómeno adjunto al fuerte desarrollo industrial y de los medios de comunicación.

A lo largo del tiempo han ido apareciendo distintos métodos y formas de comunicación, desde los grafitis, los carteles, las primeras publicaciones de prensa, revistas hasta extenderse a la televisión, la radio, internet, los dispositivos móviles, etc.

A través de la historia, el diseño gráfico ha ido evolucionando. En un principio todas las técnicas se elaboraban de forma manual. Hoy en día se usan tecnologías más avanzadas de diseño y producción. (Saloma, 2006)

Wucius Wong define el diseño como “un proceso de creación visual con un propósito”.

#### **6.2.2.1.1 Imagen vectorial**

Es una imagen compuesta de elementos geométricos contruidos por operaciones matemáticas que radican en su componente principal que es el vector, a partir del que surgen innumerables formas compuestas por líneas y polígonos conformados por su respectivo contorno y su relleno. La naturaleza matemática de estos imágenes vectoriales permite que esta se redibuje a cualquier resolución permitiéndole guardar la calidad en sus trazos; debido a esto es uno de los muchos modos con los que un artista cuenta para crear una imagen con una pre visualización rasterizada. Otras formas de uso pueden ser en textos, en multimedia y en la creación de escenarios 3D. Prácticamente todos los programas de modelado en 3D usan técnicas que generan gráficos vectoriales en 2D.

Uno de los primeros usos de los vectores en el proceso de visualización fue el realizado por la Fuerza Aérea de los Estados Unidos. El sistema de generación de gráficos mediante vectores se utilizó hasta 1999 en el control aéreo y probablemente aún se siga usando en diversos sistemas militares. Ivan Sutherland

empleó este mismo sistema en la TX-2 para ejecutar su programa Sketchpad en el MIT Lincoln Laboratory en 1963.

Los subsiguientes sistemas de representación gráfica vectorial incluían la GT40 de Digital; existió una consola llamada Vectrex que usaba gráficos vectoriales para mostrar videojuegos como Asteroids y Space Wars; y equipos como el Tektronix 4014, podían generar imágenes vectoriales dinámicas (Pascual, 2007).

#### **6.2.2.1.2 Teoría del Color**

La problemática del Color y su estudio es muy amplia, pudiendo ser abordada desde el campo de la física, la percepción fisiológica y psicológica, la significación cultural, el arte, la industria etc. El conocimiento que tenemos y hemos adquirido sobre Color en la escuela elemental, hace referencia al color pigmento y proviene de las enseñanzas de la antigua Academia Francesa de Pintura que consideraba como colores primarios (aquellos que por mezcla producirán todos los demás colores) al rojo, el amarillo y el azul. En realidad existen dos sistemas de colores primarios: colores primarios luz y colores primarios pigmento.

El blanco y negro son llamados colores acromáticos, ya que los percibimos como "no colores".

El color es un atributo que percibimos de los objetos cuando hay luz. La luz es constituida por ondas electromagnéticas que se propagan a unos 300.000 kilómetros por segundo. Esto significa que nuestros ojos reaccionan a la incidencia de la energía y no a la materia en sí. Las ondas forman, según su

longitud de onda, distintos tipos de luz, como infrarroja, visible, ultravioleta o blanca. Las ondas visibles son aquellas cuya longitud de onda está comprendida entre los 380 y 770 nanómetros.

Los objetos devuelven la luz que no absorben hacia su entorno. Nuestro campo visual interpreta estas radiaciones electromagnéticas que el entorno emite o refleja, como la palabra "COLOR". (Zelanski & Ficher, 1999).

Las propiedades del color se definen como: tono, saturación, brillo.

- Tono: Matiz o croma es el atributo que diferencia el color y por la que designamos los colores: verde, violeta, anaranjado.
- Saturación: Es la intensidad cromática o pureza de un color Valor (valué) es la claridad u oscuridad de un color, está determinado por la cantidad de luz que un color tiene. Valor y luminosidad expresan lo mismo.
- Brillo: Es la cantidad de luz emitida por una fuente lumínica o reflejada por una superficie.
- Luminosidad: Es la cantidad de luz reflejada por una superficie en comparación con la reflejada por una superficie blanca en iguales condiciones de iluminación.

#### **6.2.2.1.3 CMYK**

El modelo CMYK se basa en la cualidad de absorber y rechazar luz de los objetos. Si un objeto es rojo significa que el mismo absorbe todas las componentes de la luz exceptuando la componente roja. Los colores sustractivos

(CMY) y los aditivos (RGB) son colores complementarios. Cada par de colores sustractivos crea un color aditivo y viceversa.

En el modo CMYK, a cada píxel se le asigna un valor de porcentaje para las tintas de cuatricromía. Los colores más claros (iluminados) tienen un porcentaje pequeño de tinta, mientras que los más oscuros (sombras) tienen porcentajes mayores.

En las imágenes CMYK, el blanco puro se genera si los cuatro componentes tienen valores del 0%. Se utiliza el modo CMYK en la preparación de imágenes que se van a imprimir en cualquier sistema de impresión de tintas. Aunque CMYK es un modelo de color estándar, puede variar el rango exacto de los colores representados, dependiendo de la imprenta y las condiciones de impresión. (Zelanski & Ficher, 1999).

#### **6.2.2.1.4 RGB**

Este espacio de color es el formado por los colores primarios luz que ya se describieron con anterioridad. Es el adecuado para representar imágenes que serán mostradas en monitores de computadora o que serán impresas en impresoras de papel fotográfico.

Las imágenes RGB utilizan tres colores para reproducir en pantalla hasta 16,7 millones de colores. Los monitores de ordenador muestran siempre los colores con el modelo RGB.

El modo RGB asigna un valor de intensidad a cada píxel que oscile entre 0 (negro) y 255 (blanco) para cada uno de los componentes RGB de una imagen en

color. Por ejemplo, un color rojo brillante podría tener un valor R de 246, un valor G de 20 y un valor B de 50. El rojo más brillante que se puede conseguir es el R: 255, G: 0, B: 0.

Cuando los valores de los tres componentes son idénticos, se obtiene un matiz de gris. Si el valor de todos los componentes es de 255, el resultado será blanco puro y será negro puro si todos los componentes tienen un valor 0. (Zelanski & Ficher, 1999).

#### **6.2.2.1.5 Tipografía**

Se refiere al oficio, arte e industria de la elección y aplicación de los distintos tipos de letra que existen, los cuales han sido diseñados con unidad de estilo.

Su historia comienza con la disponibilidad del papel, la impresión con bloques de madera tallada y la creciente demanda de libros, naciones como Italia, Alemania, Francia y los Países Bajos, buscaban la producción de textos por medio de la mecanización utilizando tipos móviles. Alrededor de 1440, Johann Gensfleisch zum Gutenberg, desarrolló en Alemania una técnica para elaborar moldes de tipos que se utilizarían para la impresión de letras individuales (los chinos fueron los primeros en utilizar tipos móviles, hechos de madera, durante la primera mitad del siglo XI); escogió el tipo textura como modelo, imitando el trabajo de los escribas de la época, para que el nuevo estilo fuera aceptado. La obra más representativa de Gutenberg es su Biblia de 42 líneas que desarrolló con esta técnica, la que estuvo vigente por 500 años. Luego con el pasar de los años esta técnica fue evolucionando y tomando nuevos caminos y diseños habiendo muchos que

destacaron en la creación de tipografías especialmente. El siglo XIX con la Revolución Industrial generó gran impacto con el inicio de nuevas tecnologías que permitirían nuevas formas e imágenes y nuevamente surgieron muchos tipógrafos excelentes.

En 1960 con el rápido crecimiento de la televisión y los avances de la tecnología tipográfica se favoreció una reinención de la naturaleza de la tipografía; los cambios científicos, sociales y políticos de los años sesenta tuvieron un reflejo inmediato sobre la tipografía.

Durante estos años los ordenadores ofrecieron sistemas programados para seleccionar y editar información, en combinación con componedoras que podían reproducir la imagen en una pantalla de rayos catódicos (crt) como referencia. La litografía offset hizo que los tipos de metal fundido comenzaran a desaparecer rápidamente de la circulación. En 1961 apareció la máquina de escribir de “pelota de golf”, la Selectric de IBM, una máquina de oficina capaz de cambiar el tipo y tamaño de los caracteres. (Dowding, 1998)

A principios de 1980 apareció la computadora personal (PC) lanzada por IBM; Apple Macintosh lanzó su ordenador personal en 1984 con un nuevo modo de presentación, el wysiwyg (what you see is what you get, lo que ves es lo que obtienes), que mostraba el texto tal cual se vería después de imprimirse y simulaba el entorno de trabajo. Los diseñadores empezaron a ser capaces de crear sus propias composiciones tipográficas; los programas como Page Maker y

QuarkXpress permitían la elaboración de material impreso de calidad profesional y de ahí para nuestra era.

En el año 2000 la aparición de una nueva tendencia en la distribución de tipos es la Web, en sitios como MyFonts.com, abre las puertas a las posibilidades de compartir y adquirirlas, lo que encamina a un nuevo mundo de posibilidades especialmente en el despliegue digital donde se manejan varios estándares tales como el WOFF 1.0 un formato para la utilización de tipos de letra variados que desde hace tiempo se viene experimentando en las páginas Web.

La utilización del CSS (Cascade Style Sheets) también facilita el despliegue de distintas tipografías en los ordenadores personales, las que hacen referencia a tipografías en proporcionadas en la web por empresas como Adobe o Google entre otras, para una mejor versatilidad en el diseño. (IBÁÑEZ, 2012).

#### **6.2.2.1.6 Diagramación**

Puede afirmarse que la diagramación nació junto con los diferentes métodos de reproducción gráfica utilizados por el ser humano, desde la época en que los chinos, hace aproximadamente 1000 años, obtenían grabados e imprimían con xilografía.

La xilografía (del griego xylón, madera; y grafé, inscripción), originaria de China (siglo V D.C.) fue la precursora de la imprenta y consistía básicamente en grabar sobre madera, con herramientas punzocortantes, dibujos previamente elaborados, se aplicaba una capa de pintura sobre la superficie, con la que a su vez se imprimía el papel a base de presión. Después de la imprenta, la xilografía se usó

para las ilustraciones. Al terminar el siglo XV perdió fuerza frente a la calcografía, que es mucho más precisa, sin embargo su uso perduró en las imprentas de pueblo. Hoy día su uso como técnica industrial es nula; a pesar de ello se sigue utilizando artesanalmente, mayormente con fines artísticos.

La diagramación se refiere a la distribución de los diferentes elementos del mensaje o diseño en cuanto al texto y la imagen en un espacio bidimensional como papel o web. Se logra mediante diferentes criterios de jerarquía, con el fin máximo de la funcionalidad del mensaje y una búsqueda en la estética del total al utilizar las distintas pautas de la diagramación: formato, cajas de diagramación, tipografías, tamaño, estilo, formateo de párrafos, sangrías; propone color corporativo para textos, tratamiento de la imagen (sangrados, recuadros o aplicaciones especiales), criterios compositivos. En resumen, todos los detalles que componen una publicación; buscando la organización de las páginas de acuerdo con las normas ya establecidas por el diseñador en el manual de diseño. (Torres, 2010)

#### **6.2.2.1.7 Retícula**

Es la plantilla base sobre la que se ponen los elementos gráficos, con la finalidad de conseguir un orden y una estética en la publicación. Las retículas se subdividen a su vez en superficies bidimensionales o tridimensionales, en campos más pequeños en forma de reja.

Sus orígenes se remontan a los arquitectos y pintores antiguos, los griegos, egipcios y mayas se basaban en la proporción áurea o divina la que utilizaban en

sus construcciones y esculturas. Dicha proporción, en mi opinión, nace de una profunda observación de la naturaleza, ciertos elementos de la naturaleza como la concha de un caracol, el cuerpo humano, la forma de los panales de abejas, algunas flores y hojas; todas cuentan con una armonía en sus formas y proporciones las que obedecen a una fórmula matemática.

La retícula hace también que la lectura se efectúe con mayor rapidez, se visualicen los contenidos a distancias más lejanas y se retenga con más facilidad en nuestra memoria la información que estamos recibiendo.

Existen varios tipos de retículas, entre las que encontramos:

- Las retículas simples, de una sola columna, que se encuentran casi en todos los etiquetados, envasados, periódicos, novelas, etc.
- La retícula de 2 y 4 columnas: Es una retícula muy utilizada por los diseñadores, ya que les permite componer una distribución equilibrada, aunque en alguna ocasión, puedan sugerir algunas composiciones simétricas.
- La retícula de 3 y 6 columnas: Habitualmente se considera esta retícula como la más acertada para el diseño de los folletos publicitarios. Proporciona anchas y columnas muy legibles, y además se tiene la opción, que la de tres columnas se puede subdividir a su vez, en 6 columnas.

(fotonostra, 2012)

### 6.2.3 Diseño web

Es el diseño gráfico aplicado al espacio de web utilizando las distintas herramientas para propiciar el proceso de conceptualización, planificación, diagramación y creación de un sitio web, que luego será publicada en un servidor el que hará uso de un dominio para su acceso al público.

El primer diseño de una página se realiza en 1993, el sitio web tenía como nombre “Mosaic”, y en menos de un año ya tenía más de 2 millones de visitas. El navegador web era capaz de mostrar tanto imágenes como textos, aunque tenía grandes problemas para diagramar la información dentro del sitio web. El diseño web de esas páginas era lineal y era enfocado a los científicos que eran los usuarios que compartían su información alrededor del mundo mediante estas páginas web. La tecnología de los navegadores web era muy limitada y no disponía de la capacidad de transmitir información gráfica para la comunicación visual.

Las principales características a tomar en cuenta de la primera generación de diseño web eran las velocidades de transmisión de datos, ya que la conexión era vía MODEM, ante lo que el peso de las páginas web era muy limitado. Otro detalle era incluso el hecho que los monitores eran monocromos, Respecto al diseño web, la estructuración era bastante desordenada con imágenes dispuestas horizontalmente y líneas de texto separadoras.

Dado el caos en el diseño web, un año más tarde se estableció un consorcio para establecer normas y pautas para el futuro desarrollo de la web, el W3C. Se comenzaron entonces a desarrollar unos estándares de lenguaje HTML para una unificación del diseño web que trajo consigo la aparición de una serie de navegadores web con la constante aparición de nuevas funciones y capacidades en este ámbito

El diseño web de segunda generación se basa en los conceptos de la primera, con la diferencia que se comienza a utilizar iconos para reemplazar algunas palabras, las páginas comienzan a tener imágenes de fondo, aparecen el diseño y los botones con relieve para la navegabilidad, aparecen también los banners para sustituir a las cabeceras, la estructuración de textos en forma jerárquica por medio de menús o listados, propiedades del código HTML estándar definido. Actualmente nos encontramos en una era de enfocar las páginas web según su objetivo: vender productos o servicios, comunidades, información, noticias. Para esta especialización del diseño web de acuerdo al objetivo de las páginas, era necesario ayudar al usuario a encontrar la información, generando una navegabilidad estructurada e intuitiva. (Activa Diseño Web, 2008).

### **6.2.3.1 Interactividad**

Es la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación para darle a los usuarios un mayor poder, tanto en la selección de contenidos como en las posibilidades de expresión y comunicación. Es la característica más destacable del internet, en ningún otro medio el emisor puede establecer una comunicación tan rápida, directa y rentable con su público potencial, con un consumidor cada día más experto, exigente y selectivo: sabe buscar la información que necesita con más rapidez y eficacia.

El internauta ha aprendido a discriminar los mensajes publicitarios que pueden interesarle de los que no. Además, pone todos los medios posibles para evitar estos últimos.

(Interactive advertising bureau, 2010)

Alejandro Bedoya dice “Interactividad es la capacidad del receptor para controlar un mensaje no-lineal hasta el grado establecido por el emisor, dentro de los límites del medio de comunicación asincrónico.”

Bou Bauzá Guillem la describe como “un esfuerzo de diseño para planificar una navegación entre pantallas en las que el usuario sienta que realmente controla y maneja una aplicación.”

Con el pasar de los años y la constante evolución de la web, la interactividad se ha vuelto un punto de bastante peso a la hora de elaborar o diseñar un sitio web.

Cuenta Clay Shirky en *Cognitive Surplus* (2011), la anécdota de una niña que, a media película, se levanta y empieza a buscar detrás del televisor. “Nos contaban los abuelos que no era un comportamiento extraño en los principios de la televisión, el de buscar detrás del aparato los personajes, creíamos que las personas estaban ocultas tras las pantallas”. No es extraño que los padres de la criatura preguntaran ¿qué andaba buscando? Y la respuesta, sorprendente fuera: “Busco el ratón”. La interacción es el elemento fundamental en las pantallas de hoy tanto en el internet como en la televisión.

### **6.2.3.2 Internet (La Red o la Web)**

Es un espacio virtual al que también se le conoce por la nube que está conformado por una serie de servidores enlazados a nivel mundial, los que hacen posible la interacción entre muchas personas, así como el acceso a distintos contenidos almacenados en diferentes locaciones o en los llamados servidores.

En 1969 nació el antepasado de internet y lo hizo como una breve conexión entre la Universidad de California y el Instituto de Investigación de Stanford. En este momento nadie hablaba de internet ni de conexión web, sino de Arpanet, una creación del Departamento de Defensa de Estados Unidos.

Comenzó siendo un proyecto de defensa que pronto se utilizó con fines comunicativos hasta que casi 10 años después. En 1978 se creó la primera red no militar para que las universidades pudieran comunicarse entre ellas.

A partir de este momento, asistimos a la década de ‘los primeros’, esto es, el primer virus, el primer emoticón, el primer ordenador personal, el primer buscador... Hasta que finalmente en 1995 aparece Internet Explorer. (Internet Society, 2012)

El nuevo milenio trajo consigo numerosos avances que configuraron el panorama precedente al que conocemos hoy. Ésta fue la década de los grandes lanzamientos: Wikipedia (2001), iTunes, MySpace, Skype (2003), Facebook (2004) Google Chrome (2008) y así llegamos hasta 2012, año en el que los usuarios de internet llegaron a los 2,4 mil millones en todo el mundo.. (Internet en 2012, 2013)

La historia de internet es una historia sobre evolución y progreso. La historia de cómo algo que nació dentro de un experimento para la defensa de un país acabó convirtiéndose en un estilo de vida para millones de personas.

### **6.2.3.3 WWW (World Wide Web)**

WWW son las iniciales que identifican a la expresión inglesa World Wide Web, se refiere al sistema de documentos de hipertexto que se encuentran enlazados entre sí y a los que se accede por medio de Internet Por medio de un software conocido como navegador, los usuarios pueden visualizar diversos sitios web (que contienen texto, imágenes, videos y otros contenidos multimedia) y navegar a través de ellos mediante los hipervínculos.

El 26 de febrero de 1991 marca uno de los momentos más importantes de la historia de Internet. Ese día fue presentado oficialmente el primer navegador web y editor de HTML en modo gráfico. Su nombre, WorldWideWeb. Su creador, Tim Berners-Lee, que entre otras cosas es conocido como el padre de la web.

Se ejecutaba en una computadora NeXTcube, bajo el sistema operativo NeXTSTEP y su desarrollo comenzó en octubre de 1990. El 25 de diciembre de ese mismo año se mostró una versión de pruebas, pero no fue hasta el señalado 26 de febrero de 1991 cuando se produjo su bautismo de fuego, comenzando a ser distribuido entre los compañeros de Berners-Lee en el CERN, en marzo de ese mismo año. Posteriormente fue renombrado Nexus para evitar confusiones con la World Wide Web.

Fue desarrollado con el lenguaje de programación Objective-C e incluía soporte para hojas de estilo en cascada, descarga y apertura de todos los archivos soportados por NeXSTEP, navegación por grupos de noticias, protocolo FTP e incluso un corrector ortográfico.

El 30 de abril de 1993 el CERN liberó el código fuente de WorldWideWeb bajo el dominio público, convirtiéndose en software libre y es el que hasta la actualidad con sus modificaciones utilizan los navegadores en internet. (Jose, 2008).

#### **6.2.3.4 Sitio web**

Producto final visual del diseño web que ha sido montado en un servidor conectado al internet, pretende comunicar información acerca de un tema o compañía en su contenido.

En un principio las páginas web eran sólo texto, pero a medida que ha evolucionado la tecnología, tanto los ordenadores como las redes de telecomunicaciones, se ha generado nuevas formas de desarrollar la web.

La inclusión de imágenes fue la evolución más significativa, pero también debemos mencionar el video y la animación, o los espacios 3D, que aporta valores de imagen, de diseño y de interactividad jamás imaginados antes.

El diseño de páginas web se ha desarrollado a medida que ha evolucionado Internet. En 1992 sólo había alrededor de 50 sitios web. Las últimas estadísticas nos confirmaban que actualmente rondan los 8.000 millones de sitios web, a los que diariamente se les suma a raíz de 4400 por día. Estiman que hay alrededor de 2 mil millones de páginas colgadas y se espera que en los próximos años llegue a los 8 mil millones, excediendo el número de habitantes del planeta. Sin embargo, sólo una fracción de este número es visitado habitualmente por la mayoría de los usuarios (sólo alrededor de 15.000 sitios webs, el 0,4% del total). (Internet en 2012, 2013)

A partir de estos datos se puede entender la necesidad de concentrar los esfuerzos para atraer y mantener la atención de los usuarios. Junto con un desarrollo efectivo de la estructura web y del contenido, el diseño y el uso del color son la llave para atraer y ser identificado, formando vínculos en el subconsciente del usuario y generar esquemas para captar y fidelizar a nuevos visitantes.

Al mismo tiempo que la evolución de los aparatos y de su introducción en los hogares, también ha aumentado la calidad de las transmisiones a través internet y ha bajado su

precio. A medida que la tecnología ha solventado estas dificultades, ya no nos encontramos con problemas de forma sino de contenido. (Activa Diseño Web, 2008)

### **6.2.3.5 Dominio**

Dirección por medio de la que un servidor hace publica un sitio web. Podríamos decir que esta es el nombre por medio del que se accede a esta. El “.com” nos familiariza inmediatamente con los nombres de dominio de internet y nos conecta con los servidores web que alojan sitios web. Un nombre de dominio está constituido usualmente por un nombre o frase representativa de la naturaleza del negocio, servicio, producto o persona, aunque por la falta de regulaciones puede ser prácticamente cualquier cosa. Pueden tener una longitud hasta de 63 y finalizan con una extensión que identifica su tipo o región.

Entre los diferentes tipos de dominios existen los de primer nivel, donde encontramos las extensiones .com, .net, .org, .mil, .edu, .info, .name, .biz y .gov. De estos, los .com, .net, .org, .biz y .info pueden ser registrados por cualquier persona, representando los .com, sitios comerciales, .net, redes o Networks y los .org, Organizaciones, mientras que los .edu están reservados para entidades educativas, los .mil por militares y .gov para el gobierno.

Estas extensiones le han dado vida al web, pero debido a la demanda que ha existido por los dominios .com, .net y .org se extendieron hacia nuevas opciones como son .las .info, .biz, .name, .museum, .travel, .mobi y otras.

Los dominios están regidos por la ICAAN (Por sus siglas en inglés: La corporación de Internet para nombres y números asignados) que cuenta con una política de resolución de conflictos, para cualquier asunto que tenga que ver con ellos.

Otros dominios de primer nivel que se están comercializando por empresas particulares son por ejemplo .ws y .tv. Este último por su particular extensión no cobra tarifas específicas de registro, sino subasta todos los nombres del diccionario para obtener mayores ingresos.

También existen extensiones que identifican a los países. Así por ejemplo existe el .gt para Guatemala, .mx para México, .es para España, .ar para Argentina, entre otros.

(Henst, 2003)

### **6.2.3.6 CMS**

Los sistemas de gestión de contenidos (Content Management Systems o CMS) es un software que se utiliza principalmente para facilitar la gestión de webs, ya sea en Internet o en intranet, y por eso también son conocidos como gestores de contenido web (Web Content Management o WCM). Hay que tener en cuenta, sin embargo, que la aplicación de los CMS no se limita sólo a las webs.

James Robertson (2003 b) propone una división de la funcionalidad de los sistemas de gestión de contenidos en cuatro categorías funcionales: creación de contenido, gestión de contenido, publicación y presentación.

En cuanto a la creación de contenido un CMS aporta herramientas para que los creadores sin conocimientos técnicos en páginas web puedan concentrarse en el contenido. Lo más habitual es proporcionar un editor de texto WYSIWYG, en el que el usuario ve el

resultado final mientras escribe, al estilo de los editores comerciales, pero con un rango de formatos de texto limitado. Todo esto con el objetivo que el creador pueda poner énfasis en algunos puntos, sin modificar mucho o nada del estilo general del sitio web.

Para la gestión de contenido, un CMS almacena los documentos creados en una base de datos central donde también se guardan el resto de datos de la web, como datos relativos a los documentos (versiones hechas, autor, fecha de publicación y caducidad, etc.), datos y preferencias de los usuarios, la estructura de la web, etc.

En la publicación, una página aprobada se publica automáticamente cuando llega la fecha de publicación, y cuando caduca se archiva para futuras referencias. En su publicación se aplica el patrón definido para toda la web o para la sección concreta donde está situada, de forma que el resultado final es un sitio web con un aspecto consistente en todas sus páginas. Esta separación entre contenido y forma permite que se pueda modificar el aspecto visual de un sitio web sin afectar a los documentos ya creados y libera a los autores de preocuparse por el diseño final de sus páginas.

Y para la presentación en un CMS se puede gestionar automáticamente la accesibilidad del web, con soporte de normas internacionales de accesibilidad como WAI, y adaptarse a las preferencias o necesidades de cada usuario. También puede proporcionar compatibilidad con los diferentes navegadores disponibles en todas las plataformas (Windows, Linux, Mac, Palm, etc.) y su capacidad de internacionalización lo permite adaptarse al idioma, sistema de medidas y cultura del visitante. (Robertson, 2003)

### **6.2.3.7 Redes Sociales**

Se entiende por redes sociales a las páginas web que permiten la interacción, no solo con la aplicación que ofrecen sino con los demás usuarios, formando así una red social, donde cada usuario puede decidir formar parte de más redes o agregar o denegar acceso a otros usuarios a sus redes personales.

La historia de las redes sociales tiene un origen difuso, una evolución acelerada. No existe consenso sobre cuál fue la primera red social, y se pueden encontrar diferentes puntos de vista al respecto; por ejemplo que los primeros mails enviados en 1971 constituían una red social. Por otro lado, la existencia de muchas plataformas de redes sociales tiene tiempos de vida muy cortos, que empiezan hoy y su periodo de vida es incierto, ya que otros nuevos aparecerán dejando obsoleto, en poco tiempo, cualquier panorama que queramos mostrar de ellos. Su historia se escribe a cada minuto en cientos de lugares del mundo. Lo que parece estar claro es que los inicios se remontan mucho más allá de lo que podríamos pensar en un primer momento, puesto que los primeros intentos de comunicación a través de Internet ya establecen redes, y son la semilla que dará lugar a lo que más tarde serán los servicios de redes sociales que conocemos actualmente, con creación de un perfil y lista de contactos. Por todo ello, vamos a plantear su historia contextualizada mediante una cronología de los hechos más relevantes del fenómeno que suponen las redes sociales basadas en Internet. (Ponce, 2012).

## 6.2.4 Multimedia

Este término se aplica a la utilización de varios medios de comunicación para transmitir información de manera atractiva. En la actualidad se le ha dado mucha importancia debido a los avances de la tecnología y el internet en donde la multimedia es el elemento básico para la comunicación.

La multimedia tiene su antecedente más remoto en dos vertientes: a) el invento del transistor con los desarrollos electrónicos que propició y b) los ejercicios eficientes de la comunicación, que buscaba eliminar el ruido, asegurar la recepción del mensaje y su correcta percepción mediante la redundancia.

El invento del transistor, a partir de los años 50, posibilitó la revolución de la computadora, con la fabricación del chip, los circuitos eléctricos y las tarjetas electrónicas, los que propician unidades compactas de procesamiento y la integración del video. Todo esto, junto con los desarrollos de discos duros, flexibles y, últimamente, de los discos ópticos, se ha concretado en la tecnología de las PCs. Posteriormente, una serie de accesorios y periféricos han sido desarrollados para que la computadora pueda manejar imagen, sonido, gráficas y videos, además del texto. (PC WORLD, 1993).

Por otro lado, la comunicación desarrolla, a partir de los 70s, en la educación, la instrucción, la capacitación y la publicidad, el concepto operativo de multimedia. Por tal concepto se entiende la integración de diversos medios (visuales y auditivos) para la elaboración y envío de mensajes por diversos canales, potencializando la efectividad de la comunicación, a través de la redundancia. Así, la comunicación resulta más atractiva, afecta e impacta a más capacidades de recepción de

la persona y aumenta la posibilidad de eliminar el ruido que puede impedir la recepción del mensaje. (PC WORLD, 1993).

#### **6.2.4.1 Video**

Nace a finales de la década de los 50's como tecnología relacionada con la televisión que permitía la emisión de programas y retransmisiones en diferido, o lo que es lo mismo, evitaba que la programación fuera siempre en directo.

Está formado por un conjunto de imágenes o fotogramas que al reproducirse dan la sensación visual de movimiento. Para su distribución en internet se han creado distintos tipos de compresión y por ende distintos decodificadores también llamados codecs, que son los que se encargan de descomprimir las imágenes en el momento para su despliegue y visualización.

Más adelante, en 1964, los juegos olímpicos de Tokio se convirtieron en el primer acontecimiento donde se hace una reprogramación diferida de la transmisión en directo y en 1965 se efectúa el primer video personal con intención artística.

En 1968, Sony produce el “portpack”, la primera cámara portátil comercializada, la precursora de las actuales y modernas cámaras digitales que hoy en día nos permiten inmortalizar cualquier situación e incluso compartirlas con los demás a través de sitios como YouTube.

A partir de 1970 Philips lanza el sistema VCR y otorga facilidades de utilización al ciudadano común, que encuentra nuevas posibilidades de uso al registrar experiencias cotidianas, videos chistosos, situaciones familiares y sociales, videos musicales, etc.

Hoy en día las videocámaras han ganado en calidad de imagen, son digitales y están integradas en dispositivos portátiles como el teléfono móvil o el Notebook. (Es Historia, 2009).

#### **6.2.4.2 Audio**

Se refiere a todo sonido guardado o grabado ya sea en modo análogo o digital, por medio del que se transmiten ideas, información, contenido, efectos de sonido, música y cualquier audible. Idealmente se utilizan frecuencias audibles al oído humano y muchas veces los sonidos grabados son sobrepuestos para generar una banda sonora que le permite al usuario final tener una experiencia envolvente.

En cuanto a su historia, el primer soporte natural del sonido fue la propia mente humana, sin embargo, su historia comienza formalmente en el siglo XIX con León Scott Martinville, quien realizara el primer dibujo sonoro en 1857 y la primera grabación de la voz humana en 1860 con un canto tradicional francés denominado Au clair de la lune, que fue registrado en hojas de papel de fumar ahumadas a través de un dispositivo con un cabezal estilo Robinson, denominado fonografía.

Otro personaje que se ocupaba del sonido fue Thomas Alva Edison quien en 1877 logró registrar su propia voz a través de un dispositivo cilíndrico compuesto por un conjunto de capas de láminas de estaño, en las que se almacenaba la información en surcos. Dicho dispositivo no sólo registraba el audio sino que también podía reproducirlo. Había nacido el fonógrafo el que a lo largo del tiempo fue sufriendo modificaciones con el objeto de su mejora en cuanto a materiales y estructura.

El danés Valdemar Poulsen es quien en 1898 logra hacer el primer registro de sonido magnético por medio del telegráfico, que consistía en un micrófono que convertía las ondas sonoras en variaciones de voltaje. Estas señales hacían girar un cilindro que tenía enrollado de manera helicoidal un hilo de acero. El carrete cilíndrico giraba bajo un electroimán. En el proceso, registraba la variación de intensidad de un campo magnético sobre un hilo de acero, donde quedaban grabadas zonas de distinta magnetización. Posteriormente se invertía el proceso, las variaciones magnéticas eran reconvertidas en señales eléctricas y las variaciones volvían a convertirse en sonido a través de un altavoz, logrando así el primer soporte analógico.

El siglo XX, fue llamado siglo del sonido por la etnomusicóloga Ana María Ochoa Gautier.

Para 1928 y gracias al ingeniero alemán Fritz Pfleumer se inventó la primera banda magnética con base de papel a la que sucedería una banda de plástico recubierta por una capa ferro magnética y que fue reproducida por el prototipo de una grabadora magnética que no se comercializó.

En las siguientes épocas vendría un fenómeno comercial entre las dos más grandes empresas de electrónica, la holandesa Philips y la japonesa Sony. Ambas luchaban por comercializar sus productos cada vez más avanzados tecnológicamente hablando y fue así que uniendo fuerzas crearon el disco compacto o CD en 1970. Este nuevo avance sería presentado al público un año después y alcanzaría la cumbre hasta la década de los noventa.

Al llegar los años noventa, Philips se concentraba en el desarrollo de la casete compacta digital o DDC que fuera presentada oficialmente en 1992, esta DDC era similar al DAT en cuanto a la tecnología y a sus altos costos, el DAT permaneció entre el sector profesional, pero la DDC salió del mercado en 1996.

En ese mismo año de 1992 Sony lanzaba al mercado el minidisc o MD, disco de almacenamiento magneto-óptico cuyas dimensiones son de 7 x 6.75 x 0.5 centímetros y es capaz de almacenar todo tipo de datos binarios. Aunque nacieron para sustituir las cintas de casete, la distribución de música por internet y el auge del mp3 lo limitaron a utilizarse únicamente para la grabación.

La tecnología más reciente y la más popular entre la sociedad es el MPEG-1 Audio Layer 3 o MP3, a pesar de que la patente de este formato apareció en 1987, no fue hasta sino hasta 1995 cuando Karlheinz Brandenburg lo usara por primera vez. El audio digital comprimido de pérdida desarrollado por el Moving Picture Group (MPEG), es capaz de introducir información de audio comprimida en una memoria, sin embargo ésta es de pérdida por lo que no puede recuperar su forma original. Puede ser leído debido a un software que transforma los códigos durante la compresión en una señal eléctrica para poder ser escuchada.

## **6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias**

### **6.3.1 Teología**

Para la teología propia del catolicismo, el objeto de estudio directo es Dios. La razón del ser humano y las revelaciones hechas por la divinidad son los criterios que permiten a esta teología alcanzar la verdad. Dado que la Iglesia es su principal comunidad, el catolicismo delega en ella la potestad para fijar los criterios vinculados a la reflexión de la teología.

El término teología tiene su origen en el latín *theologia*. Esta palabra, a su vez, proviene del concepto griego formado por *theos* (“Dios”) y *logos* (“estudio”). La teología es, de esta forma, la ciencia que se encarga del estudio de las características y propiedades de la divinidad. Se trata de un grupo de técnicas propias de la filosofía que pretenden generar conocimiento sobre Dios y el resto de las entidades calificadas como divinas. Ernest F. Kevan la define como la ciencia de Dios que se ha revelado a través de su palabra.

El término fue acuñado por Platón en su obra “La República”. El filósofo griego lo utilizó para nombrar al entendimiento de lo divino a partir del uso del raciocinio.

Más adelante Aristóteles adoptó el concepto con dos significados: la teología como la división central de la filosofía y la teología como nombre del pensamiento propio de la mitología que antecedió a la filosofía.

### **6.3.2 Semiótica**

Se conoce como semiótica a la teoría que tiene como objeto de interés a los signos, es también llamada semiología. Ambos conceptos son tomados como sinónimos por el diccionario de la

Real Academia Española (RAE), aunque los expertos establecen algunas diferencias. Su uso vincula más semiología a la tradición europea y semiótica a la tradición anglo-americana.

Esta ciencia se encarga de analizar la presencia de éstos en la sociedad.

Según Ferdinand de Saussure, el término semiología, deriva del francés sémiologie proveniente del interior de la lingüística europea del siglo XIX, quien la propone como “la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social” (Guiraud, 1972).

Otros especialistas definen a la semiología como una disciplina que se encarga de los estudios vinculados al análisis de los signos a nivel general, tanto lingüísticos (relacionados a la semántica). La semiología fue definida y estudiada por Saussure en Ginebra, en 1908, como la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social (Fotonostra, 2013).

Comúnmente se dice que estudia los sistemas de signos en la sociedad, y que forma parte de la psicología social: la semiología se preocupa del estudio del lenguaje y de otros códigos utilizados en la comunicación. Estudia la producción e interpretación y los sistemas de signos: Lenguas, códigos, señalizaciones, etc. Se puede resumir a la semiología, estudia los sistemas de signos no lingüísticos.

### **6.3.3 Sociología**

Es un término que se utiliza para referirse a la ciencia que estudia las formas de organización, relaciones entre individuos, afinidad y agrupaciones entre ellos. El origen de la sociología como ciencia se remonta a la Edad Media, donde se realizaron reflexiones académicas que actualmente se consideran como sociológicas, estas fueron realizadas por pensadores de origen árabe.

Mecanismo por el que una comunidad enseña a descubrir a sus nuevos integrantes, las normas, los valores y las creencias que ellos mismos guardan en lo más profundo de su ser, como signo de su individualidad y que invariablemente coincide con las normas, valores y creencias que profesa la comunidad en que habitan. Cuando por algún extraño accidente el aprendiz no logra descubrir tales correspondencias, entran en funcionamiento otros mecanismos que le enseñan la conveniencia de seguir buscando. En la literatura sociológica se denominan control social.

Los métodos sociológicos se relacionan con los métodos de investigación cualitativa y cuantitativa.

Métodos cualitativos: Profundo entendimiento del comportamiento humano y las razones que lo gobiernan.

Métodos cuantitativos: Pueden diferenciarse porque se miden características o variables que toman valores numéricos y deben describirse para facilitar la búsqueda de relaciones mediante el análisis.

Método comparativo: Estudia la relación entre uno o más fenómenos, combinación de cualitativo y cuantitativo. (Zeraoui, 2004)

### **6.3.4 Psicología**

Etimológicamente, proviene del griego psyche, que se puede traducir alma. Aristóteles la define como "la ciencia del alma". Actualmente no son pocos los que definen la Psicología como ciencia de la conducta. La conducta es una actividad propia de los organismos vivos para mantenerse y conservar la vida. También se conoce como una disciplina que observa e investiga procesos mentales y el comportamiento humano. Explora conceptos como la percepción, la atención, la motivación, la emoción, el funcionamiento del cerebro, la inteligencia, la

personalidad, las relaciones personales, la consciencia y la inconsciencia. Acumula información sobre los comportamientos, los analiza para luego poder predecir las acciones futuras de un individuo o un ente. Actualmente la psicología está siendo empleada en el departamento de recursos humanos en las empresas o corporaciones, se relaciona con los procesos de selección y reclutamiento.

#### **6.3.4.1 Psicológica del consumidor**

Analiza el comportamiento del consumidor, estudia los factores que contribuyen a la decisión de compra o adquisición sobre algún producto o marca, se rige por medio de procesos mentales ya pre-establecidos. Se define como el comportamiento que los consumidores muestran al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que consideran van a satisfacer sus necesidades.

Algunos de los factores psicológicos de influencia son: Cultural, status, afectivo, necesidad, masificación, innovación, pertenencia. El comportamiento del consumidor se clasifica por medio de tres enfoques: Enfoque de la teoría económica, Enfoque psicociológico, y el Enfoque motivacional.

#### **6.3.4.2 Psicología del color**

Comprende el estudio de la reacción del consumidor hacia ciertos colores, sus significados y reacciones. Estudia los efectos del color en la percepción y la conducta humana.

Según Goethe y Kandinsky, La psicología del color es la disciplina que estudia el significado de los colores, aplicados a los productos y/o servicios. Cada color tiene su

forma de expresar su significado, no hay uno que domine en todo el mundo, puesto que en cada cultura su significado es distinto. (Publicidad, 2013).

### **6.3.5 Informática**

Proviene de la unión de dos palabras: información y automática, por lo que se define que estudia el tratamiento automático de la información. Se realiza por medio de los sistemas informáticos que son los llamados Ordenadores o Computadoras. Estudia los métodos, procesos, técnicas, con el objetivo de almacenar, procesar y transmitir información y datos en formato digital. (Pacheco, 2006) La informática abarca los principales fundamentos de las ciencias de la computación, como la programación para el desarrollo de software, aplicaciones, páginas web y la arquitectura de las computadoras y del hardware, las redes como Internet y la inteligencia artificial. Incluso se aplica en varios temas de la electrónica.

### **6.3.6 Fotografía**

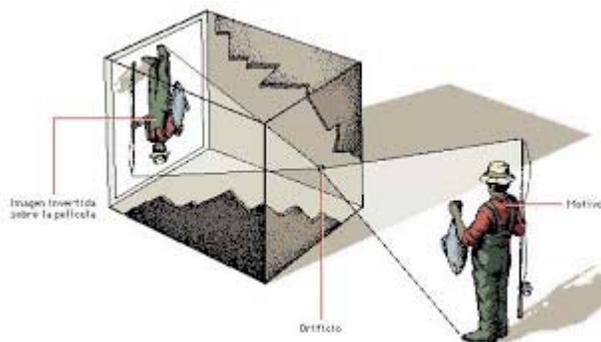
Se utilizó por primera instancia en 1839 por Sir John Herschel. En ese mismo año se publicó todo el proceso fotográfico. La palabra se deriva del griego foto (luz) y grafos (escritura).

Por eso se dice que la fotografía es el arte de escribir o pintar con luz. Varias décadas antes, De la Roche (1729-1774) tras su investigación hizo una predicción asombrosa en un trabajo literario de nombre Giphantie, donde era posible la captura de imágenes de la naturaleza en una lona cubierta por una sustancia pegajosa, proporcionando una imagen idéntica a la real. Esta imagen sería permanente después de haberla secado en la oscuridad.

La idea de la fotografía nace como síntesis de dos experiencias muy antiguas. La primera es el descubrimiento de que algunas sustancias son sensibles a la luz. La segunda fue el descubrimiento de la cámara oscura.

La máquina oscura de la que deriva la cámara fotográfica, fue realizada mucho tiempo antes de que se encontrara el procedimiento para fijar con medios químicos la imagen óptica producida por ella.

Aristóteles, filósofo griego que vivió en Atenas entre 384 y 322 a. C, afirmaba que si se practicaba un pequeño orificio sobre la pared de una habitación oscura, un haz luminoso dibujaría sobre la pared opuesta la imagen invertida del exterior.



*Imagen utilizada con fines ilustrativos*

[HTTP://fotopalomarobles.blogspot.com/2011/09/me-dio-mucha-verguenza-no-saber-que-es.html](http://fotopalomarobles.blogspot.com/2011/09/me-dio-mucha-verguenza-no-saber-que-es.html)

La primera descripción completa e ilustrada sobre el funcionamiento de la cámara oscura, aparece en los manuscritos de Leonardo da Vinci (1,452-1,519).

En la antigüedad los artistas disponían de una habitación oscura en la que entraban para fotografiar un paisaje circundante, pero estos montajes e instrumentos, tenían un inconveniente, eran muy poco manejables. Hacia la segunda mitad del siglo XVII se inventó una mesa de dibujo portátil siguiendo el principio de la cámara oscura.

Era una gran caja de madera, cuyo lado delantero estaba cerrado por una lente, el artista dirigía esta caja hacia donde quería y copiaba la imagen fotografiada sobre una cartulina semitransparente, apoyándola en un cristal situado en la parte superior. Este artilugio, fue utilizado durante varios siglos por artistas pintores, incluyendo de entre ellos dos personalidades

famosas, como Canaletto y Durero, que lo utilizaban para recabar apuntes con bastante precisión en la perspectiva.

# Capítulo VII

---

# Capítulo VII:

---

## Proceso de diseño y propuesta preliminar

### 7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico

Partiendo de la información obtenida en la realización del marco teórico, en combinación con el perfil del cliente, es posible llegar a este paso, donde a partir de la definición de las ciencias auxiliares más importantes y su aplicación al proyecto del sitio web de la Comunidad Católica Espiritu Santo:

#### 7.1.1 Comunicación

Constituye un eslabón esencial en la resolución de este problema presentado por la Comunidad Católica Espiritu Santo, al ofrecer un medio de comunicación masiva y de bajo costo basando en el perfil establecido del público objetivo determinado. Haciendo uso de nuevas tendencias para la implementación de un sitio web con la que se espera llegar a una mayor cantidad de jóvenes católicos.

#### 7.1.2 Sociología

Apoya la realización de este proyecto en el área de uso de nuevas estructuras de comunicación sociales que están captando la atención de la juventud como es el caso de las redes sociales, por ejemplo: Facebook y Twitter. Proporciona más herramientas para llegar al público objetivo que, en este caso, son los jóvenes y permitir que la información sea no solo ingresada sino comentada y socializada.

### **7.1.3 Teología**

A través del estudio bíblico permite la una reflexión objetiva y con base científica al contenido que se refleja en este sitio web. Que además de ser un sitio informativo, contiene también material apoyado por esta ciencia. Asimismo proporciona una base para desarrollar y fundamentar elementos gráficos como el logo de la Comunidad Católica Espiritu Santo.

### **7.1.4 Semiótica**

La semiótica permitió la selección apropiada de cada uno de los elementos gráficos, que atraerán la atención del público objetivo hacia los distintos elementos dentro del sitio web, al lograr así interfaz gráfica, limpia y atractiva.

### **7.1.5 Psicología**

El sitio web de la Comunidad Católica Espiritu Santo pretende transmitir distintos tipos de información y doctrina para los que es necesario entender al público objetivo por medio de esta ciencia y así dar valor agregado en el desarrollo del contenido visual y escrito.

#### **7.1.5.1 Psicología del color**

En cuanto a las teorías de comportamiento y la reacción que provocan ciertos colores en el público objetivo, se pudo proveer de una experiencia de usuario positiva, en cada una de las páginas que conforman el sitio web. Se procuran utilizar colores complementarios que jugarán con el logo y transmitir sensación de tranquilidad, para que el usuario final tenga una experiencia placentera que lo ayudara a permanecer en el sitio hacer uso de la información proporcionada.

### **7.1.6 Fotografía**

Debido a que es un sitio web informativo, existen áreas que necesita de la comunicación visual por medio de la fotografía, por ejemplo los distintos eventos que en la comunidad se realizan o

en algunos casos el desarrollo de material gráfico para promoción. La aplicación adecuada de la técnica es importante, ya que permitirá la implementación adecuada de esta herramienta con la capacidad de mostrar composiciones y acontecimientos de la forma adecuada y agradable para quien las vea.

### **7.1.7 Informática**

Por último, pero no por eso menos importante, la ciencia de la informática que a través de sus distintas ramas proveyó de las herramientas básicas y avanzadas, que permitieron que el bosquejo, las ideas y reglas generadas, se pudiera hacer realidad en el producto final.

## **7.2 Conceptualización**

### **7.2.1 Método**

El método que se utilizó para la realización de este proyecto fue el de mapa mental, también llamado “pensamiento radiante”. Consiste en una forma de búsqueda mental a partir de la que el diseñador puede tener una perspectiva rápida del alcance de su proyecto.

Esta técnica fue desarrollada por Tony Buzan, autor de varios libros de psicología, quien ha promovido este método a lo largo de su carrera. (Lupton & Cole, 2011). Buzan describe varias reglas para generar los mapas mentales como utilizar diferente color para cada ramificación.

Para generar el mapa mental se realizaron los pasos siguientes:

- a. Enfocarse en una idea principal: en este caso la idea principal es “el sitio web de la Comunidad Católica Espíritu Santo (referida en el mapa como CCES).

- b. Elaboración de las ramificaciones principales: las que parten de la asociación con la frase principal generado en el paso anterior y pueden ir ligadas a frases o imágenes.

Procurando que el color de cada rama sea diferente. A continuación se definen los primeros 2 niveles del mapa:

i. Diseño

1. Tecnología
2. Tendencias

ii. Concepto

1. Tecnología
2. Jovial
3. Comunicación
4. Artístico
5. Juvenil
6. Evangelístico
7. Simple
8. Diferente
9. Atractivo

iii. Funcionalidad

1. Contenido
2. Conectividad hacia las redes sociales
3. Enfoque

iv. Páginas

1. ¿Quiénes Somos?

2. Contáctanos
3. Recursos
4. Página Principal
5. Eventos
6. Evangelio Meditado
7. Ministerios
8. Fotografías

v. Header

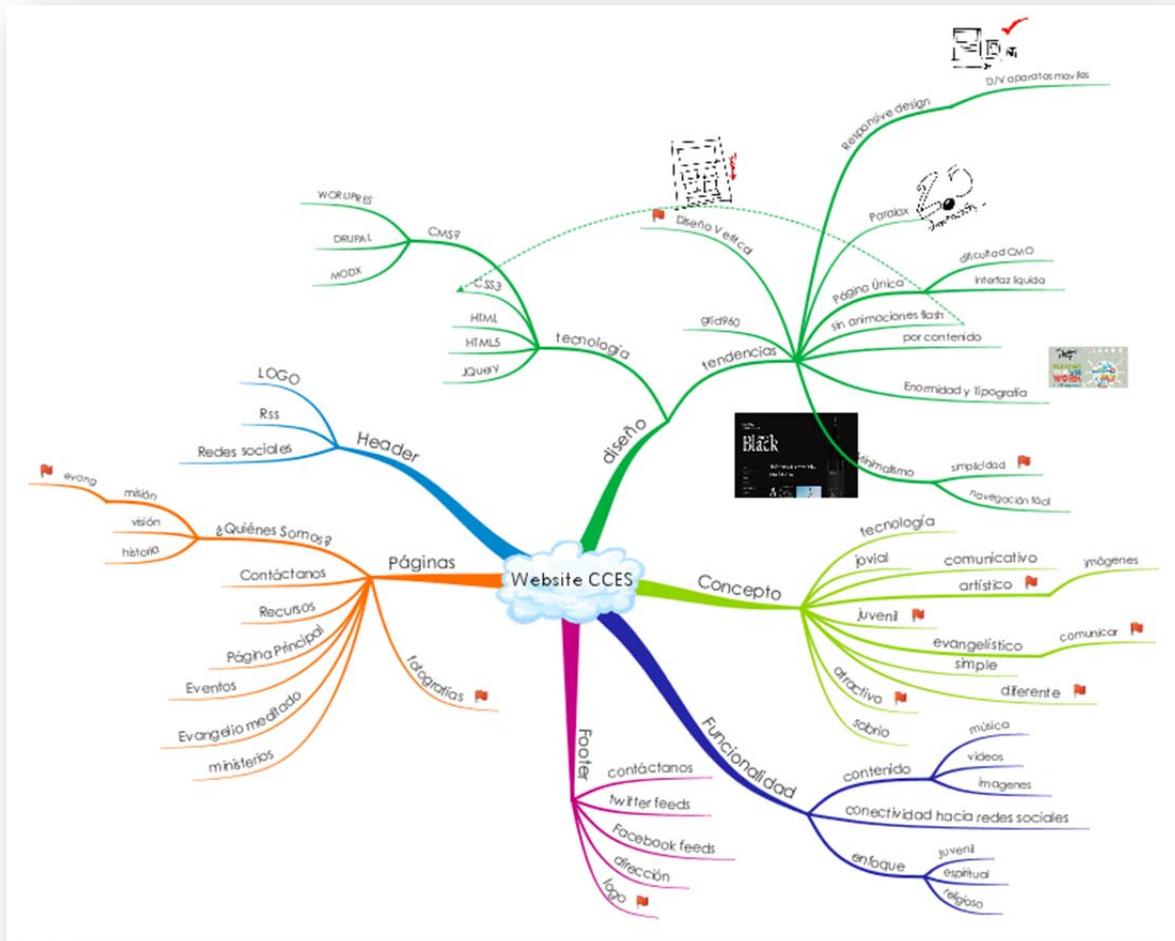
1. Logo
2. RSS
3. Redes sociales

vi. Footer

1. Contáctanos
2. Twitter feeds
3. Facebook feeds
4. Dirección
5. Logo

- c. Organizar las ramas principales del mapa y elaborar más ramificaciones a partir de ellas; las que pueden representar categorías como sinónimos, antónimos, homónimos, frases, imágenes, palabras afines, y así sucesivamente.
- d. A partir de las ideas generadas seleccionar las que se consideren ayudarán al proyecto.

### 7.2.1.1 Gráfico de Mapa Mental



Elaborado en el software Imindmap de ThinkkBuzan

### 7.2.2 Definición del concepto

Luego de realizar el mapa conceptual y de escoger las fases clave, se llegó a un listado de distintos conceptos:

- Diseño artístico, fotográfico y diferente
- Evangelizador y artístico para la juventud
- Evangelización gráfica y diferente para la juventud

- Simple social y evangelizadora para la juventud
- Comunicación con un diseño simple para la juventud

Finalmente el concepto con el que se concluyó, luego de utilizar el método de mapa mental fue:

### ***“Evangelización gráfica y diferente para la juventud”***

#### **7.2.3 Justificación del concepto**

El concepto “Evangelización gráfica y diferente para la juventud” fue seleccionado luego de evaluar conjuntamente con los directivos de la Comunidad Católica Espíritu Santo, debido a que plasma la misión que tienen de evangelización enfocada hacia la juventud. Precisamente aquí se quiere impactar de forma diferente utilizando la mayor cantidad de medios posibles, en este caso haciendo mayor uso de elementos gráficos para la integración con el evangelio y así reforzar el mensaje que se quiera transmitir, ya sea en el área de las meditaciones diarias o en la realización y publicidad de los diferentes eventos.

También va acorde al llamado que hizo El Papa Pablo VI, quien afirmó que la Iglesia « se sentiría culpable ante Dios », si dejara de usar los medios de comunicación para la evangelización. Seguidamente el Papa Juan Pablo II definió los medios de comunicación como « el primer areópago de la Edad Moderna », y declaró que « no basta usarlos para difundir el mensaje cristiano y el Magisterio auténtico de la Iglesia, sino que conviene integrar el mensaje mismo en esta ‘nueva cultura’ creada por la comunicación moderna ». Hacer esto es muy importante hoy en día, no sólo porque los medios de comunicación ejercen una fuerte influencia en lo que la gente piensa sobre la vida, sino también porque en gran parte « la experiencia humana como tal ha llegado a ser una experiencia de los medios de comunicación ».

Todo esto se aplica a Internet. Y aunque el mundo de las comunicaciones sociales « puede dar la impresión de oponerse al mensaje cristiano, también ofrece oportunidades únicas para proclamar la verdad salvífica de Cristo a la entera familia humana. (...) Pensemos (...) en las grandes posibilidades que brinda Internet para difundir información y enseñanza de carácter religioso, superando obstáculos y fronteras. Los que han predicado el Evangelio antes que nosotros jamás hubieran podido imaginar una audiencia tan vasta. (...) Los católicos no deberían tener miedo de abrir las puertas de los medios de comunicación social a Cristo, para que la buena nueva pueda ser oída desde las azoteas del mundo » (Foley, 2002).

### **7.3 Bocetaje**

La elaboración de los bocetos se realizó a lápiz en hojas de papel bond y en el software Sketchbook-pro, en el caso del maquetado se utilizaron hojas punteadas utilizadas en la industria web con el fin de facilitar el posicionamiento de los elementos gráficos.

Para este bocetaje fueron requeridos a la Comunidad Católica Espíritu Santo, materiales gráficos como el logo y algunos artes que ayudarán a la realización del proceso de bocetaje. Durante la revisión de dichos materiales se observó que no había unidad en el logo, ya que difería en forma y color en los diferentes materiales. Por lo que se decidió la unificación de los mismos y ser utilizado en el sitio web.

### 7.3.1 Tabla de Requisitos:

<b>Elemento gráfico</b>	<b>Propósito</b>	<b>Técnica</b>	<b>Emoción</b>
<b>logo</b>	Enfatizar la pertenencia hacia la comunidad de los miembros ya existentes. Que los nuevos jóvenes que ingresen al sitio se familiaricen con el logo.	Digitalización en el programa Adobe Illustrator.	Provocar sentido de pertenencia.
<b>Iconografía geométrica</b>	Que la iconografía se acople al contenido dándole un aspecto minimalista	Digitalización en el programa Adobe Illustrator.	Sensación de control agradable durante la navegación en el sitio web.
<b>Fotografías de eventos y artículos.</b>	Que el usuario se identifique con el contexto no solo por su contenido escrito sino por medio de imágenes que atraigan su atención.	Las fotos serán tomadas de acuerdo a la necesidad en las diferentes áreas del sitio web.	Que el usuario se identifique de forma visual con los contenidos.

<b>Tipografía</b>	Proporcionar no solo información sino un impacto agradable y de actualidad al usuario	Se utilizarán font joviales tipo serif y sanserif. Y en algunas partes font artístico.	Minimalismo y Actualidad
<b>Color</b>	Se utilizarán colores que combinen con los colores amarillo, negro y blanco del logo. Propiciando así un ambiente cálido donde el usuario se sienta cómodo.	Paleta de colores cálidos.	Comodidad de lectura y navegación.

### 7.3.2 Bocetaje digital de logotipo

Las siguientes variaciones del logo fueron las presentadas:

1



2

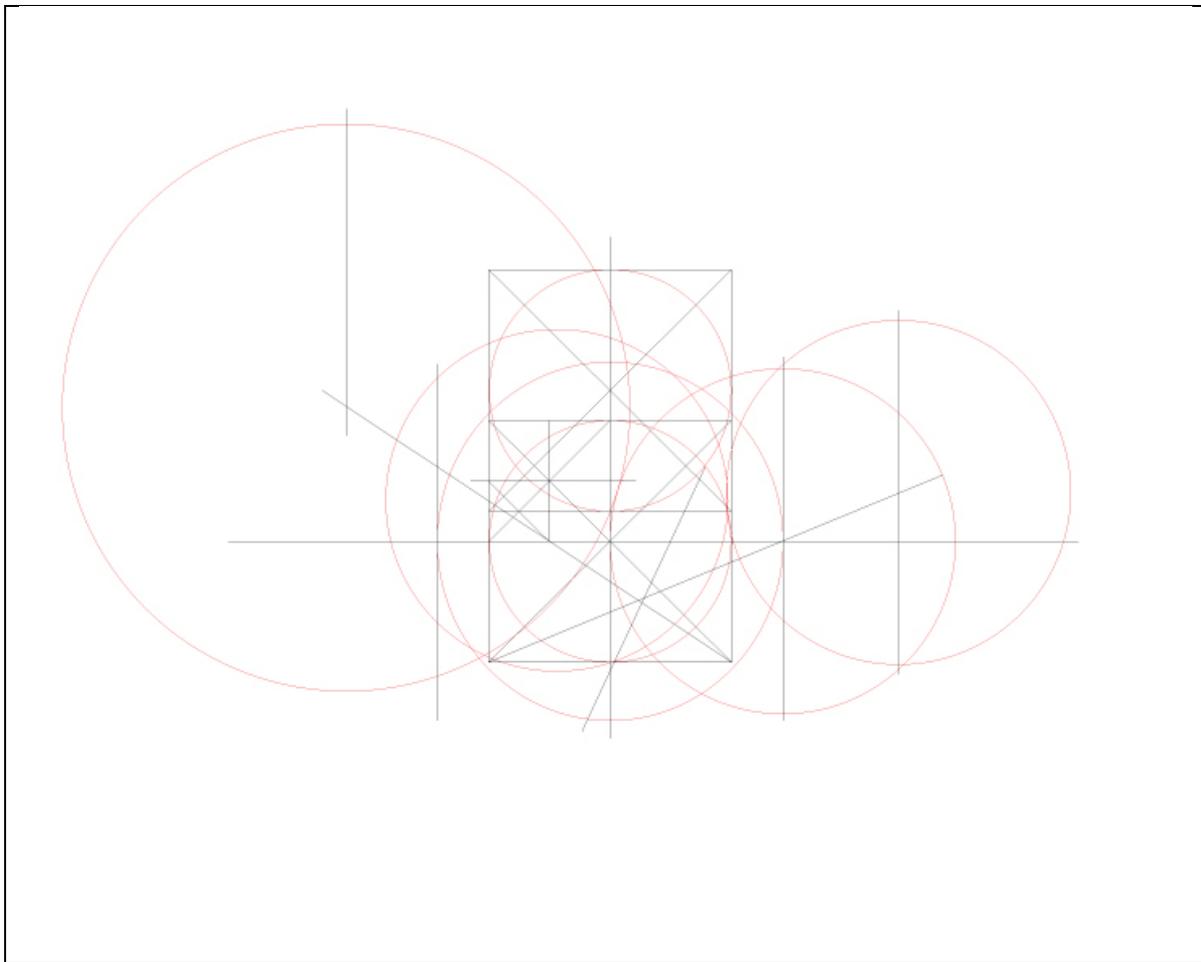


3

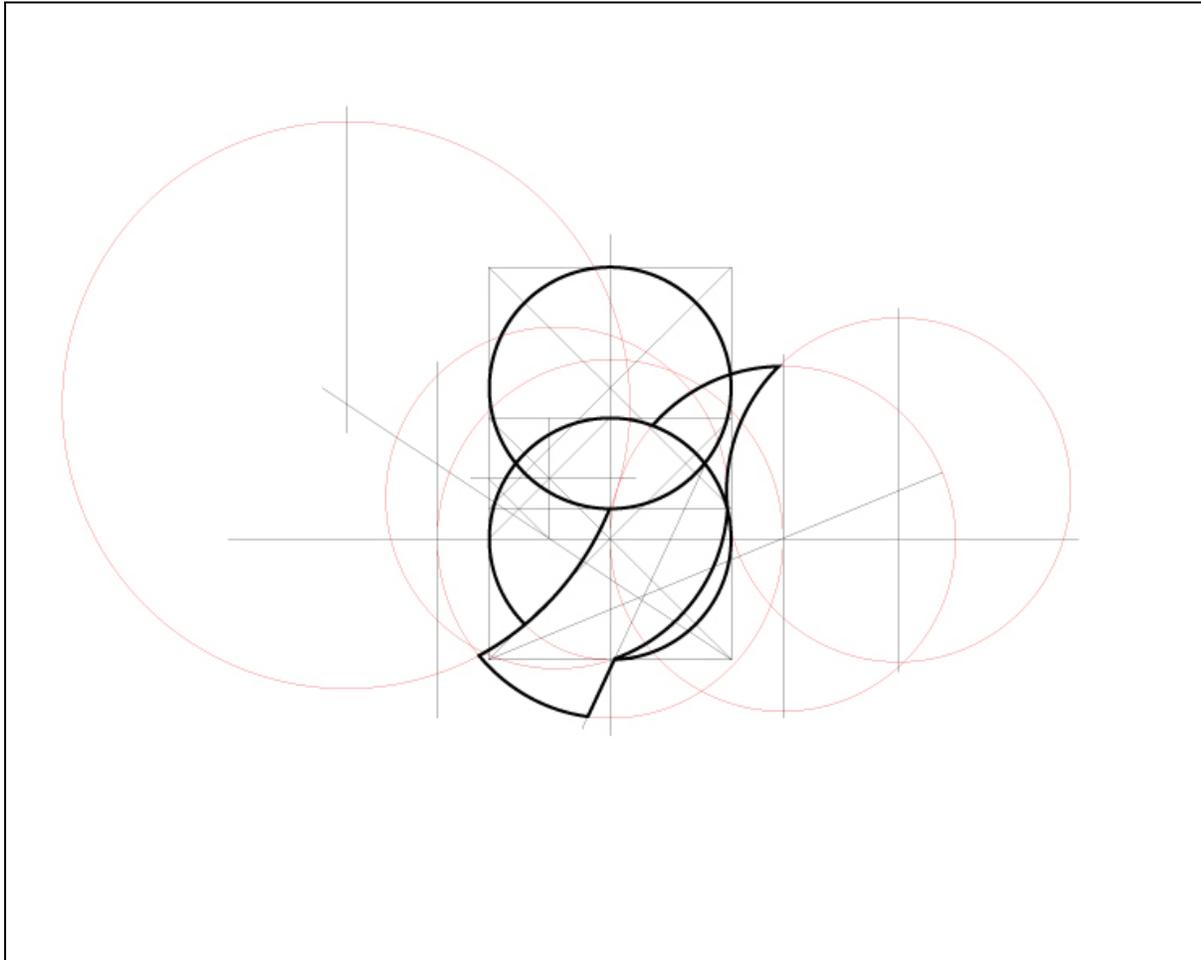


En base a estos logos se realizó un proceso de unificación tomando en cuenta el significado del logo, que según la descripción dada por la Comunidad Católica Espíritu Santo representa la “Santísima Trinidad”: El Padre por el círculo superior, el Hijo por la esfera inferior y el Espíritu Santo por la paloma que se forma enfrente. Se decidió utilizar la figura geométrica del círculo del latín *circulus*, que significa cerco y también redondo. El círculo, al no tener principio ni fin, es un símbolo de lo eterno y de lo absoluto, por ende, de Dios. De hecho, la cúpula redonda representa el hogar de Dios. (Nunca existieron, 2012). De esto partimos para los siguientes bocetos digitales:

### 7.3.2.1 Proceso de geometrización del isotipo :



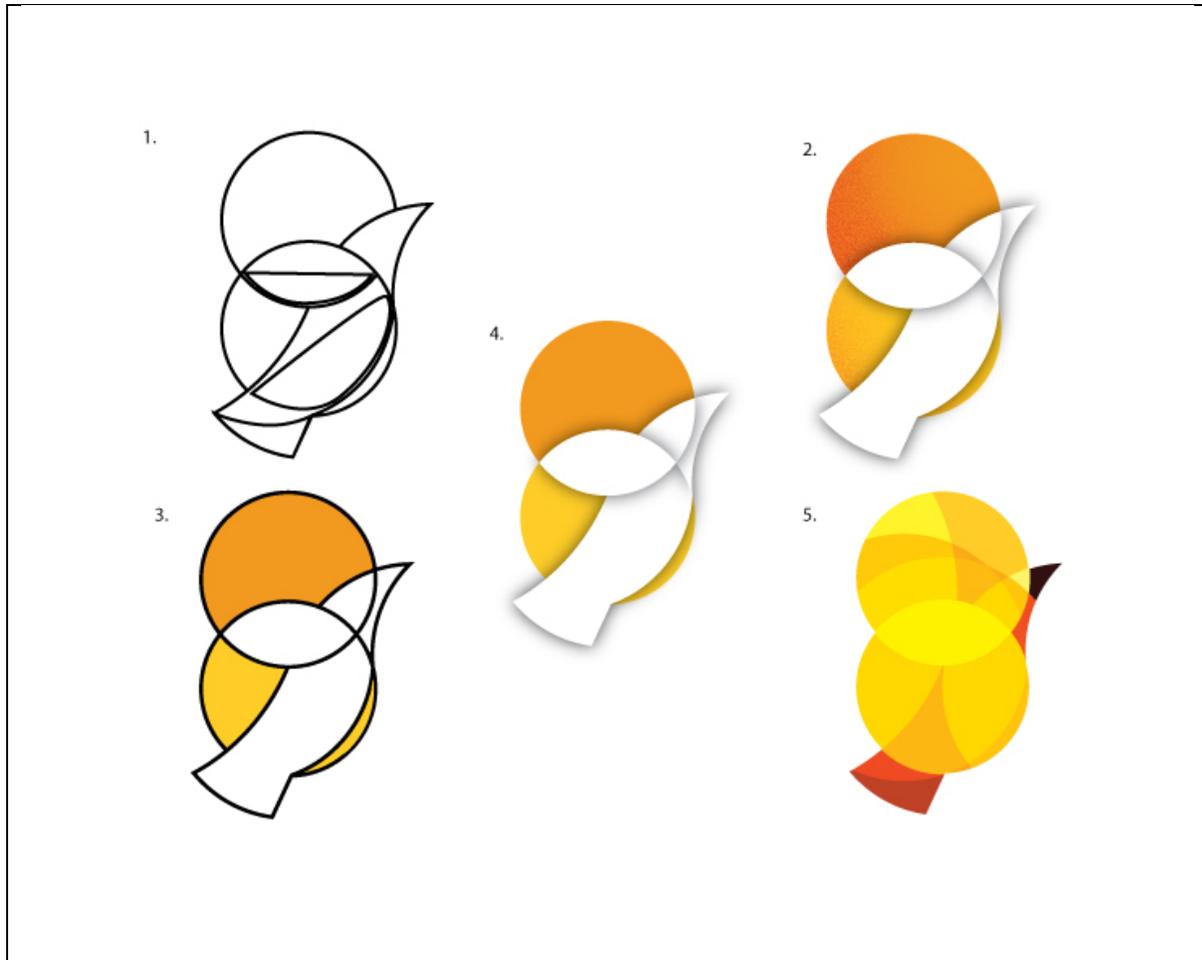
### 7.3.2.2 Proceso de contorno del isotipo:



Con el fin de obtener un diseño más fluido en el isotipo, se recurrió a la geometría, la que por medio de la figura del círculo con diferentes radios y relaciones concéntricas, logró la reproducción de un isotipo que combinara las cualidades de los 3 presentados en la sección 7.3.2. Al final fueron utilizados 7 círculos de distintos radios y cuyos centros están relacionados.

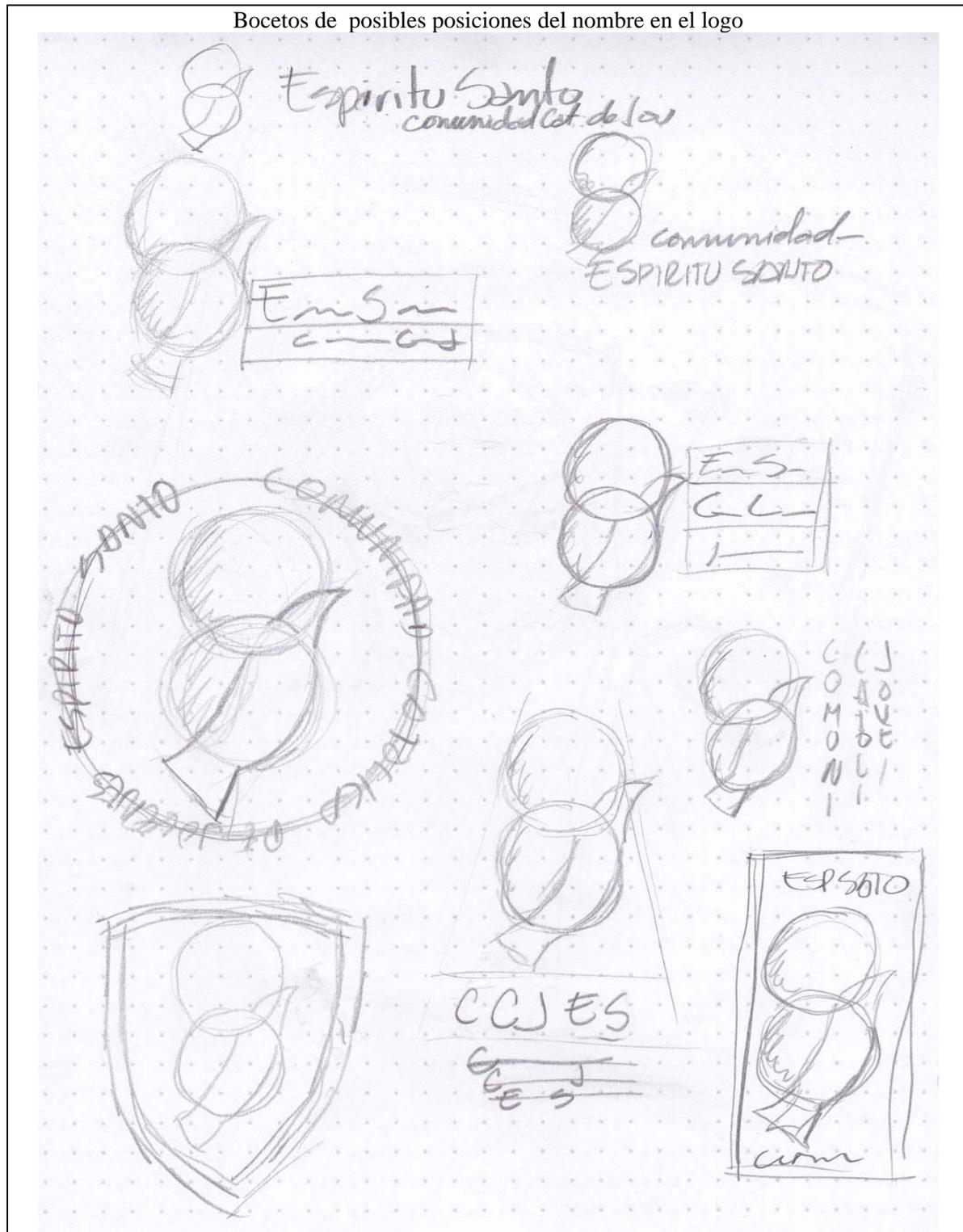
### 7.3.2.3 Proceso colorización del isotipo:

Luego de haber definido la forma del logo se prosiguió a la propuesta de colores, sometida a votación dentro del grupo de servicio de la Comunidad Católica Espíritu Santo, con las siguientes propuestas.



De la que el cliente seleccionó la opción 2. A partir de donde se combinaría con elementos tipográficos para definir el logo en su totalidad, para lo que se presentaron los siguientes bocetos digitalizados.

### 7.3.2.4 Proceso creación del logotipo:



En este proceso se consideraron distintas formas del logotipo que se adaptarán a la forma del isotipo.

### 7.3.2.5 Proceso selección del imagotipo:

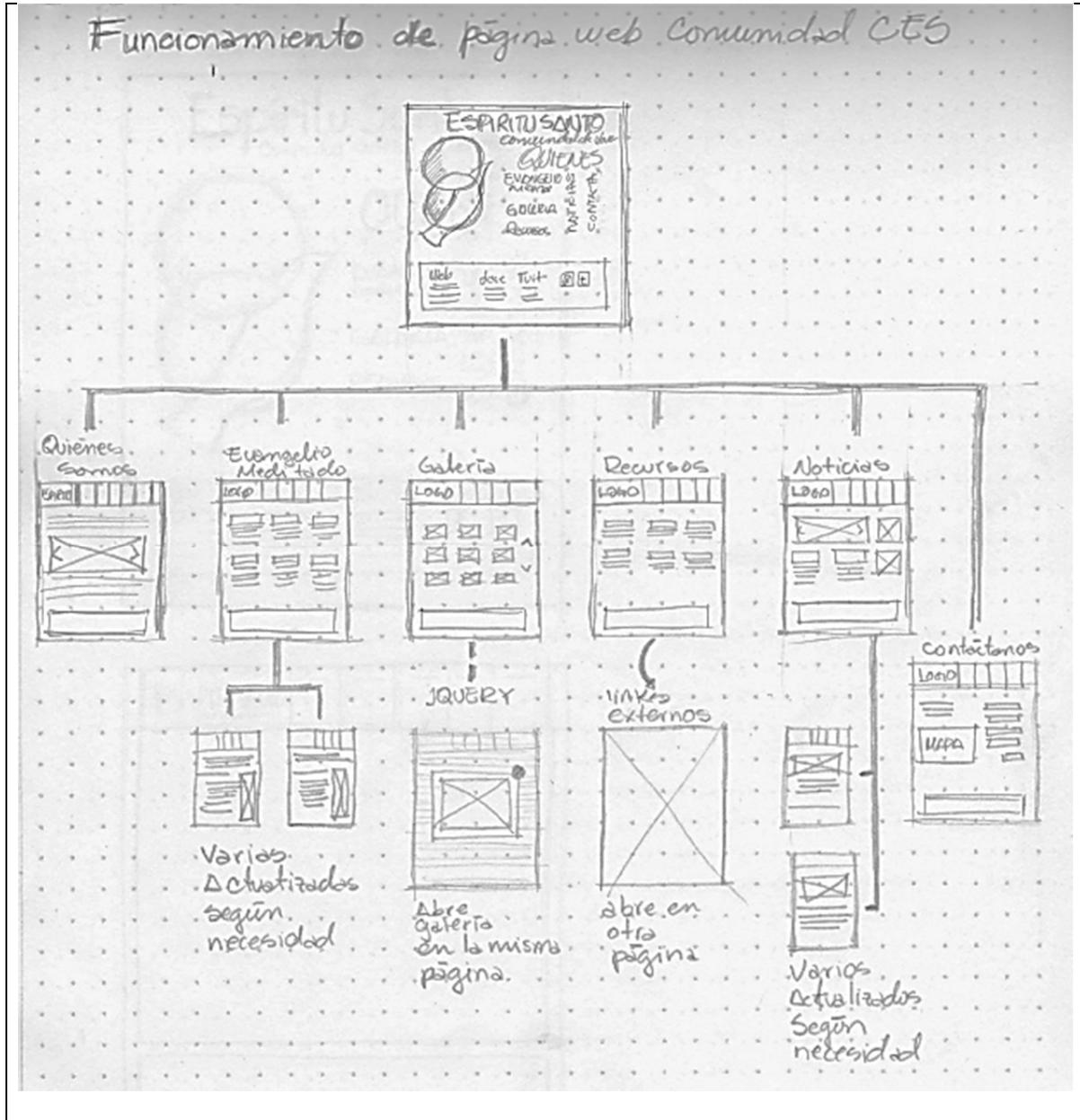


Luego de hacer las distintas combinaciones entre el isotipo seleccionado y los distintos logotipos, se llegó a la digitalización de 9 candidatos de los que el cliente escogió la opción 9.

Una vez establecido el imagotipo, se prosiguió al bocetaje de las propuestas.

### 7.3.3 Mapa del sitio

En este boceto se muestra las páginas que contendrá el sitio web.

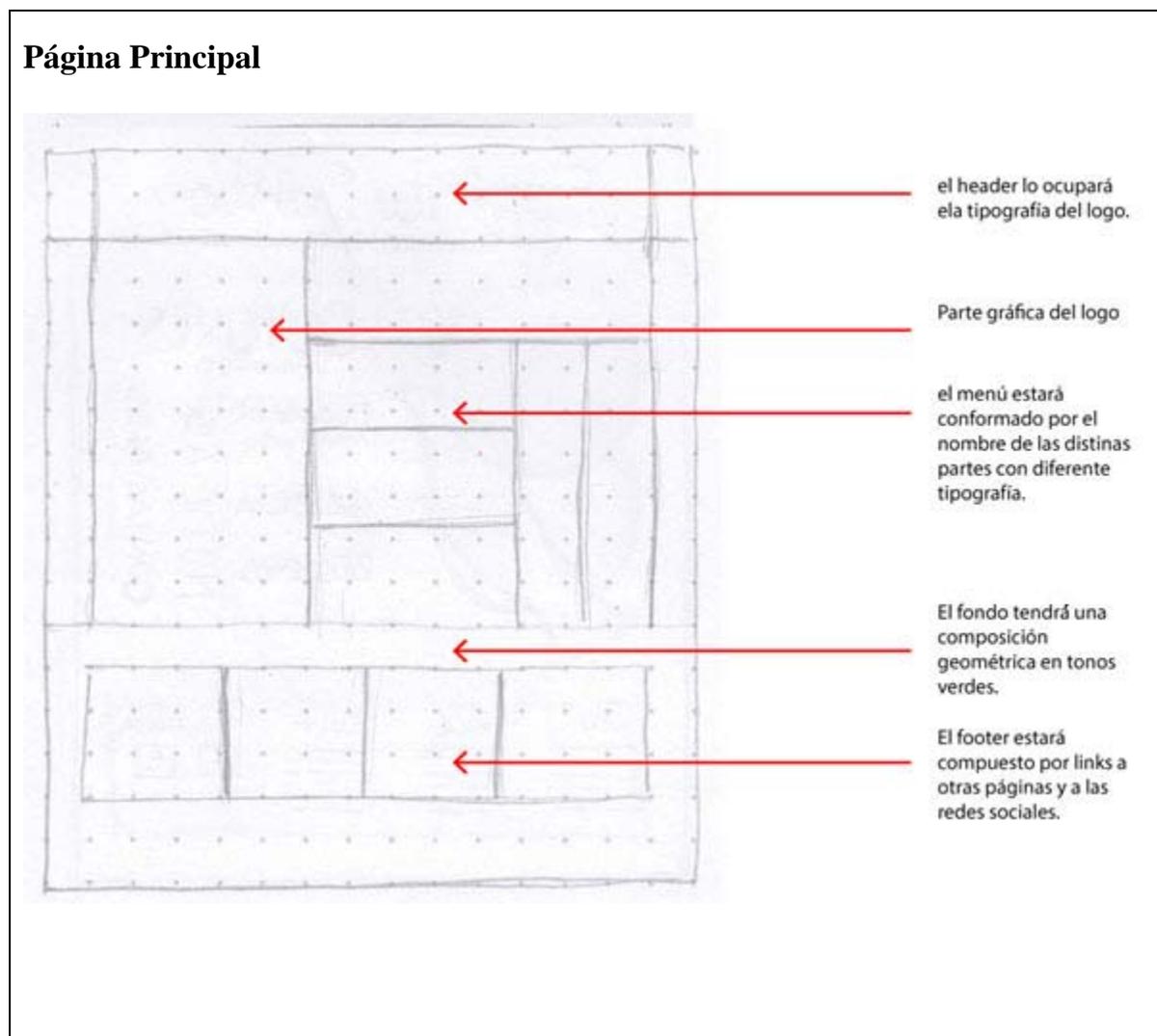


### 7.3.4 Opción 1

Esta propuesta contiene el diseño del sitio web solicitado por el cliente que contendrá una página de aterrizaje (landing page) con un menú a partir del que el usuario final podrá escoger a qué sección del sitio web dirigirse.

El sitio se bocetó tomando en cuenta una resolución mínima de pantalla de 800x600 pixeles.

A continuación se muestra la retícula de la página principal y el boceto de la misma:

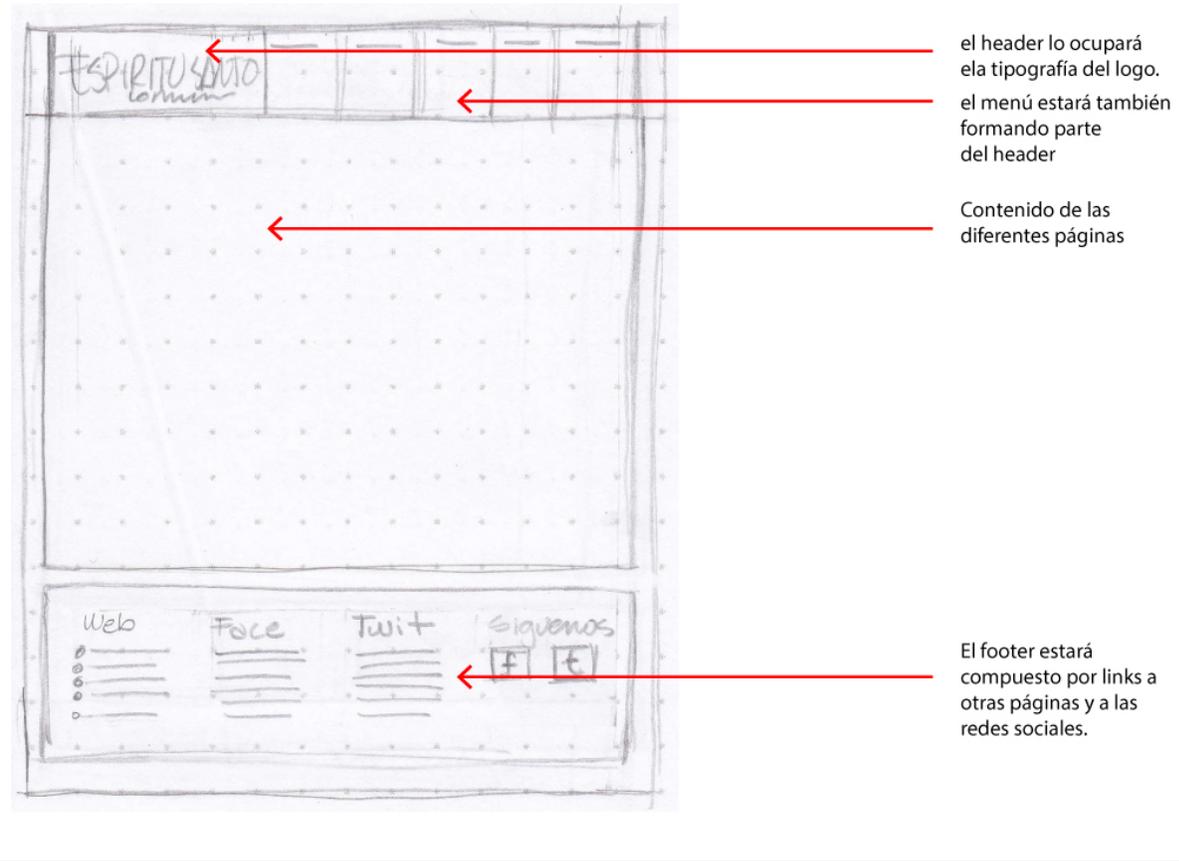


## Boceto de Página principal



En esta opción se utiliza solo el footer en la página principal, y no se coloca ningún otro contenido. Debido a que se limitó a un diseño innovador que enfocará la atención en el menú; para que el usuario decidiera qué página visitar, sin ser distraído por ningún otro tipo de información.

## Páginas Interiores



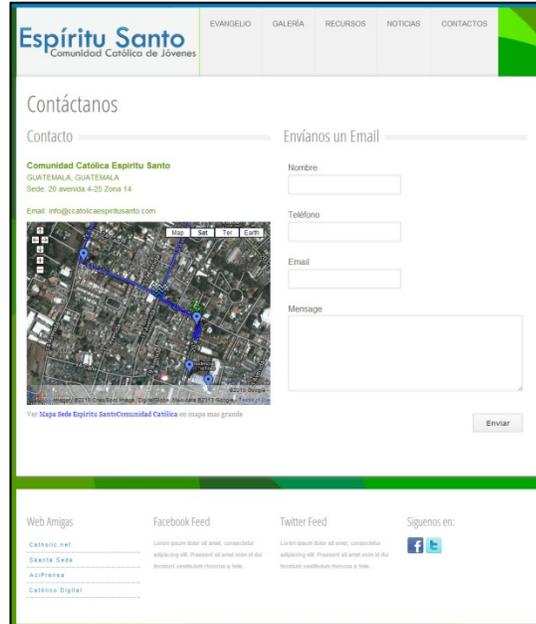
Para las páginas interiores se utilizará la misma estructura en cuanto al header y el footer. Lo que irá variando de página a página, será el contenido y la retícula del mismo.

### 7.3.4.1 Digitalización opción 1

Página principal

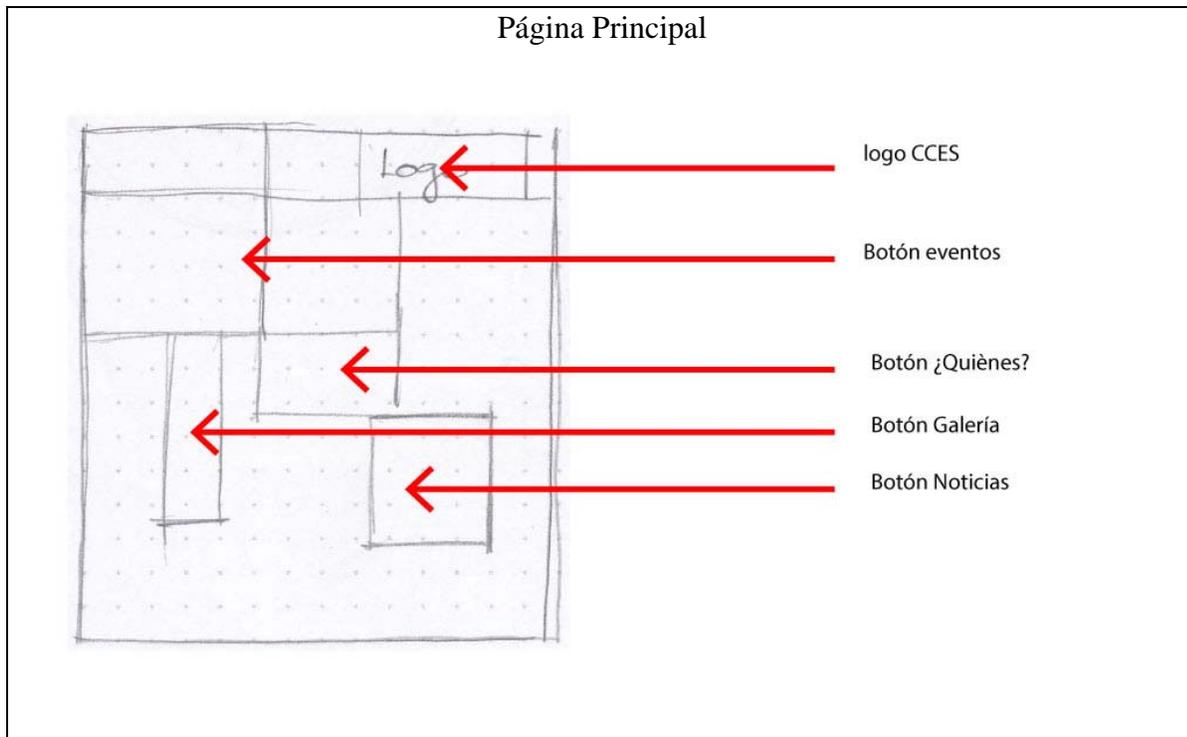


Páginas Interiores

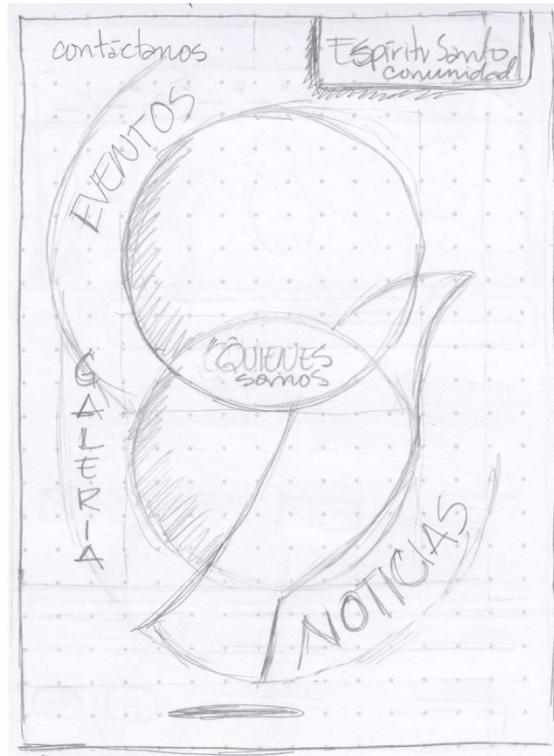


### 7.3.5 Opción 2

Página Principal



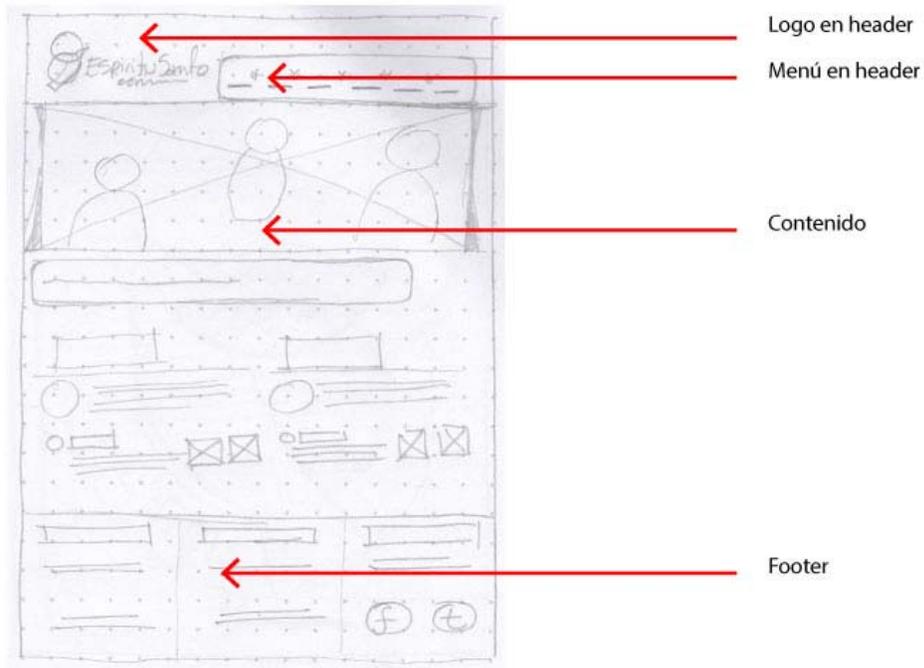
## Boceto de Página principal



En esta opción no se utiliza el header ni el footer en la página principal, tampoco otro contenido.

Debido a que se limitó a un diseño innovador que enfocará la atención en el menú, para que el usuario decidiera qué página visitar, sin ser distraído por ningún otro tipo de información.

## Páginas Interiores



Para las páginas interiores se utilizará la misma estructura en cuanto al header y el footer. Lo que irá variando de página a página será el contenido y la retícula del mismo.

### 7.3.5.1 Digitalización Opción 2



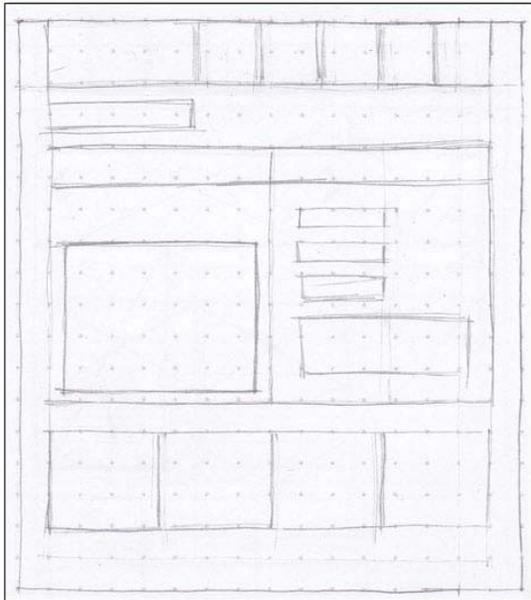
## 7.4 Propuesta preliminar

Se trabajaron dos propuestas para este proyecto, cada una basada en las solicitudes del cliente y cumpliendo con los objetivos. Estas fueron presentadas a Any de Castañeda, José Castañeda y Marco Gutiérrez, quienes forman parte de la directiva de la Comunidad Católica Espíritu Santo. Ellos escogieron la propuesta número uno que les pareció una mejor opción, por sus colores más vivos y simplicidad en el diseño.

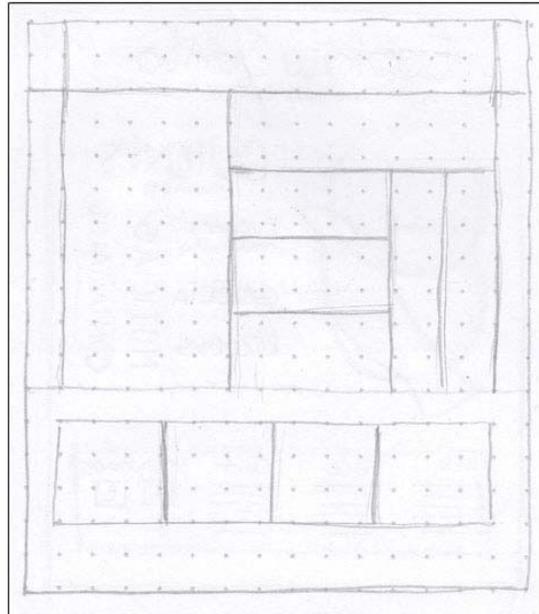
## 7.4.1 Propuesta Escogida

### 7.4.1.1 maquetación completa de opción 1

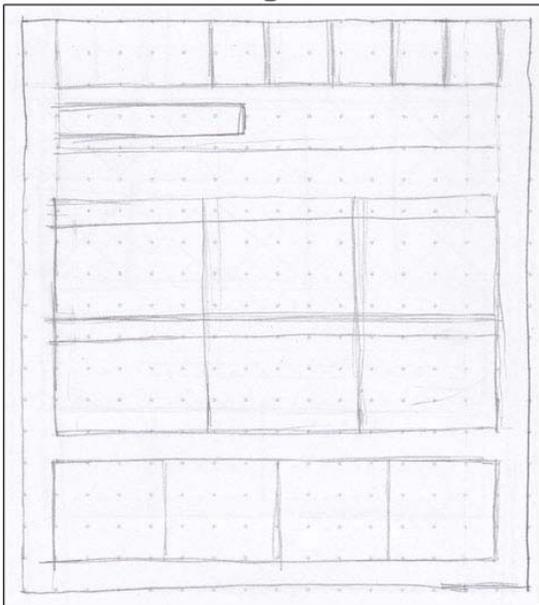
Contáctanos



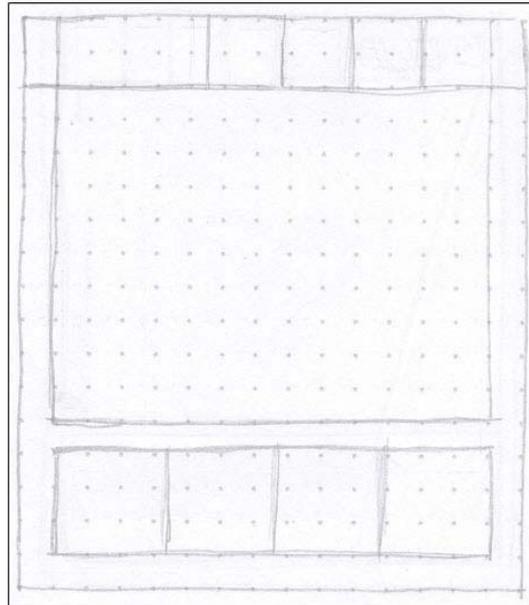
Principal



Evangelios

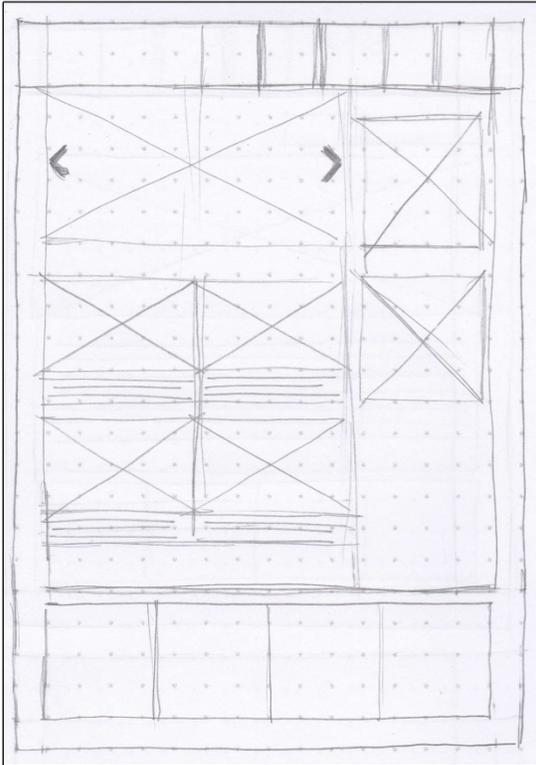


General

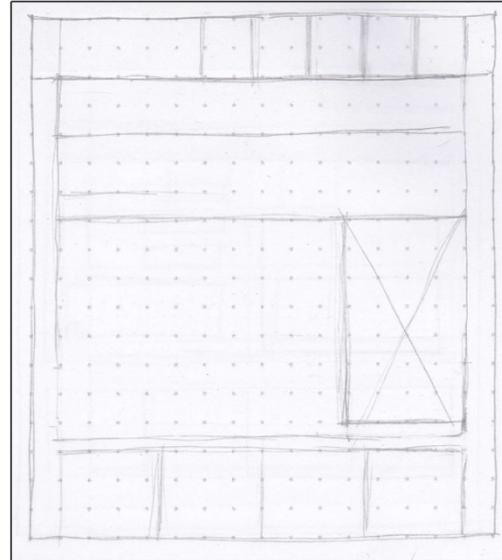


## Maquetación completa de opción 1

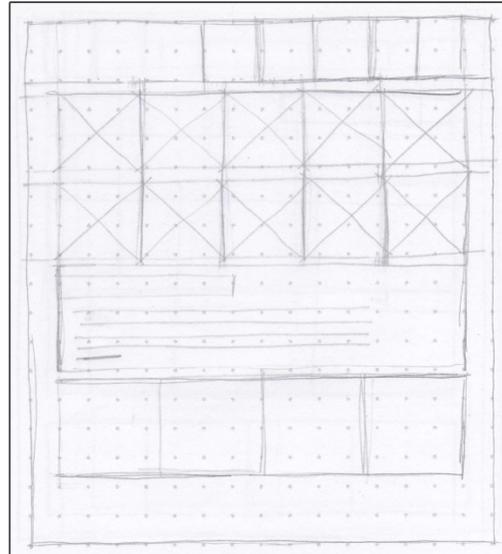
Noticias



Evangelio interno



Galería



Se definió una maquetación basada en una rejilla 960, que es la utilizada para realizar maquetados para la web. De allí se trabajó sobre retículas combinados de simples hasta 5 columnas, según las necesidades de despliegue de información.

## 7.4.1.2 Digitalización completa de opción 1

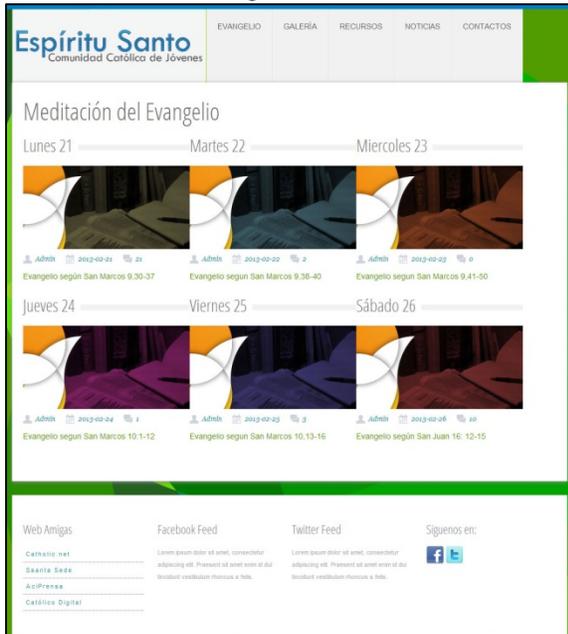
### Página principal



### ¿Quiénes Somos?



### Meditación del Evangelio



### Evangelio Meditado



# Digitalización completa de opción 1

## Página de Noticias

## Página de Noticia

## Página de Recursos

## Página de Galería

# Digitalización completa de opción 1

## Página de Contáctanos

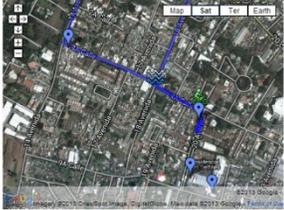
**Espíritu Santo**  
Comunidad Católica de Jóvenes

EVANGELIO | GALERÍA | RECURSOS | NOTICIAS | CONTACTOS

### Contáctanos

Contacto  Envíanos un Email

**Comunidad Católica Espiritu Santo**  
GUATEMALA, GUATEMALA  
Sede: 20 avenida 4-25 Zona 14  
Email: [info@catoicaespiritusanto.com](mailto:info@catoicaespiritusanto.com)



Ver [Mapa Sede Espiritu Santo](#) [Comunidad Catolica](#) en mapa mas grande

Nombre

Teléfono

Email

Message

---

**Web Amigas**  
[Catholic.net](#)  
[Santa Sede](#)  
[Acci Prensa](#)  
[Católicos Digital](#)

**Facebook Feed**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Praesent sit amet enim sit du tristique vestibulum rhoncus a fele.

**Twitter Feed**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Praesent sit amet enim sit du tristique vestibulum rhoncus a fele.

**Síguenos en:**  

## Capítulo VIII

---

# Capítulo VIII:

---

## Validación Técnica

### 8.1 Población y muestreo

Luego de haber realizado la pre-validación con el cliente, y el desarrollo del sitio web en su totalidad probando su funcionamiento en la web, fue posible dar paso a la validación técnica final con tres segmentos importantes:

Grupo Objetivo: Fueron seleccionados a criterio profesional como muestra significativa la cantidad de 50 jóvenes entre los 15 y 29 años.

Cliente: Se realizó también la encuesta a la directiva de la Comunidad Católica Espíritu Santo sumando una cantidad de tres encuestados.

Especialistas de Comunicación y diseño: Se encuestó a varios profesionales en el área de comunicación y diseño. Sumando un total de 6 expertos de la Universidad Galileo, tres expertos en la creación de sitios web y 2 expertos en el área de diseño.

### 8.2 Método e Instrumento

Con el motivo de la validación de este proyecto fue necesario crear una herramienta para la investigación, que nos permita recopilar información acerca del funcionamiento y la objetividad del sitio web, y así obtener datos para comprobar que los objetivos planteados hayan sido alcanzados.

Para esto se utilizó la encuesta directa como herramienta investigativa, la que consta de 15 preguntas que evaluaron 3 áreas específicas; siendo estas la parte operativa, la semiológica y la objetiva.

**Parte objetiva:** En esta parte se evaluaron aspectos que tienen que ver con los objetivos generales y específicos del proyecto.

**Parte semiológica:** Aquí se evaluaron aspectos concernientes al área visual del sitio web por ejemplo tipografía, colores, imágenes, fotos.

**Parte Operativa:** Aquí se evalúa el cumplimiento de los objetivos informativos.

### **8.2.1 Encuesta**

Ferrado García la define como “una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población”

Mediante la encuesta se obtienen datos de interés sociológico interrogando a los miembros de un colectivo o de una población.

Como características fundamentales de una encuesta, Sierra Bravo (2001) propone que:

1. Es una observación no directa de los hechos sino por medio de lo que manifiestan los interesados.
2. Es un método preparado para la investigación.
3. Permite una aplicación masiva que mediante un sistema de muestreo pueda extenderse a una nación entera.

4. Hace posible que la investigación social llegue a los aspectos subjetivos de los miembros de la sociedad.

García Ferrado menciona que “prácticamente todo fenómeno social puede ser estudiado a través de las encuestas”. A partir de cuatro razones podemos comprobar esta premisa.

1. Las encuestas son una de las escasas técnicas que se dispone para el estudio de las actitudes, valores, creencias y motivos. Hay estudios experimentales en que no se conocen inicialmente las variables que intervienen y mediante la encuesta, bien por cuestionarios o por entrevista hacen posible determinar las variables de estudio.
2. Las técnicas de encuesta se adaptan a todo tipo de información a cualquier población.
3. Las encuestas permiten recuperar información sobre sucesos acontecidos a los entrevistados.
4. Las encuestas permiten estandarizar los datos para un análisis posterior, obteniéndose gran cantidad de datos a un precio bajo y en un periodo corto.

#### **8.2.1.1 Tipos de encuestas.**

Se pueden clasificar dependiendo el ámbito que abarcan, por su forma de obtener los datos y el contenido:

- Encuestas exhaustivas y parciales: Cuando abarca a todas las unidades estadísticas que componen el colectivo, universo, población o conjunto estudiado. Cuando una encuesta no es exhaustiva, se denomina parcial.
- Las encuestas directas e indirectas: Cuando la unidad estadística se observa a través de la investigación propuesta registrándose en el cuestionario. Será indirecta cuando los datos obtenidos no corresponden al objetivo principal de la encuesta que pretende averiguar

algo distinto o bien son deducidos de los resultados de anteriores investigaciones estadísticas.

- Encuestas sobre hechos y encuestas de opinión. Hay un tipo de encuestas cuya misión es averiguar lo que es el público, en general piensa acerca de una determinada materia o lo que considera debe hacerse en una circunstancia concreta. Se realizan con un procedimiento de muestreo y son aplicadas a una parte de la población ya que una de sus ventajas es la enorme rapidez con que se obtienen los resultados.

## 8.2.2 Instrumento de validación:



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
(FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

Género: F	<input type="checkbox"/>	Experto:	<input type="checkbox"/>	Nombre:	<input type="text"/>
M	<input type="checkbox"/>	Cliente:	<input type="checkbox"/>	Profesión:	<input type="text"/>
Edad:	<input type="text"/>	Grupo Objetivo:	<input type="checkbox"/>	Puesto:	<input type="text"/>
Años de experiencia en el mercado:				<input type="text"/>	

### Encuesta de Validación del proyecto

Diseño de página web para facilitar el contacto con la Juventud Católica Metropolitana guatemalteca. Comunidad Católica Espíritu Santo, Guatemala 2,012

#### Antecedentes

La Comunidad Católica Espíritu Santo cuya misión es evangelizar y discipular al pueblo de Dios para que esté capacitado a cumplir con el Ministerio y así integrarlo como miembro activo de la Iglesia de Cristo, con sede en la ciudad de Guatemala, funciona desde el año 2002 no contaba con un espacio de presencia en la internet hasta el año 2011, debido a la demanda de los miembros del grupo se decide habilitar un grupo privado en Facebook donde pudieran compartir el evangelio del día meditado y algunos anuncios de la comunidad en general. .

La Comunidad Católica Espíritu Santo no cuenta con una página de internet con un diseño orientado hacia la juventud así como tampoco tiene presencia como ente individual en ninguna red social, herramientas que aportaran en el futuro mucho a su misión evangelizadora rompiendo barreras de distancia y tiempo.

#### Instrucciones

Con base a la información anterior, se pide que en base a su criterio profesional analice la propuesta de diseño de (sitio web,) y conteste las siguientes preguntas para la validación del proyecto:

## PARTE OBJETIVA:

1. ¿Considera necesario diseñar un sitio web para dar a conocer entre los jóvenes católicos, miembros activos y miembros potenciales a la Comunidad Católica Espíritu Santo en la ciudad de Guatemala?

SI                       NO

2. ¿Considera necesario investigar acerca de las tendencias de diseño de sitios web para poder crear un diseño apropiado para la Comunidad Católica Espiritu Santo ?

SI                       NO

3. Según su criterio ¿cree que es necesario recopilar información sobre la Comunidad Católica Espiritu Santo, para poder crear es sitio web?

SI                       NO

4. ¿Cree que es necesario proponer un diseño del sitio web para dar a conocer la Comunidad

SI                       NO

5. ¿Cree usted que es necesaria la integración de la página web con las redes sociales?

SI                       NO

## PARTE SEMIOLÓGICA:

6. Según su criterio, considera que los colores utilizados en el Sitio Web son:

- Muy adecuados
- Poco adecuados
- Nada adecuados

7. Según su criterio, considera que la tipografía utilizada para el sitio web es:

- Muy legible
- Poco legible
- Nada legible

8. Considera que la diagramación y utilización de espacio dentro del sitio web es:

- Muy adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada

9. Según su criterio, la diagramación y la utilización de los espacios de los diseños de la propuesta son:

- Muy adecuados
- Poco adecuados
- Nada adecuados

10. Según su criterio, considera que el diseño utilizado en el sitio web es:

- Muy actual
- Poco actual
- Nada actual

## PARTE OPERATIVA:

final tiene una edad entre los 15 y 29 años, el sitio web es:

- Una invitación a conocer más sobre las actividades que se desarrollan
- Un mensaje negativo
- Un mensaje positivo

12. Considera que la información que se da en el sitio web es:

- Muy Poca Información
- Suficiente Información
- Demasiada Información

13. ¿Cree usted que los botones del menú principal del sitio web son:

- Muy efectivos
- Poco efectivos
- Nada efectivos

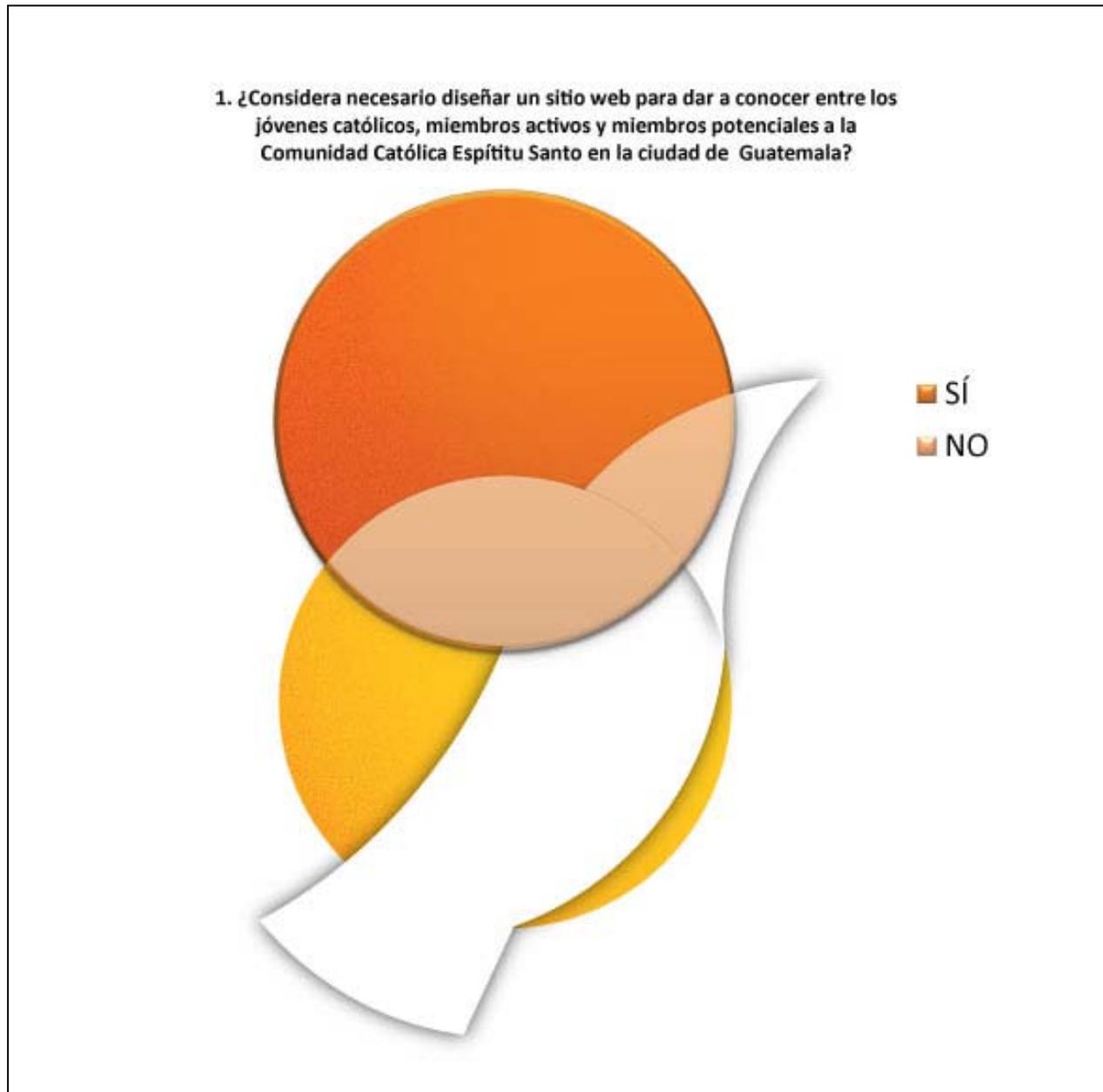
14. Considera que el tamaño del sitio al presentarlo en la web es:

- Muy adecuados
- Poco adecuados
- Nada adecuados

15. Considera que la carga de las imágenes del Sitio web es:

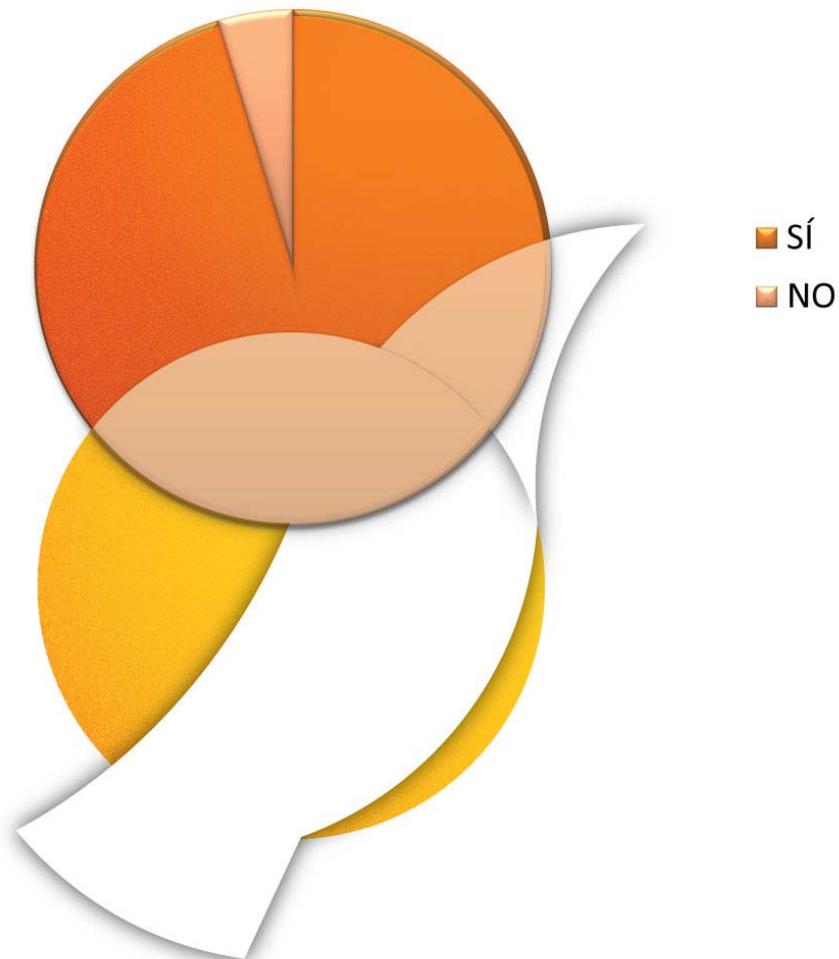
- Rápida
- Lenta

### 8.3 Interpretación de los resultados



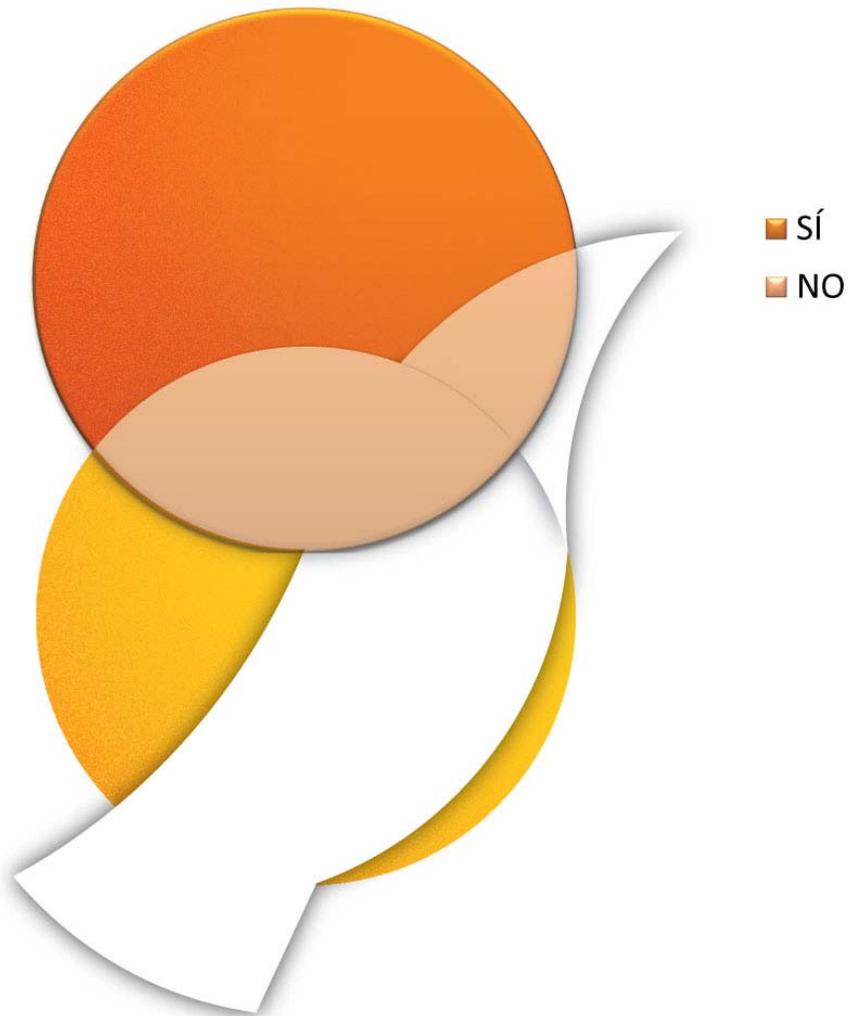
Interpretación: El 100% de la población considera necesario el diseño de un sitio web para dar a conocer entre los jóvenes católicos, miembros activos y miembros potenciales a la Comunidad Católica Espiritu Santo en la ciudad de Guatemala. Por lo tanto, se cumple con el objetivo general planteado en la presente investigación.

2. ¿Considera necesario investigar acerca de las tendencias de diseño de sitios web para poder crear un diseño apropiado para la Comunidad Católica Espiritu Santo ?



Interpretación: El 95.3% de la población encuestada considera que es necesario investigar las tendencias de diseño de sitios web para crear un diseño apropiado para la Comunidad Católica Espiritu Santo. Por lo tanto, se cumple con el cuarto objetivo específico.

3. Según su criterio ¿cree que es necesario recopilar información sobre la Comunidad Católica Espiritu Santo, para poder crear es sitio web?



Interpretación: El 100% de la población cree que es necesario recopilar información sobre la Comunidad Católica Espiritu Santo, para crear el sitio web. Por lo tanto, se cumple con el segundo objetivo específico, planteado al inicio del proyecto.

4. ¿Cree que es necesario proponer un diseño del sitio web para dar a conocer la Comunidad Católica Espiritu Santo?



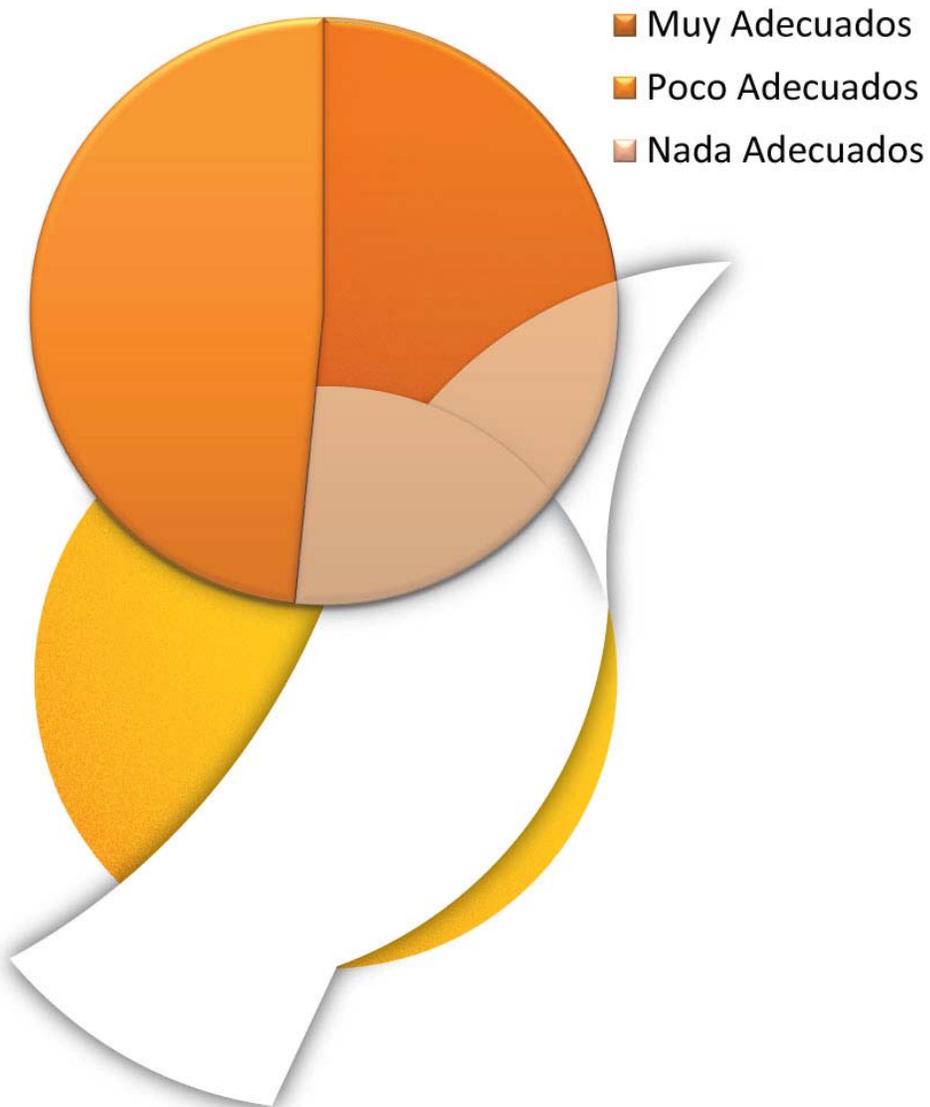
Interpretación: El 100% de la población cree que es necesario proponer un diseño del sitio web para dar a conocer la Comunidad Católica Espiritu Santo. Por lo tanto, se cumple con el cuarto objetivo específico.

5. ¿Cree usted que es necesaria la integración de la página web con las redes sociales?



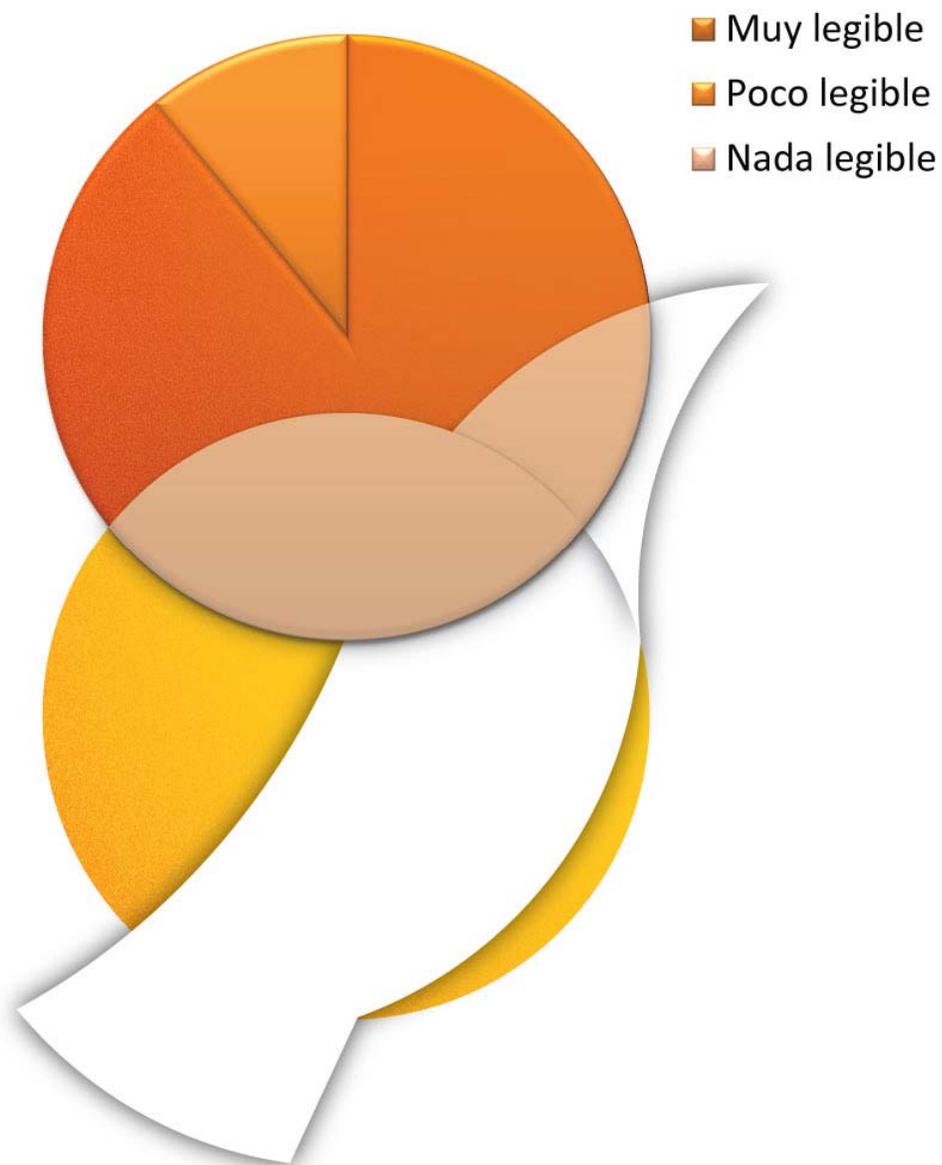
Interpretación: El 100% de la población cree que es necesaria la integración del sitio web con las redes sociales. Por lo tanto, se cumple con el primer objetivo específico.

6. Según su criterio, considera que los colores utilizados en el Sitio Web son:



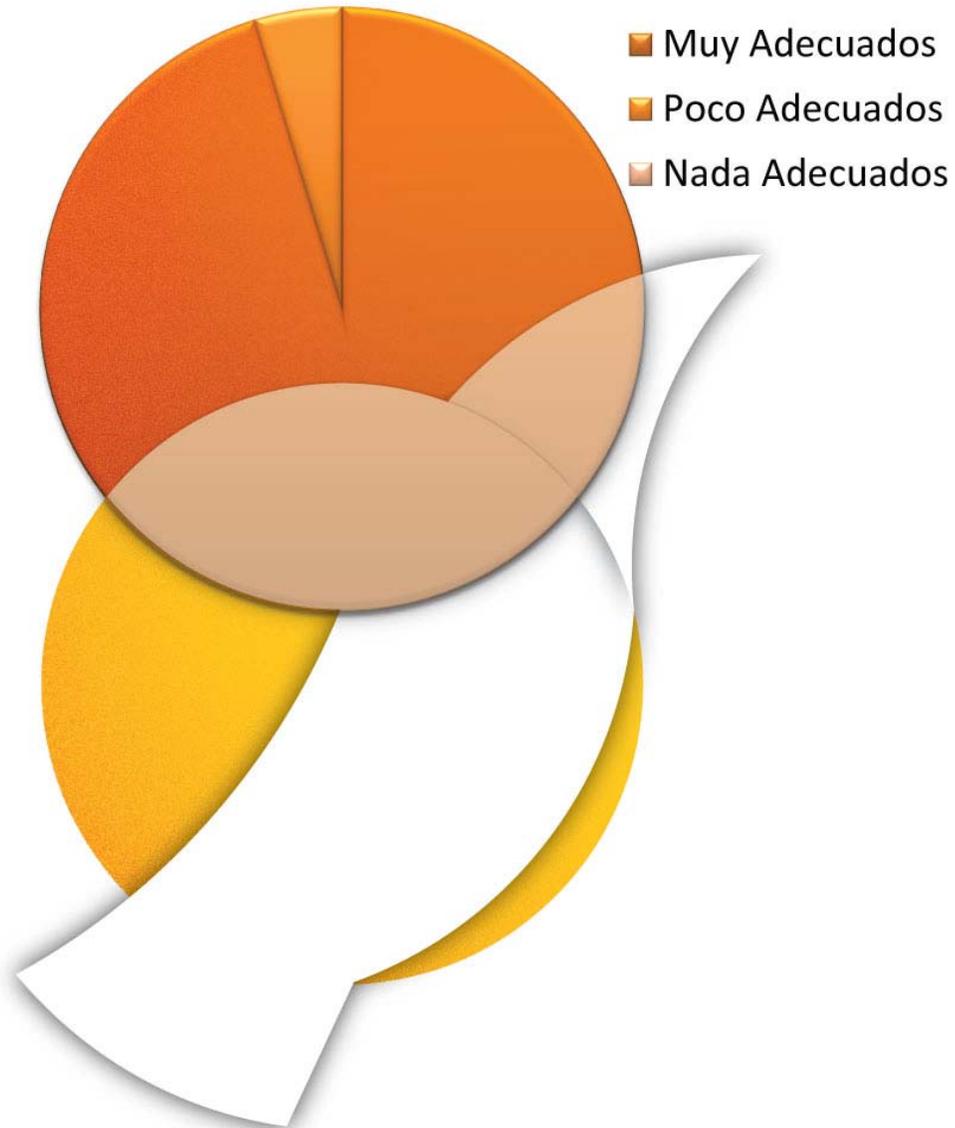
Interpretación: El 51.6% de la población encuestada considera que los colores utilizados en el Sitio Web son muy adecuados y 48.4% cree que son poco adecuados.

7. Según su criterio, considera que la tipografía utilizada para el sitio web es:



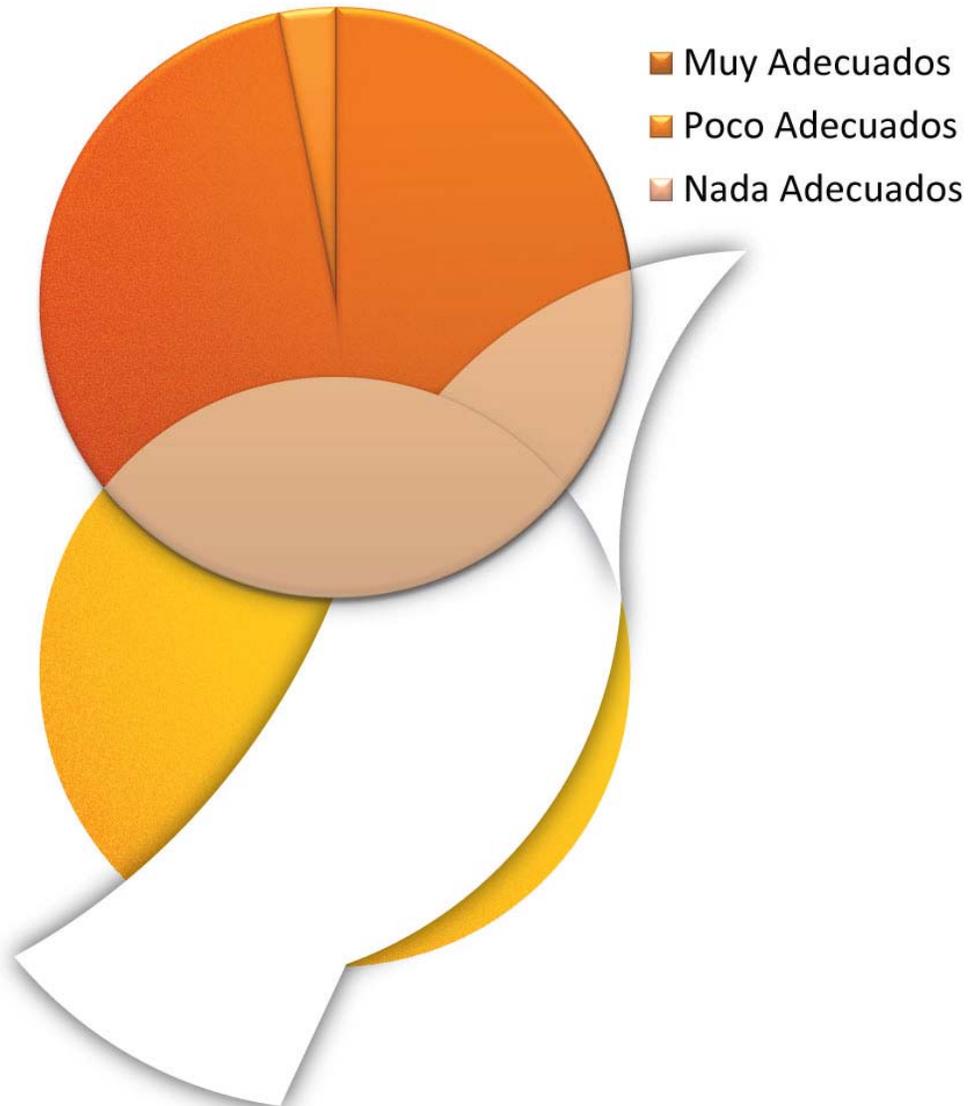
Interpretación: El 89% de la población encuestada considera que la tipografía utilizada para el sitio web es muy legible.

8. Considera que la diagramación y utilización de espacio dentro del sitio web es:



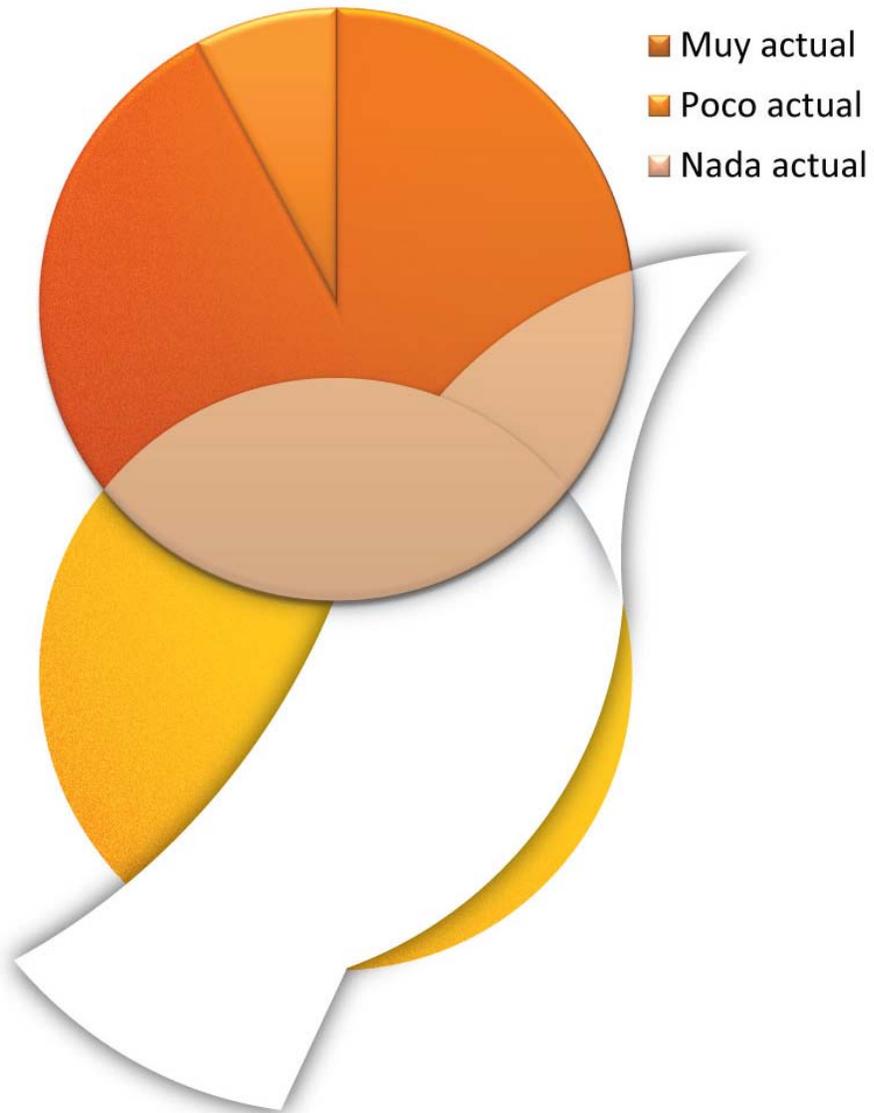
Interpretación: El 95.3% de la población considera que la diagramación y utilización de espacio dentro del sitio web es muy adecuada.

9. Según su criterio, la diagramación y la utilización de los espacios de los diseños de la propuesta son:



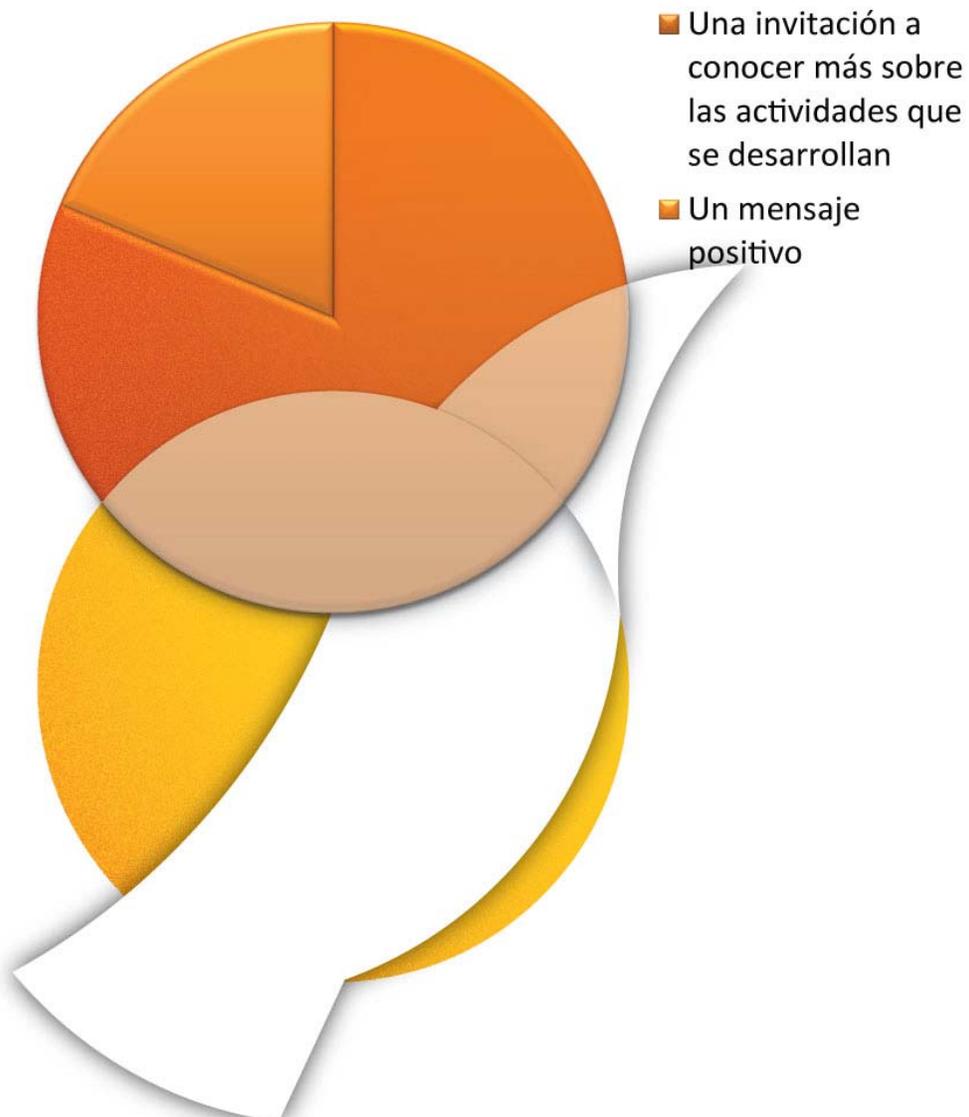
Interpretación: El 96.9% de la población considera que la diagramación y la utilización de los espacios de los diseños de la propuesta son muy adecuados.

10. Según su criterio, considera que el diseño utilizado en el sitio web es:



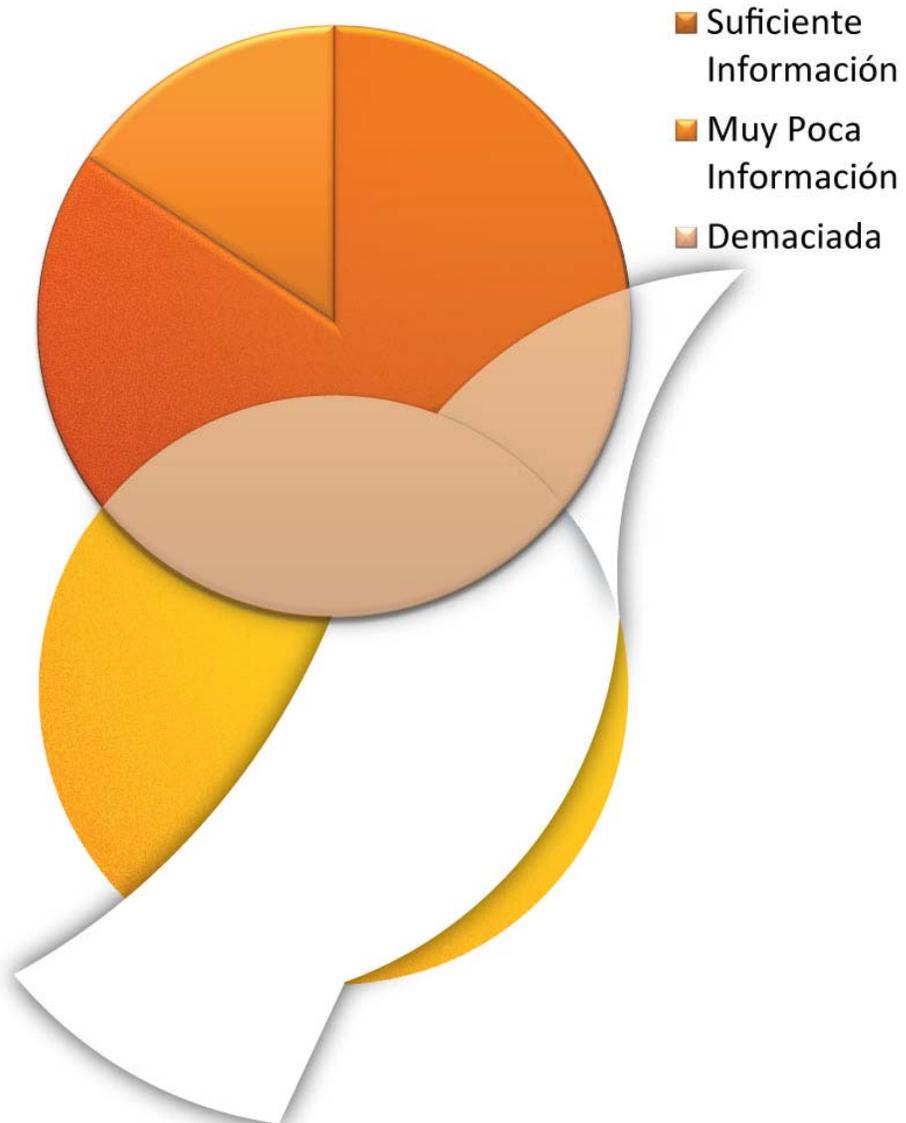
Interpretación: El 92.2% de la población encuestada considera que el diseño utilizado en el sitio web es muy actual.

11. Según su criterio, considerando que el usuario final tiene una edad entre los 15 y 29 años, el sitio web es:



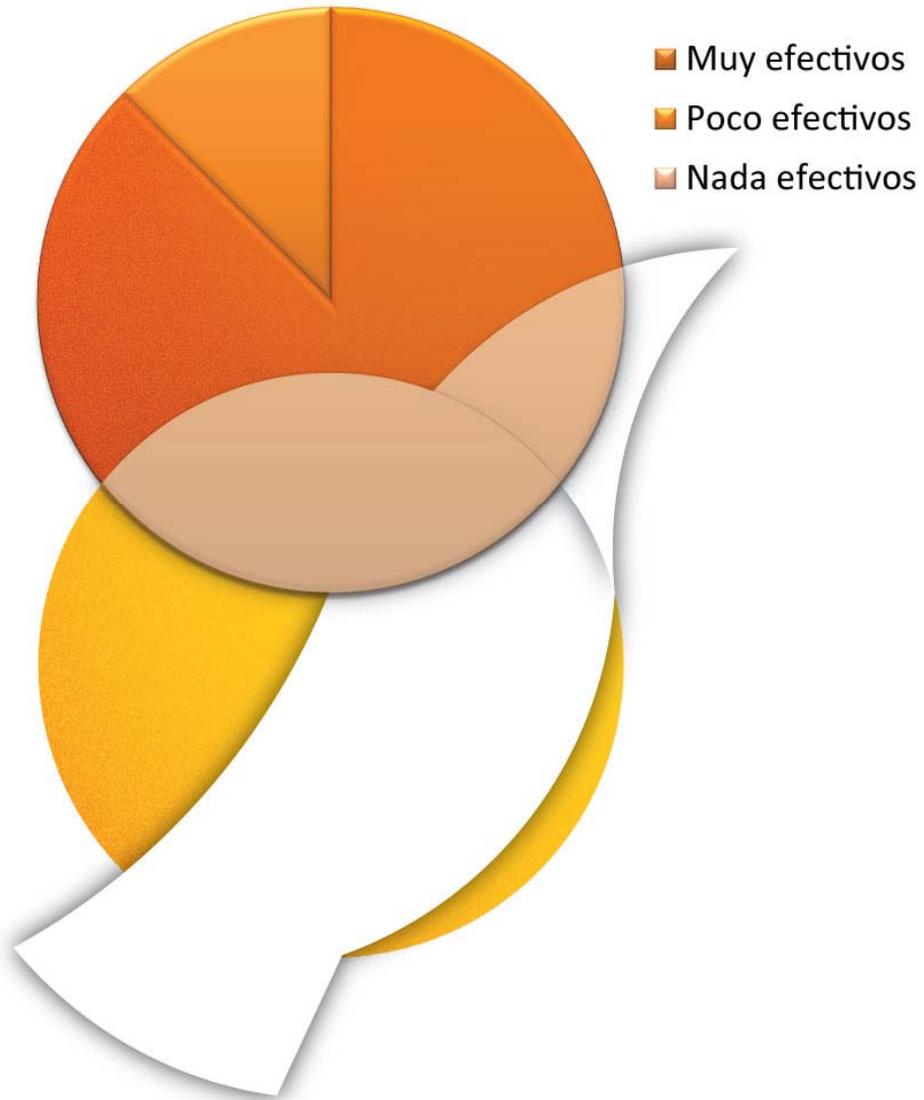
Interpretación: El 81.3% de la población encuestada considera que el usuario final tiene edad entre los 15 y 29 años, cree que el sitio web es una invitación a conocer más sobre las actividades que se desarrollan.

12. Considera que la información que se da en el sitio web es:



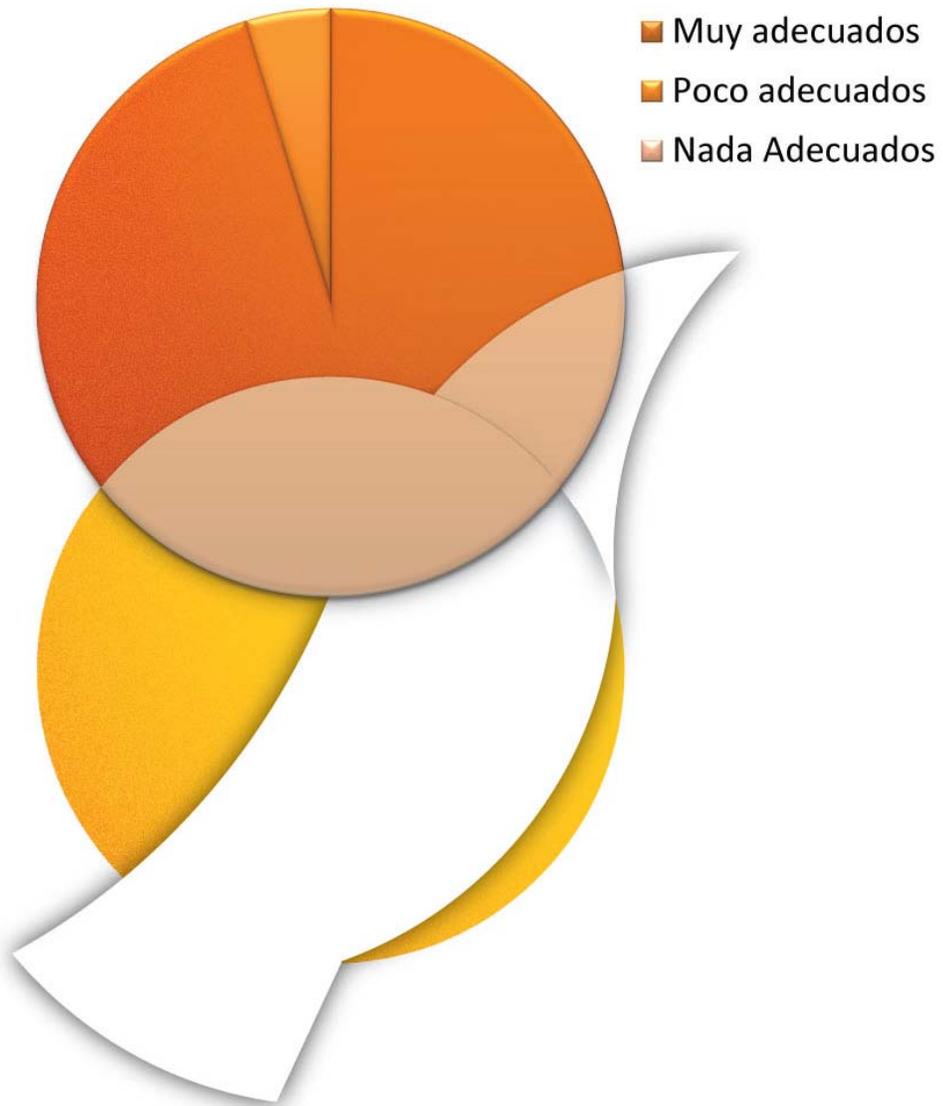
Interpretación: El 84.4% de la población considera que la información que se da en el sitio web es suficiente.

13. ¿Cree usted que los botones del menú principal del sitio web son:



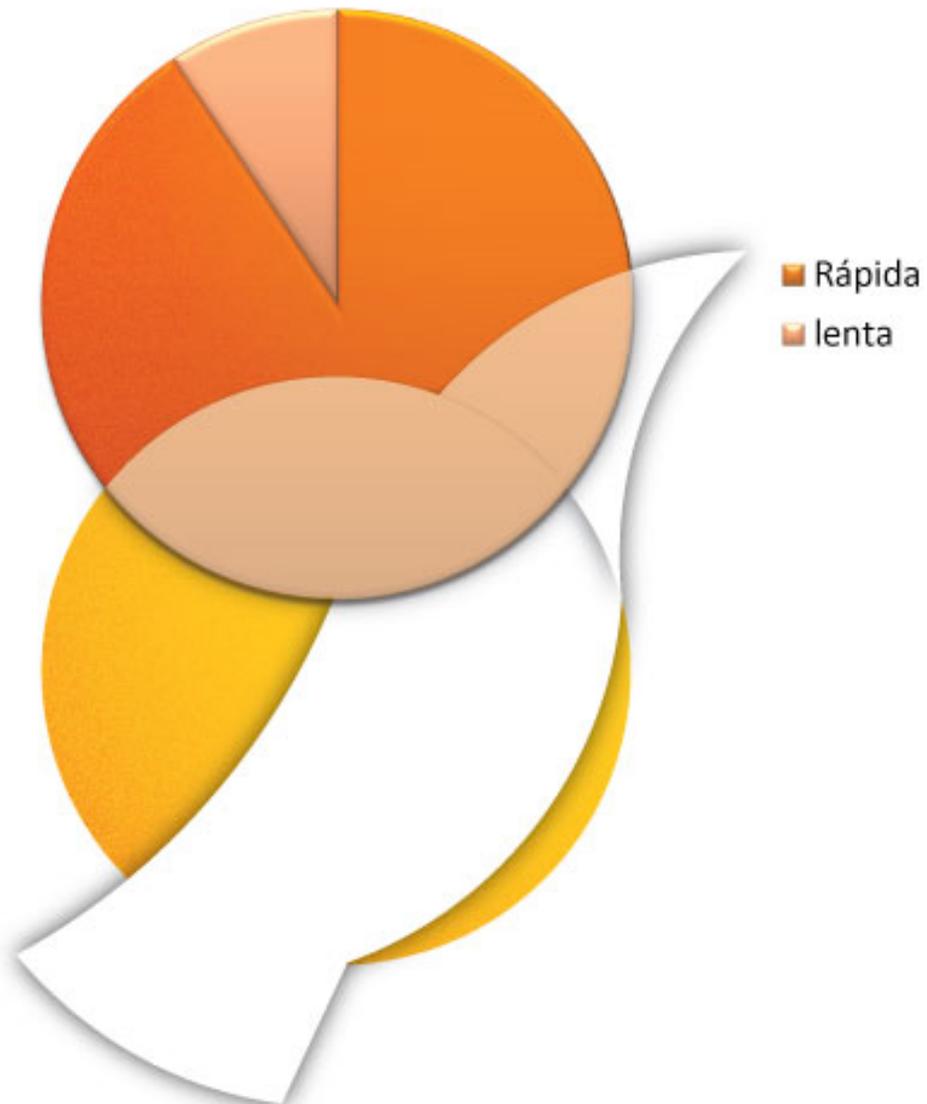
Interpretación: El 87.5% de la población encuestada cree que los botones del menú principal del sitio web son muy efectivos.

14. Considera que el tamaño del sitio al presentarlo en la web es:



Interpretación: El 95.3% de la población encuestada considera que el tamaño del sitio, al presentarlo en la web, es muy adecuado.

15. Considera que la carga de las imágenes del Sitio web es:



Interpretación: El 90.6% de la población encuestada considera que la carga de las imágenes del sitio web es rápida.

## 8.4 Cambios con base a los resultados

Durante la validación, se confirmó la aceptación del sitio web para la Comunidad Católica Espíritu Santo, por el grupo objetivo, expertos y cliente, confirmando los siguientes aspectos.

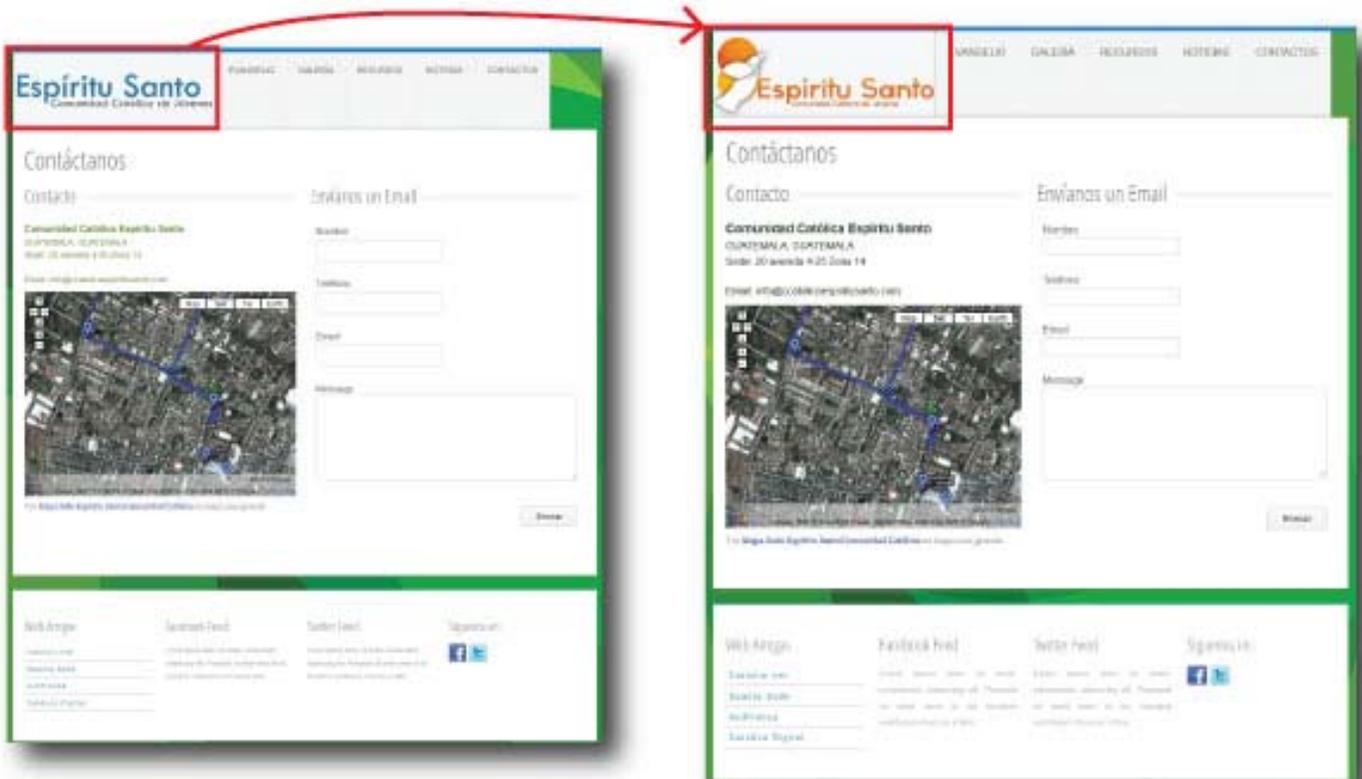
- Los encuestados reflejaron en los resultados que es necesaria la implementación de un sitio web para la Comunidad Católica Espíritu Santo, que dé a conocer información relacionada con la comunidad.
- La diagramación y la utilización de los espacios por parte del diseño del sitio web es agradable para el usuario.
- La integración del sitio web con las redes sociales es necesaria para darse a conocer a más jóvenes.
- El uso de las imágenes dentro del sitio es adecuado.
- El sitio web contiene un diseño actual el que difunde, tanto información como recursos a los jóvenes.

## 8.4.1 Sugerencias de cambio

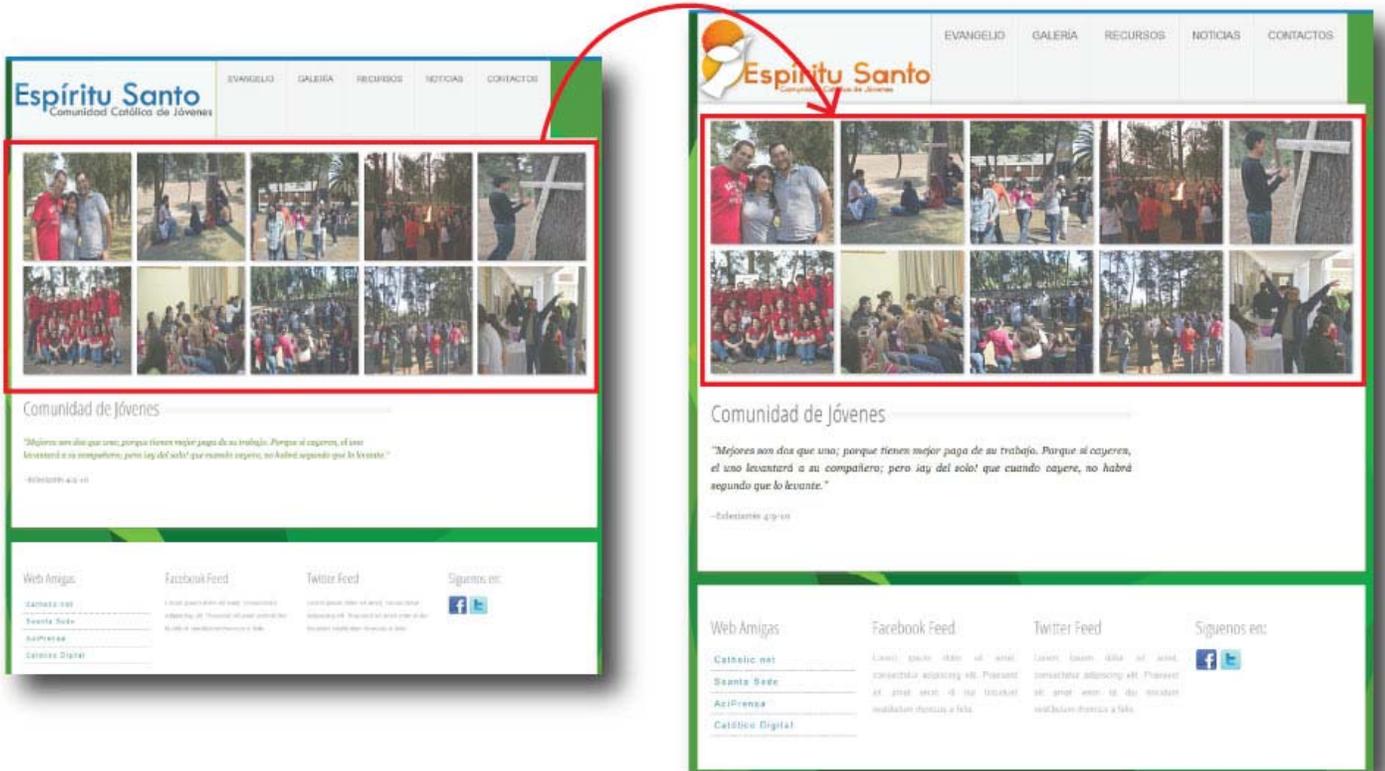
- Cambiar el color de las letras del contenido interno a un color más oscuro, justificar y agrandar el font. Para este fin fue necesario modificar el archivo css de la página con el fin de hacer los cambios necesarios.



- Ambos elementos del logo (el grafico y el font) deberían estar unidos en todas las páginas del sitio web, ya que han sufrido una modificación y los integrantes de la comunidad deben relacionarlo. Para lo que se hizo el cambio en todas las páginas.



- Los thumbnails de la galería se ven distorsionados. Por lo que se generaron thumbnails específicos para cada foto.



# Capítulo IX

---

# Capítulo IX:

## 9.1 Propuesta gráfica final

En base a la validación anterior y los cambios sugeridos, se presenta la propuesta final gráfica. Puede ser vista online en: <http://www.ccatolicaespiritusanto.com/demo/index.html>

Página Principal



## Página ¿Quiénes Somos?

EVANGELIO GALERÍA RECURSOS NOTICIAS CONTACTOS

### ¿Quiénes Somos?

La comunidad Espiritu Santo nace del llamado que le hizo Dios a Any de Castañeda hace más de quince años donde puso en su corazón la misión de evangelizar a jóvenes, mujeres y hombres de la ciudad de Guatemala, inició con apenas 5 personas y los lugares en de reunión eran las casas de los mismos miembros, las mujeres se reunían para tener estudios bíblicos y llevaban consigo a sus hijos pequeños que ese entretenían jugando entre ellos en el jardín de las casas, conforme el tiempo fue pasando el grupo de mujeres fue aumentando en número y los niños se fueron convirtiendo en preadolescentes, formando así la comunidad de jóvenes Espiritu Santo que hasta el día de hoy se ha mantenido a través del tiempo hoy en día el grupo Espiritu Santo tienen las siguientes ramas comunitarias, grupo de señoras, grupo de matrimonios, grupo de hombres, grupo de matrimonios jóvenes, grupo de jóvenes, y grupo de niños, todas las comunidades se reúnen semanalmente en la sede del grupo ubicada en la 20 av de la zona 14 todas



#### Misión

Evangelizar y discipular al pueblo de Dios para que esté capacitado a cumplir con el Ministerio y así integrarlo como miembro activo de la Iglesia de Cristo

#### Visión

Proclamar a Cristo resucitado. Para que a través de Él encuentren el camino de la salvación, libertad y sanidad para la Gloria y Honra de Su Nombre .

#### Web Amigas

- Catholic.net
- Ssanta Sede
- Aciprensa
- Católico Digital

#### Facebook Feed

Publica tu mensaje en nuestra red social

#### Twitter Feed

Publica tu mensaje en nuestra red social

#### Síguenos en:



## Página Meditación del Evangelio



**Espiritu Santo**  
Comunidad Católica de Jóvenes

[EVANGELIO](#) | [GALERÍA](#) | [RECURSOS](#) | [NOTICIAS](#) | [CONTACTOS](#)

### Meditación del Evangelio

Lunes 21 ————— Martes 22 ————— Miércoles 23



[Admin](#) | [2013-02-21](#) | [21](#) | [Admin](#) | [2013-02-22](#) | [2](#) | [Admin](#) | [2013-02-23](#) | [0](#)

[Evangelio según San Marcos 9,30-37](#) | [Evangelio segun San Marcos 9,38-40](#) | [Evangelio segun San Marcos 9,41-50](#)

Jueves 24 ————— Viernes 25 ————— Sábado 26



[Admin](#) | [2013-02-24](#) | [1](#) | [Admin](#) | [2013-02-25](#) | [3](#) | [Admin](#) | [2013-02-26](#) | [10](#)

[Evangelio segun San Marcos 10:1-12](#) | [Evangelio segun San Marcos 10,13-16](#) | [Evangelio según San Juan 16: 12-15](#)

---

#### Web Amigal

- [Catholic.net](#)
- [Ssanta Sede](#)
- [AciPrensa](#)
- [Católico Digital](#)

#### Facebook Feed

Publica tu mensaje en nuestra red social!

#### Twitter Feed

Publica tu mensaje en nuestra red social!

#### Siguenos en:



## Formato Páginas de Meditaciones

[EVANGELIO](#)[GALERÍA](#)[RECURSOS](#)[NOTICIAS](#)[CONTACTOS](#)

### Evangelio segun San Marcos 9,38-40

Juan le dijo: Maestro, vimos a uno que expulsaba demonios en tu nombre, y tratamos de impedirselo, porque no nos sigue. Jesús respondió: No se lo impidan. Aquel que haga un milagro en mi nombre no puede luego hablar mal de mí. Quien no está contra nosotros, está a nuestro favor.

#### Meditación por Melisa Rodríguez

El Señor escudriña nuestro corazón y sabe lo que mas anhelamos, pero se lo pedimos de diferentes formas, olvidando lo mas importante. Nos encontramos en situaciones que queremos en el momento un milagro, que gane un examen, que me aumenten el salario, que esa persona con la que estoy molesta(o) cambie, pero ¿qué estoy haciendo para que esto suceda?, tenemos que ayudar a nuestro Padre, debemos ser hijos fieles y discipulos del señor, y todo lo que pidamos sea en su Nombre, pidamos para que por medio del Espíritu Santo y en el nombre de nuestro Señor Jesús derrame en nosotros la sabiduría y el discernimiento para entender su palabra. Ya que sus preceptos son justos y su voluntad es nuestra delicia cada día de nuestra vida.



#### Web Amigas

[Catholic.net](#)[Ssanta Sede](#)[AciPrensa](#)[Católico Digital](#)

#### Facebook Feed

Publica tu mensaje en nuestra red social!

#### Twitter Feed

Publica tu mensaje en nuestra red social!

#### Siguenos en:





EVANGELIO GALERÍA RECURSOS NOTICIAS CONTACTOS



Publicidad



Publíquese aquí



Publíquese aquí

### Cenáculo Eucarístico



Invita a toda la familia al **Cenáculo Eucarístico**

Te invitamos al Cenáculo Eucarístico que se llevará a cabo en la sede de la Comunidad Católica Espiritu Santo, este viernes 27 ...

[Siga Leyendo »](#)

### Día del Padre



Señor quiero ser como TÚ... porque él quiere ser como yo

Te invitamos a la predicación del día del padre que se llevará a cabo en la sede de la Comunidad Católica Espiritu Santo, este 10 de junio. Invita a tu papá!

[Siga Leyendo »](#)

### Desayuno



**Desayuno del día del padre**

Te invitamos al desayuno del día del padre que se llevará a cabo en los Cebollines de la Plazuela España, este 15 de junio. Invita a tu papá!

[Siga Leyendo »](#)

### Pintemos la Sede



VEN A: **PINTAR LA SEDE**

Te invitamos a pintar la sede de la Comunidad Católica Espiritu Santo, este 5 de julio. Trae ropa adecuada y si tienes brochas o rodillos, también son bienvenidos!

[Siga Leyendo »](#)

#### Web Amigas

- [Catholic.net](#)
- [Santa Sede](#)
- [AciPrensa](#)
- [Católico Digital](#)

#### Facebook Feed

Publica tu mensaje en nuestra red social!

#### Twitter Feed

Publica tu mensaje en nuestra red social!

#### Síguenos en:

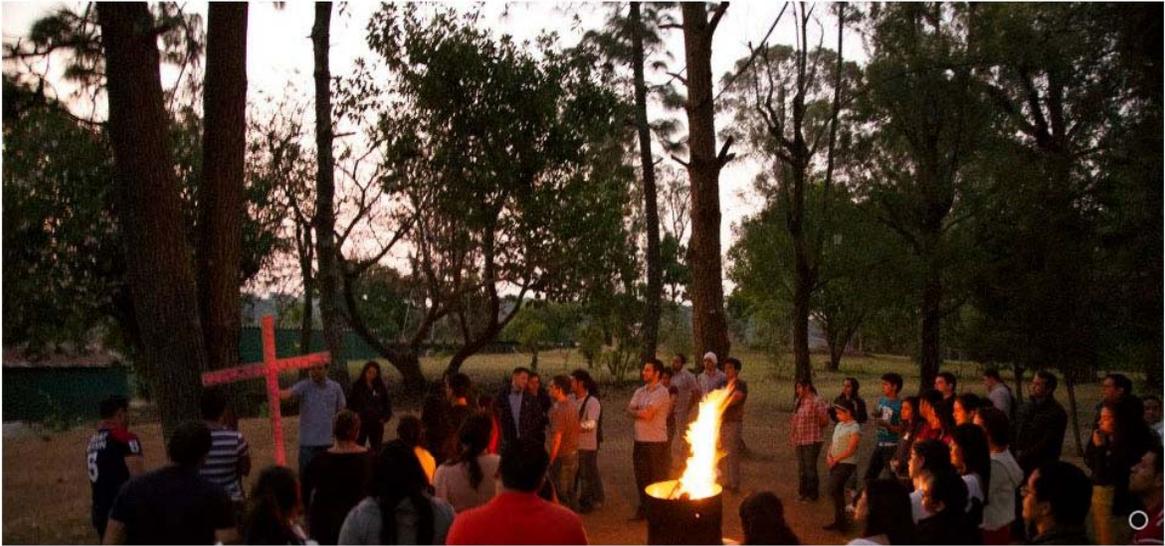


## Formato Páginas de Noticias



EVANGELIO	GALERÍA	RECURSOS	NOTICIAS	CONTACTOS
-----------	---------	----------	----------	-----------

### Día del Padre



El día del padre o día de los padres es un día conmemorativo en el cual se celebra al padre de familia con la intención de honrar la paternidad y la influencia del hombre en la vida de sus hijos. Complementa al Día de la Madre y el Día del Niño, que honran a las madres y a los niños. Y por Eso nosotros lo celebraremos en la presencia de nuestro Padre Celestial!!!

#### Web Amigas

- [Catholic.net](#)
- [Ssanta Sede](#)
- [AciPrensa](#)
- [Católico Digital](#)

#### Facebook Feed

Publica tu mensaje en nuestra red social!

#### Twitter Feed

Publica tu mensaje en nuestra red social!

#### Síguenos en:



## Página de Recursos



**Espiritu Santo**  
Comunidad Católica de Jóvenes

[EVANGELIO](#) [GALERÍA](#) [RECURSOS](#) [NOTICIAS](#) [CONTACTOS](#)

### Links a páginas con recursos

[Imágenes Fano](#) [Imágenes Religiosas](#) [Evangelio Catholic](#)

Perquiramus atque ut casus tui ex quae ad te ad suis caelo dicit hoc. Tempore percussus ait est amet consensit cellula rei civibus in modo ad nomine.

Perquiramus atque ut casus tui ex quae ad te ad suis caelo dicit hoc. Tempore percussus ait est amet consensit cellula rei civibus in modo ad nomine.

Perquiramus atque ut casus tui ex quae ad te ad suis caelo dicit hoc. Tempore percussus ait est amet consensit cellula rei civibus in modo ad nomine.

[Meditaciones](#) [Presentaciones](#) [Videos Religiosos](#)

Perquiramus atque ut casus tui ex quae ad te ad suis caelo dicit hoc. Tempore percussus ait est amet consensit cellula rei civibus in modo ad nomine.

Perquiramus atque ut casus tui ex quae ad te ad suis caelo dicit hoc. Tempore percussus ait est amet consensit cellula rei civibus in modo ad nomine.

Perquiramus atque ut casus tui ex quae ad te ad suis caelo dicit hoc. Tempore percussus ait est amet consensit cellula rei civibus in modo ad nomine.

#### Web Amigas

- [Catholic.net](#)
- [Ssanta Sede](#)
- [AciPrensa](#)
- [Católico Digital](#)

#### Facebook Feed

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Praesent sit amet enim id dui tincidunt vestibulum rhoncus a felis.

#### Twitter Feed

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Praesent sit amet enim id dui tincidunt vestibulum rhoncus a felis.

#### Síguenos en:





EVANGELIO

GALERÍA

RECURSOS

NOTICIAS

CONTACTOS

## Contáctanos

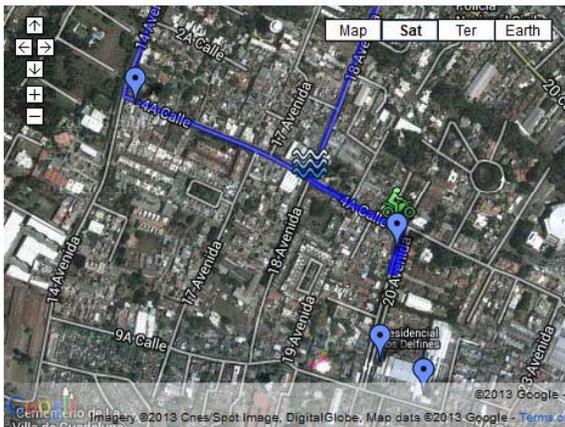
### Contacto

#### Comunidad Católica Espiritu Santo

GUATEMALA, GUATEMALA

Sede: 20 avenida 4-25 Zona 14

Email: [info@ccatolicaespiritusanto.com](mailto:info@ccatolicaespiritusanto.com)



Ver [Mapa Sede Espiritu Santo Comunidad Católica](#) en mapa mas grande

### Envíanos un Email

Nombre

Teléfono

Email

Mensaje

Enviar

### Web Amigas

[Catholic.net](#)

[Ssanta Sede](#)

[AciPrensa](#)

[Católico Digital](#)

### Facebook Feed

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Praesent sit amet enim id dui tincidunt vestibulum rhoncus a felis.

### Twitter Feed

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Praesent sit amet enim id dui tincidunt vestibulum rhoncus a felis.

### Síguenos en:



# Capítulo X

---

# Capítulo X:

---

## Producción, Reproducción y Distribución

Para que este proyecto se haga realidad es necesaria su implementación en internet, y cumpla su función de ser visto por quien que tenga acceso a la misma.

Para calcular el costo de la implementación de este proyecto, se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

- Plan de costos de elaboración, tomando en cuenta todo el proceso creativo desde el bocetaje hasta la diagramación, digitalización, programación e instalación en internet del sitio web.
- Plan de costos de mantenimiento anual, por espacio de hosting en la red.

### 10.1 Plan de costos de elaboración

Para llevar a cabo este proyecto, se plantean los siguientes requerimientos al cliente:

- Proveer los recursos de imagen de la empresa necesarios para implementar el diseño del sitio web.
- Proveer las imágenes y textos.
- Proveer los textos de las secciones informativas del sitio.
- Colaborar en las revisiones de avances programadas para avanzar con el desarrollo del sitio web.

## Etapas de Desarrollo

El proceso de desarrollo consiste en lo siguiente:

- Toma de requerimientos finales y análisis de características requeridas	3 días
- Maquetación del Sitio: Propuesta de Diseño: Menú y Secciones	10días
- Implementación del Diseño de Sitio	5días
- Gestión del Contenido Inicial	3días
- Documentación para los Usuarios	8días
- Configuración de Posicionamiento en Buscadores	3días
- Integración de Redes Sociales	3días
- Pruebas y Correcciones	10días
- Publicación	3días
<b>Total</b>	<b>48días</b>

Tomando en cuenta que el salario de un diseñador web mensual es de Q8, 000.00 en promedio, asciende a Q.266.00 diarios.

En base a estos cálculos, llegamos a un costo en horas de Q12, 768.00, que completaría toda la fase de elaboración del sitio web.

Debido a que la comunidad ya cuenta con un alojamiento en internet y el dominio, estos costos serán obviados.

### 10.1.1 Cuadro: Resumen de Inversión

Cantidad	Actividad	Precio Unitario	Total
48 días	Producción y diseño de sitio web. - Toma de requerimientos finales y análisis de características requeridas - Maquetación del Sitio: Propuesta de Diseño: Menú y Secciones - Implementación del Diseño de sitio - Gestión del Contenido Inicial - Documentación para los Usuarios - Configuración de Posicionamiento en Buscadores - Integración de Redes Sociales - Pruebas y Correcciones - Publicación	Q.266.00	Q.12,768.00
		Total	Q.12,768.00

# Capítulo XI

---

# Capítulo XI:

---

## Conclusiones y Recomendaciones

### 11.1 Conclusiones

- Se investigó acerca del diseño y realización de un sitio web para la creación de una propuesta para la Comunidad Católica Espíritu Santo, que facilitará el contacto con la juventud católica metropolitana guatemalteca.
- Se recopiló toda la información necesaria que permitió ofrecer información fiable y completa de las actividades religiosas que realiza la Comunidad Católica Espíritu Santo, para incluirlas en el contenido del sitio web.
- La diagramación del contenido visual y textual del sitio se realizó de tal forma que facilitará la comprensión y lectura de la información en el contenido.
- La fotografía es un aporte visual de peso para el sitio web. Porque a través de ella se atrae al usuario a distintas secciones, especialmente las que tratan de eventos, retiros y asambleas.
- Se rediseñó el imagotipo de la Comunidad Católica Espíritu Santo por medio de la unificación de los 3 distintos imagotipos usados. Al utilizar la geometría para el rediseño del isotipo y luego combinarlo con el logotipo elegido.
- Se vinculó el sitio web a las redes sociales de Facebook y Twitter, por su popularidad entre la juventud guatemalteca metropolitana. Con lo que se magnifica el alcance del sitio web.

## 11.2 Recomendaciones

- Hacer adecuado uso y dar mantenimiento al sitio web es indispensable para mantener un público que retorne al sitio web frecuentemente, lo que hará que la afluencia incremente.
- La información que se maneje dentro del sitio web debe ser bien administrada y actualizada para que, por medio de ella, se ayude al posicionamiento de la página en los buscadores de internet.
- Utilizar un lenguaje, tanto para el contenido nuevo de la página como para las áreas que requieran moderación, que sea acorde a la juventud.
- En caso de agregar nuevas secciones o páginas al sitio web; éstas deberán estar propiamente maquetadas, utilizando las distintas retículas, para que el contenido visual y textual del sitio web sea de fácil comprensión y lectura.
- La actualización de la galería de fotos del sitio es importante, ya que esta sección tiene el potencial para ser una de las más visitadas.
- Procurar el uso de un solo imagotipo en la publicidad del sitio web y materiales gráficos que realice la comunidad, incrementará la identidad de marca.
- Considerar la vinculación a otras redes sociales que estén de moda. El uso de las redes sociales, así como el sitio web debe ser moderado constantemente, por ser herramienta social que debe mantener una adecuada imagen ante la creciente sociedad virtual.

## **Capítulo XII**

---

# Capítulo XII: Conocimiento General

---

## 12.1 Conocimientos adquiridos en la carrera y áreas que se relacionan con el proyecto realizado

El proyecto que se llevó a cabo pudo ser realizado gracias al aprendizaje y conocimientos adquiridos durante la carrera de Comunicación y Diseño, el pensum está conformado por distintas áreas que se ven involucradas a lo largo de la realización del proyecto.

Dichas áreas son: Comunicación, Visualización Gráfica, Cultura, Formación Profesional, Medios tecnológicos, Ciencias Auxiliares.

Todas estas áreas aportaron tanto conocimientos como recursos para que la creación de un sitio web para la comunidad Católica Espíritu Santo pudiera desarrollarse de la mejor manera posible para cumplir y sobrepasar las expectativas del grupo objetivo. Que su contenido y lenguaje sea el apropiado y llame la atención de la comunidad, que se interesen en el mismo.

Así como también la importancia de que fuera funcional e interactivo para que constantemente se realice la comunicación entre las personas integrantes del grupo objetivo.

### 12.1.1 Comunicación:

La comunicación forma una parte esencial del desarrollo del proyecto de diseño de una página de internet para la comunidad Católica Espíritu Santo pudiendo mediante ella generar contenido que informe y eduque a una sociedad diversa comprendida por la juventud guatemalteca. El mensaje debe ser claro y muy enfocado al grupo objetivo.

A graphic design featuring the word "COMUNICACIÓN" in a bold, green, sans-serif font. The text is centered within a white, stylized speech bubble that has a 3D effect with a drop shadow. This speech bubble is set against a circular background with a green border. The entire graphic is part of a larger design with green and orange abstract shapes and a light green gradient background.

COMUNICACIÓN

### 12.1.2 Visualización Gráfica:

Los conocimientos de visualización gráfica resultaron esenciales para lograr imágenes acordes a las necesidades del sitio web de la comunidad católica Espíritu Santo, manejando elementos como el encuadre y la iluminación. Asimismo para la perfecta distribución del contenido dentro del sitio web de la “comunidad Católica Espíritu Santo” los conocimientos de maquetación fueron utilizados para lograr que la interfaz grafica se ajustara a las necesidades de contenido del mismo, y así lograr un despliegue de información agradable y legible.



VISUALIZACIÓN  
GRÁFICA

### 12.1.3 Cultura:

El área de cultura de la carrera aporta al sitio web de la comunidad Católica Espíritu Santo en la etapa de planificación el enfoque necesario para comunicar de forma efectiva tanto visual como textual, los diferentes mensajes adecuados específicamente para esta población, plasmando en las fotografías imágenes con cierto tinte cultural/social/católico y en los textos haciendo uso de las diferentes técnicas de redacción.

A graphic design featuring the word "CULTURA" in a bold, green, sans-serif font. The text is centered within a white, stylized shape that resembles a flower or a sunburst, with three main petals or rays extending outwards. This central element is set against a background of overlapping green and orange circular and curved shapes, creating a dynamic and organic feel. The overall color palette is dominated by various shades of green and orange, with white highlights.

CULTURA

#### 12.1.4 Formación:

Esta área dentro de la carrera proporciona el conocimiento necesario para poder darle un enfoque específico a la necesidad de la Comunidad Católica Espíritu Santo y proponer la creación de una página web así como la implementación de medios sociales, luego de evaluar la situación económica y las necesidades a cubrir según los conocimientos adquiridos en clases como manejo de campañas publicitarias, globalización y planeación estratégica aplicada.



FORMACIÓN  
PROFESIONAL

### 12.1.5 Medios Tecnológicos:

Los medios tecnológicos son esenciales e imprescindibles en la creación del proyecto “creación de una página web para la comunidad Católica Espíritu Santo” constituyendo las herramientas de creación. Abarcamos con este tema el hardware; entiéndase computadores, impresoras, cámaras de fotográficas y de video así como el software utilizado para la realización de cada uno de los materiales utilizados que en conjunto conforman la parte visual de la página web y medios sociales. Algunos de los programas utilizados Photoshop, Ilustrador, Flash, Dreamweaver.



MEDIOS  
TECNOLÓGICOS

### 12.1.6 Ciencias Auxiliares:

Las ciencias auxiliares cobran mucha importancia durante el proceso de la realización del proyecto, entre ellas la teología, sociología, psicología y semilogía ya que se debe analizar el contenido correcto de la comunicación, que cumpla sus objetivos y se obtenga un mensaje claro y conciso muy enfocado a grupo objetivo al que va dirigido. La fotografía y la informática son ciencias que van de la mano en el proyecto, mediante ellas se pudo llevar a cabo.



CIENCIAS  
AUXILIARES

## **Capítulo XIII**

---

# Capítulo XIII:

---

## Bibliografía

Robert Appleton Company. (1999). *The Catholic Encyclopedia, Volume I*. Remy Lafort, S.T.D.: John Cardinal Farley.

*Internet en 2012*. (17 de enero de 2013). Recuperado el 11 de junio de 2013, de Interactive Magazine: <http://revistainteractive.com/internet-2012/>

Activa Diseño Web. (4 de marzo de 2008). *Historia del diseño web*. Recuperado el 11 de junio de 2013, de Activa Diseño Web: <http://activa.com.pe/blog/2008/03/04/historia-del-diseno-web/>

Aldazábal, J. (2006). *Ministerios al Servicio de la Comunidad Celebrante* (1era ed.). (C. d. Litúrgica, Ed.) Centre de Pastoral Litúrgica.

Baltanás, J. (2004). *Diseño e historia*. Barcelona: Gustavo Gili.

Bauman, Z. (2006). *Seeking Safety in an Insecure World* (2da ed.). (J. Alborés, Trad.) Madrid: Siblo XXI de España Editores S.A.

Dowding, G. (1998). *An introduction to the history of printing types*. England: The British Library.

Enciclopedia Britannica. (22 de febrero de 2013). *Enciclopedia Britannica*. Obtenido de Enciclopedia Britannica: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/117058/church>

Es Historia. (18 de octubre de 2009). *El Video*. Recuperado el 11 de junio de 2013, de Es

Historia: <http://www.eshistoria.net/2009/10/historia-del-video.html>

Estepa, J. M. (20 de Febrero de 2007). *¿Cómo se elaboró el Catecismo de la Iglesia Católica y*

*su Compendio?* Recuperado el 9 de junio de 2013, de almudi.org:

<http://www.almudi.org/tabid/36/ctl/detail/mid/386/aid/582/paid/0/default.aspx>

Fernandez, M. (11 de marzo de 2009). *Historia y evolución de la comunicación*. Recuperado el

11 de junio de 2013, de Blog :

<http://mariafernandezuc3m.wordpress.com/2009/03/11/historia-y-evolucion-de-la-comunicacion/>

Foley, J. P. (22 de febrero de 2002). *PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES*

*SOCIALES*. Recuperado el 18 de junio de 2013, de vatican.va:

[http://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_20020228\\_church-internet\\_sp.html](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_sp.html)

fotonostra. (1 de febrero de 2012). *La retícula compositiva*. Recuperado el 18 de junio de 2013,

de fotonostra: <http://www.fotonostra.com/grafico/reticulacompositiva.htm>

Fotonostra. (mayo de 2013). *Fotonostra y diseño gráfico digital*. Obtenido de

<http://www.fotonostra.com/grafico/semiologia.htm>

Fundación Wikimedia, Inc. (14 de junio de 2012). *Ciudad de Guatemala*. Recuperado el 20 de

junio de 2012, de Wikipedia: [http://es.wikipedia.org/wiki/Ciudad\\_de\\_Guatemala](http://es.wikipedia.org/wiki/Ciudad_de_Guatemala)

González, J. L. (2008). *Historia del Cristianismo* (1ed ed.). Miami, Fla.: Editorial Unilit.

Guiraud, P. (1972). *La Semiología*. Siglo XXI Editores.

Henst, C. V. (14 de marzo de 2003). *Los nombres de dominios para nuestros sitios*. Recuperado el 11 de junio de 2013, de maestros del web:

<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/dominios/>

IBÁÑEZ, Á. (18 de diciembre de 2012). *Estándar web que permite usar tipos de letra variados*. Recuperado el 11 de junio de 2013, de rtve.es:

<http://www.rtve.es/noticias/20121218/aprobado-nuevo-estandar-web-permite-usar-tipos-letra-variados/589070.shtml>

Iglesia Católica. (1995). *Catesismo de la Iglesia Catolica*. Atlanta, GA, USA: Iglesia Calólica.

Interactive advertising bureau. (2010). *Interactividad*. Peru: iabperu.

Internet Society. (2012). *Historia del Internet*. Recuperado el 11 de junio de 2013, de Internet Society: <http://www.internetsociety.org/es/breve-historia-de-internet#References>

Jose. (5 de abril de 2008). *WorldWideWeb, el navegador de Internet que creó Tim Berners-Lee*.

Recuperado el 11 de junio de 2013, de Abadía digital:

<http://www.abadiadigital.com/worldwideweb-el-navegador-de-internet-que-creo-tim-berners-lee/>

Loring, J. (31 de mayo de 2008). *El Evangelio en la Historia*. Recuperado el 11 de junio de 2013, de encuentra.com:

[http://encuentra.com/nuevo\\_testamento/el\\_evangelio\\_en\\_la\\_historia\\_\\_12064/](http://encuentra.com/nuevo_testamento/el_evangelio_en_la_historia__12064/)

Lupton, E., & Cole, J. (2011). *Graphic Design Thinking* (First ed.). New York, New York: Princeton Architectural Press.

Ministerio de Comunicaciones Comunidad Espiritu Santo. (23 de mayo de 2012). *Comunidad Católica Espiritu Santo*. Obtenido de Facebook:

<http://www.facebook.com/groups/197832886905579/>

Neneka Pelayo, A. C. (2001). *Lenguaje y comunicación: conceptos básicos, aspectos teóricos generales, características, estructura, naturaleza y funciones del lenguaje y la comunicación*. Venezuela: El Nacional.

Nunca existieron. (18 de septiembre de 2012). *Simbología del círculo*. Recuperado el 18 de junio de 2013, de Las cosas que nunca existieron:

<http://lascosasquenuncaexistieron.com/Articulos/463/simbologia-del-circulo>

Oscar Andrés Rodríguez Maradiaga, S. (4 de enero de 2008). *Ser discípulos de Jesús*.

Recuperado el 9 de junio de 2013, de catholic.net:

<http://es.catholic.net/laicos/466/2954/articulo.php?id=38442>

Pacheco, E. M. (2006). *Windows iniciación a la informática*. Gesbiblo.

Pascual, J. A. (2007). *Grafismo multimedia: Comunicación, diseño, estética*. Barcelona: UOC.

PC WORLD. (1993). Multimedia. *PC WORLD*(119), 23.

Ponce, I. (17 de abril de 2012). *MONOGRÁFICO: Redes Sociales - Historia de las redes sociales*. Recuperado el 11 de junio de 2013, de Observatorio Tecnológico:

<http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=2>

Publicidad, P. d. (2013). *Psicología de la Publicidad, Consumidor*.

- Robertson, J. (3 de junio de 2003). *So what is a CMS*. Recuperado el 11 de junio de 2013, de Step Two DESIGNS: [http://www.steptwo.com.au/papers/kmc\\_what/index.html](http://www.steptwo.com.au/papers/kmc_what/index.html)
- Royo, A. (2 de mayo de 2011). *La prueba de la santidad en la historia*. Recuperado el 11 de junio de 2013, de Infocatolica.com: <http://infocatolica.com/blog/historiaiglesia.php/1105021221-la-prueba-de-la-santidad-en-1>
- Saloma, M. (2006). *Historia del Diseño Gráfico*. Londres: London University.
- Secretaria Ejecutiva del Servicio Cívico -SESC-, Consejo Nacional de la Juventud -CONJUVE-, Instituto nacional de estadística -INE-. (2011). Encuesta Nacional de la Juventud . Guatemala , Guatemala, ciudad.
- Selva, S. (4 de enero de 2010). *Internet Marketing - A Powerful Tool For Global Business*. Obtenido de Eazine Articles: <http://ezinearticles.com/?Internet-Marketing---A-Powerful-Tool-For-Global-Business&id=3501877>
- Serrano, M. M., Piñuel Raigada, J. L., García Sanz, J., & Arias Fernández, M. A. (1982). *Teoría de la Comunicación*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Torres, S. (septiembre de 2010). *Diagramación*. Recuperado el 11 de junio de 2013, de blogspot: <http://diagramacionteoria.blogspot.com/2010/08/historia-de-la-diagramacion.html>
- Vargas, C. (agosto de 2010). *El Desarrollo de los valores a través de la historia*. Recuperado el 11 de junio de 2013, de catholic.net: <http://es.catholic.net/comunicadorescatolicos/580/1223/articulo.php?id=21587>
- Zelanski, P., & Ficher, M. P. (1999). *Color*. España: Tursten.
- Zeraoui, Z. (2004). *Repensar la historia del pensamiento*.

## **Capítulo XIV**

---

# Capítulo XIV:

---

## Anexos

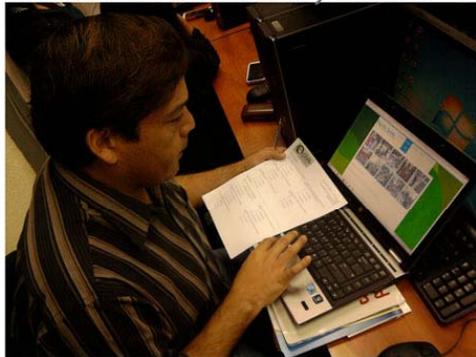
### 14.1 Especialistas



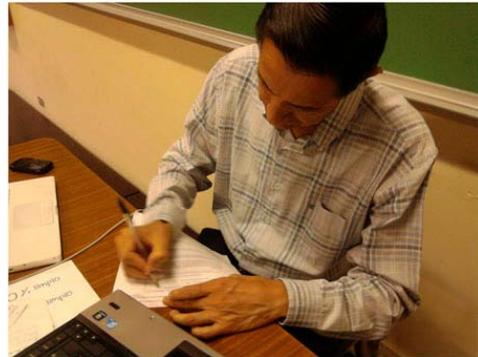
Lcda. Karla Lopez  
Lic. en Comunicación y Diseño



Lcda. Wendy Franco  
Lic. en Diseño y Comunicación para la educación



Lic. Rolando Barahona  
Lic. en Diseño - Docente



Lic. Carlos Franco  
Lic. en Diseño -Docente



Lcda. Karla Sobalvarro  
Lic. en Comunicación



Lcda. Lisa Quan  
Lic. en Comunicación y Diseño

## 14.2 Material Fotográfico

Para el sitio web se utilizaron fotografías que permitieran mostrar las distintas actividades de la Comunidad Católica Espíritu Santo.



Fotografías que se utilizaron en el sitio web



## 14.3 Cotizaciones

marzo, 2013



Cotización Comunidad Católica Espíritu Santo

<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>
Desarrollo - <b>Implementación de Sección informativa del Sitio</b> - <b>Diseño del Sitio</b> - <b>Gestión Inicial de Contenido</b>	\$1850
Hosting y Dominio - <b>Compra y Configuración de Hosting y Dominio</b> - <b>Administración de 10 Cuentas de Correo</b>	\$ 250
<b>Total</b>	<b>\$ 2100</b>
Costos Re currentes (Anual ) - Renta del Hosting - Soporte Nivel 1	\$ 350



Guatemala 05 de Junio del 2013



**D-DIGITAL**

Una solución completa en el mundo "De Digital"

Estimado  
**Roland López**  
Presente

Por este medio tengo el gusto de presentar a su consideración la propuesta para la relación de un sitio web administrable.

Descripción	Cantidad	Cliente
Sitio Administrable con Drupal, Secciones de noticias administrable, de 1 a 10 diferentes secciones de contenido. Formulario de contacto.	1	\$500.00
Dominio y Hosting con panel de control y configurado para que el sitio web funcione optimamente (1 año)	1	\$40.00
Realizacion de modulos adicionales al sitio (seccion de cotizacion, entrada flash,	-	Segun complejidad
Mantenimiento mensual del hosting, optimacion y realizacion de backup de la base de datos.	1 Mes	\$50.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$590</b>

\* Estos precios no incluyen iva

En Espera de sus apreciables ordenes, nos es grato suscribirnos de usted.

Atentamente

Ing. Ronald Steve Alvarado  
Chief Information Officer  
Tel: 5528-6046