



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
Carrera de: INGENIERIA EN SISTEMAS MULTIMEDIA

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERO EN SISTEMAS MULTIMEDIA

TEMA

**“DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL
(E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO.”**

AUTORES

FRED LUZURIAGA UBILLA

WENDY MOREIRA MITE

GUAYAQUIL – ECUADOR

2010

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a nuestras familias,
nuestros amigos y a todos los que nos han apoyado
en la realización del mismo y a
quienes han sido nuestro apoyo en todo momento.

Agradecimientos

Queremos agradecer de manera especial a nuestros padres por su inmenso apoyo, a todas las personas que se involucraron directa e indirectamente con el proyecto para llevarlo a cabo, a todos aquellos a quienes entrevistamos, a nuestro director de tesis el Ing. Daniel Ullauri por toda su ayuda y comprensión

Declaración Expresa

*La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado,
nos corresponde exclusivamente; y el
patrimonio intelectual de la misma a la
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.*

Director de Tesis de Grado

Lector de Tesis de Grado

Lector de Tesis de Grado

Resumen

En virtud de cumplir con un requisito indispensable para la obtención del Título en cuestión, los autores hemos decidido realizar un trabajo que comprenda los conceptos de diseño y desarrollo de una revista electrónica, producto de un análisis efectuado a la documentación recopilada para llevar a cabo la asignación mencionada. De acuerdo al estudio realizado, se plantea áreas a evaluar, como son: Diseño web, Comunicación, Negocio/Publicidad, Programación, Educación, a fin de demostrar por medio del Internet como se puede cambiar los paradigmas o esquemas tradicionales de hacer y dar a conocer nuevas cosas.

De igual manera, el arte llevado a los Negocios y Publicidad en Internet, el cual tiene como ventaja disminuir costos y optimizar la rentabilidad del proyecto al ser un medio masivo.

El tercer enfoque, el arte proyectando en la educación abre un mundo de oportunidades para adquirir nuevos conocimientos en la red.

Este proyecto pretende describir, el análisis, diseño e implementación de una revista de género artístico cultural y comunicacional, poniendo énfasis en el diseño, comunicación y multimedia en el mundo y en nuestro país.

INDICE GENERAL

Contenido

INDICE GENERAL	VII
INTRODUCCIÓN	- 1 -
1 CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES	- 2 -
1.1 ORIGEN DE LA IDEA DEL PROYECTO	- 2 -
1.2 ORIGEN DEL NOMBRE URBANA MAGAZINE	- 3 -
1.3 ¿QUÉ ES URBANA MAGAZINE?	- 3 -
2 CAPÍTULO 2: PROBLEMA	- 5 -
2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	- 5 -
2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	- 6 -
2.3 HIPÓTESIS	- 6 -
2.4 VARIABLES Y OPERACIONALIZACIÓN	- 7 -
3 CAPÍTULO 3: OBJETIVOS DEL PROYECTO	- 8 -
3.1 OBJETIVO GENERAL	- 8 -
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	- 8 -
4 CAPÍTULO 4: JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	- 10 -
4.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	- 10 -
4.2 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	- 10 -
4.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	- 11 -
5 CAPÍTULO 5: MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	- 12 -
5.1 ANTECEDENTES	- 12 -
5.2 COMUNICACIÓN MASIVA Y SUS MEDIOS. ASPECTOS GENERALES	- 15 -
5.3 INTERNET. REVOLUCIÓN DE LA INFORMACIÓN	- 17 -
5.4 IMPACTO DE INTERNET EN LA SOCIEDAD	- 18 -
5.5 USO DEL INTERNET EN ECUADOR	- 24 -
5.6 CYBERCAFÉS REGISTRADOS AUMENTAN EN EL PAÍS	- 31 -
5.7 E- MEDIOS	- 31 -
5.8 E- ZINE O REVISTAS ELECTRÓNICAS	- 33 -
5.9 INTERFACES DE USUARIO	- 35 -
5.9.1 <i>Concepto de interfaz</i>	- 35 -
5.9.2 <i>Interfaz de Usuario</i>	- 36 -
5.10 ESTRUCTURACIÓN DE UN SITIO WEB	- 37 -
5.10.1 <i>Concepto del sitio</i>	- 37 -
5.10.2 <i>Contenidos</i>	- 38 -

5.10.3	Color.....	- 39 -
5.10.4	Diseño del sitio web.....	- 39 -
5.10.5	Selección de las herramientas software	- 45 -
5.10.6	Tecnologías usadas	- 45 -
5.10.7	PHP.....	- 52 -
5.10.8	MYSQL.....	- 54 -
6	CAPÍTULO 6: METODOLOGÍA	- 56 -
6.1	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	- 56 -
6.2	Técnicas de investigación.....	- 56 -
6.3	ENCUESTAS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS	- 57 -
6.3.1	Encuesta.....	- 58 -
6.3.2	Resultados.....	- 60 -
7	CAPÍTULO 7: IMPLEMENTACIÓN DEL SITIO WEB.....	- 64 -
7.1	DESARROLLO DEL SITIO WEB.....	- 64 -
7.1.1	Implementación.....	- 64 -
7.1.2	Publicación.....	- 80 -
7.2	TESTING DE LA APLICACIÓN WEB.....	- 80 -
7.2.1	Testing de la aplicación.....	- 80 -
8	CAPÍTULO 8: PUBLICIDAD DEL SITIO.....	- 85 -
8.1.1	Promoción.....	- 85 -
	FIGURA N° 8.1.1.-4 BANNER DE PATROCINADORES.....	- 89 -
8.2	REQUERIMIENTOS	- 90 -
8.2.1	REQUERIMIENTOS DE HARDWARE.....	- 90 -
8.2.2	REQUERIMIENTOS DE SOFTWARE	- 91 -
8.2.3	REQUERIMIENTOS OPERATIVOS	- 92 -
8.2.4	Grupo de apoyo	- 93 -
9	CAPÍTULO 9: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	- 94 -
10	CAPÍTULO 10: VIABILIDAD Y VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS- 99 -	
10.1	VIABILIDAD	- 99 -
10.1.1	Funcionalidad.....	- 99 -
10.1.2	Costo.....	- 99 -
10.1.3	Beneficios.....	- 100 -
10.2	VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS	- 100 -
	CONCLUSIONES	- 102 -
	RECOMENDACIONES.....	- 103 -
	BIBLIOGRAFÍA.....	- 105 -
	ANEXOS.....	106

INTRODUCCIÓN

El arte es una forma de expresar información, la cual puede transmitir ideas o sentimientos, añadiendo posibilidades para abstraer, conceptualizar y comunicar.

El diseño es el proceso previo en la búsqueda de la solución o conjunto de las mismas. Plasmando el pensamiento mediante dibujos, bocetos, trazos, durante o posterior a un proceso de investigación.

La comunicación es un campo de estudio dentro de las ciencias sociales que trata de explicar cómo se realizan los intercambios comunicativos y cómo afectan a la sociedad. Investiga el conjunto de principios, conceptos y regularidades que sirven de base al estudio de la comunicación como proceso social.

Artes como el ballet, música, cine, teatro, así como también las llamadas artes digitales, son formas que el público debería conocer y de la misma manera a los artistas y equipos detrás de cada una de ellas.

Socialmente estamos en un momento oportuno, lleno de cambios importantes, donde se podría aportar ampliamente a las instancias artísticas, a la sociedad, al crecimiento de las artes, así como se ha venido haciendo en Guayaquil en los últimos años con centros culturales como el MAAC, haciendo más accesible al público eventos artísticos culturales.

Como parte de este aporte hemos decidido crear una revista electrónica de contenido cultural, la cual ha sido elaborada en internet, el cual es el medio donde va a ser reproducida, dentro de una plataforma que cumplía con todo lo que requería el sitio, ofreciéndonos facilidades para su desarrollo, actualización y mantenimiento.

CAPÍTULO 1

1 ANTECEDENTES

1.1 Origen de la Idea del Proyecto

Crear una revista electrónica a la cual llamamos **Urbana Magazine**, nace como respuesta a las necesidades de una profesión que viene experimentando un desarrollo importante tanto por la cantidad de personas que se dedican a estos oficios, como por la presencia de estas actividades en la sociedad ecuatoriana y así mostrar todo lo que esta ciudad, este país y el mundo ofrece a quienes estén interesados en ampliar sus conocimientos dentro del mundo del arte y el diseño.

Aunque no pretendemos crear una revista para las masas, consideramos importante promocionarla no solo en pequeños círculos cerrados con usuarios seguros, como serían los artistas, diseñadores de diferentes ramas, fotógrafos, etc., ya que hay muchas personas que aunque no pertenezcan a este círculos disfrutan del arte y el diseño así sea como aficionados o como simples espectadores, por esta razón también queremos expandirnos en otros sectores para lograr de esta manera popularizar la revista, que el público la conozca y de a poco se familiarice con ella y de esta manera ir creando interés en el público por las artes, dentro y fuera del país, además creamos de esta manera una oportunidad para que el mundo conozca las formas de arte en Ecuador.

1.2 Origen del nombre Urbana Magazine

Urbano, a. Adj. Relativa a la ciudad. Componentes dinámicos de una ciudad y sus interrelaciones que se caracterizan por las necesidades, costumbres, hábitos, cultura y por el medio con sus posibilidades, para satisfacer las necesidades del hombre en sociedad.

Guayaquil es sin duda una de las principales ciudades del país, cosmopolita, moderna, pujante, donde la moda, arte, diseño, cine, teatro, publicidad, comienzan a abrir camino en una ciudad donde antes esto ni siquiera era una opción de entretenimiento. Y es precisamente en sus calles, en su gente donde día a día nacen y evolucionan nuevas ideas. Desde un simple grafiti en una pared hasta grandes y modernas construcciones, desde artistas conocidos y admirados hasta aquellos que venden su talento en una esquina para poder sobrevivir.

Esto es Urbana Magazine, la muestra al mundo de lo que Guayaquil y el Ecuador entero puede ofrecer y está ofreciendo gracias a grandes personajes detrás de cada proyecto artístico y cultural que intenta educar a su gente.

1.3 ¿Qué es Urbana Magazine?

Es una revista electrónica donde los artistas, diseñadores, publicistas, etc, pueden mostrar sus talentos a una industria conducida por la inspiración y nuevos problemas creativos. Al mismo tiempo, **Urbana Magazine** está abierto a artistas y profesionales que emergen a través del globo en los campos de la dirección, de copywriting, diseño, comunicación, fotografía e ilustración de artes.

Junto con un escaparate creativo y diverso, **Urbana Magazine** divulga sobre esos acontecimientos e individuos que respiran nueva vida en

**DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL
(E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

arte comercial: arte-diseño a los profesionales, a los jóvenes, a los estudiantes, a los graduados y a educadores dedicando sus carreras a hacer de la industria del arte de la comunicación un lugar más inspirante para todos nosotros.

CAPÍTULO 2

2 PROBLEMA

2.1 Planteamiento del problema

En la sociedad actual, el internet como tecnología de información y comunicación ha incrementado significativamente las posibilidades de comunicación en nuestra sociedad, no es menos cierto que se debe poner especial atención en la combinación de elementos multimedia, ya que una incorrecta estructuración en la elaboración del mensaje, conllevaría a la construcción de mensajes incongruentes e incluso contradictorios.

En nuestra ciudad específicamente, estamos acostumbrados a revistas que no abordan temas de interés social o contenido cultural y artístico, donde no se explota y no se promocionan eventos y mucho menos sirven de guía profesional para quienes estamos en el medio.

Aunque hay revistas impresas que abordan estos temas como Markka Registrada, Anaconda, BG Magazine, Diners, Chasqui, no son de fácil acceso para el público ya que muchas de ellas no son revistas mensuales, sus costos son más elevados que otras más comunes y los centros de distribución son pequeñas tiendas exclusivas como perfumerías, librerías, boutiques, aerolíneas, o por contacto directo, aunque algunas si poseen sitio web, no muestran información completa como en las ediciones impresas.

Existen muy pocas revistas online similares a la de este proyecto y la mayoría tratan temas específicos o los más sobresalientes en las ediciones impresas, muchas no auspician o incentivan a realizar eventos, solo se limitan a ser informativas y a realizar reportajes, no haciendo buen uso de la globalidad del Internet.

2.2 Formulación del problema

Internet otorga al receptor o usuario mayor grado de interacción, así como también fuerte contenido motivacional, para la construcción del conocimiento o simple información, pero para lograr una óptima comunicación es conveniente analizar e identificar las características de la imagen en las diferentes estructuras y niveles de la e-zine, teniéndolas presentes en el momento de su diseño, reforzando así la información mostrada.

Por otro lado queda la interrogante que es la base y guía de nuestra investigación:

- **¿Cómo una revista electrónica (e-zine) ayudará a promover e informar sobre arte, diseño y comunicación en la ciudad y el país, con un número de visitas significativas en la web?.**

2.3 Hipótesis

Una revista electrónica (e-zine) donde todos tienen acceso a la información sobre diversas opciones culturales, por medio de un medio masivo como es el internet, ayudará a promover y a informar sobre arte, diseño y comunicación en la ciudad y el país y logrará tener un número significativo de visitas, por medio de estrategias publicitarias de bajo costo pero de alto impacto en nuestro medio y gran alcance a nivel mundial.

2.4 Variables y operacionalización

- **Variable independiente:** una revista electrónica (e-zine) donde todos tienen acceso a información sobre diversas opciones culturales, por medio de internet.
- **Variable dependiente:** ayudará a promover y a informar sobre arte, diseño y comunicación en la ciudad y el país y logrará tener un número significativo de visitas, por medio de estrategias publicitarias de bajo costo pero de alto impacto en nuestro medio y gran alcance a nivel mundial.
- **Variable empíricas de la variable independiente:**
 - Revista electrónica (e-zine) donde todos tienen acceso por medio de un medio masivo como es el internet.
 - Información sobre diversas opciones culturales.
- **Variable empíricas de la variable dependiente:**
 - Ayudar a promover e informar sobre arte en la ciudad y en el país.
 - Ayudar a promover e informar sobre diseño en la ciudad y el país.
 - Ayudar a informar sobre comunicación en la ciudad y el país.
 - Logrará tener un número significativo de visitas, por medio de estrategias publicitarias de bajo costo pero de alto impacto en nuestro medio y gran alcance a nivel mundial.

CAPÍTULO 3

3 OBJETIVOS DEL PROYECTO

3.1 Objetivo General

Crear una revista electrónica como medio comunicacional para contribuir a la formación de una nueva conciencia artística y cultural en nuestra ciudad y nuestro país eliminando los grandes vacíos culturales, aportando una nueva imagen en cuanto a proyección de arte, comunicación y diseño se refiere e informar sobre eventos que se realizan en Ecuador y en el mundo; así como también presentar a nuevos artistas y tendencias en arte y diseño en general por medio del mayor medio de comunicación mundial existente como es el Internet.

3.2 Objetivos Específicos

Los **objetivos específicos** que pretendemos lograr son los siguientes:

- Crear un acceso universal, inmediato y continuo basado en la afortunada asociación de las propiedades de los recursos tecnológicos y de los principios éticos y profesionales de quienes los manejan, la existencia misma de un entorno virtual accesibles; devolviendo a la sociedad conocimiento provechoso, haciendo uso de los recursos digitales poniendo a disposición de la comunidad científica artística el producto de sus propios trabajos.

**DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL
(E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

- Cubrir las necesidades comunicacionales para profesionales, empresas, agencias de publicidad, etc., con artículos relacionados a sus inquietudes en el día a día laboral.
- Brindar acogida a lo que diseño se refiere, sin la necesidad de pensar que no tienen contenido cultural. Estamos realizando un proyecto con visión moderno y comunicacional con la nueva propuesta que se está tomando en nuestro país.
- Ayudar a desarrollar el interés por las artes y desarrollo constante de proyectos que ayuden al crecimiento cultural de la sociedad.
- Dar a conocer a profesionales y artistas nuestro país al mundo para que sirvan de inspiración para nuevas tendencias.
- Mostrar las actividades artístico – culturales a las que el público en general pueda asistir y compartir.

CAPÍTULO 4

4 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

4.1 Justificación Teórica

Este proyecto refleja la necesidad de fomentar el arte en todas sus formas además de crear más fuentes de información masivas, de poco presupuesto y de fácil acceso como es el Internet, sobre temas orientados a cubrir los objetivos planteados en la revista.

Para lograrlo nos apoyamos en materias fundamentales del diseño, desarrollo web y comunicación gráfica como la semántica, la semiología, la retórica visual, psicología del color, lenguajes de programación como php, html, css y administradores de contenidos web como es el caso de Joomla.

4.2 Justificación Metodológica

Para este proyecto hemos realizados diferentes encuestas para conocer las oportunidades y la aceptación que tendría la revista que estamos desarrollando. Así como también diferentes entrevistas y consultas con personas conocedoras del tema como programadores, diseñadores, pintores, profesores de arte, publicistas, marketeros etc, para conocer sus opiniones y lo que esperan de esta revista.

Además cada día realizamos un estudio de sitios webs similares para analizar sus puntos fuertes y débiles, conocer lo que ofrecen, que tipo de

publicidad manejan y como se mantienen en el medio en el caso de contar o no con auspicios.

4.3 Justificación Práctica

La idea de realizar una revista electrónica (e-zine), nace ante la necesidad de personas como nosotros trabajamos en el medio y que no contamos con sitios web principalmente de nuestro país con temas lo suficientemente profundos como para estar al día de las tendencias actuales, nuevos artistas, nuevas formas de arte, etc.

Además este proyecto no solo quedaría como una tesis presentada en papel, si no que podría continuar en el Internet y ser de mucho beneficio para los usuarios y convertirse en un proyecto real.

CAPÍTULO 5

5 MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

5.1 Antecedentes

El proyecto está constituido por una investigación previa que contempla, encuestas, análisis y datos estadísticos, además de un estudio a fondo de los programas y lenguajes que se utilizaron para su desarrollo, los cuales nos sirvieron como guía para orientar la investigación y el proyecto hacia un camino seguro en el momento de su elaboración y desarrollo, de manera especial, para tener claro a quien estamos dirigiendo el proyecto.

Nuestro propósito era conocer las oportunidades que teníamos de elaborar la revista electrónica, estamos apuntando a un público o usuarios exigentes a pesar que no es masivo, esto nos llevó a mostrar calidad en el sitio y hacerlo atrayente y dinámico, para crear agrado a los usuarios que desean obtener información o simplemente para captar la atención de nuevos visitantes y convertirlos en usuarios fijos del sitio.

Además de una buena presentación visual del sitio estudiamos también temas de interés de los usuarios para implementarlos en la revista, que es lo que se espera y las ventajas desarrolladas ante la competencia.

Como parte de la recolección de datos para el estudio y desarrollo del sitio tenemos:

Direcciones web que contienen información útil y novedades sobre el diseño gráfico y diseño web:

- **Los Alquimistas del Diseño**

<http://alquimistas.evilmolo.com/>

- **Scour Design**

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

- **Artegami**

<http://artegami.com/>

- **Desarrollo Web**

<http://www.desarrolloweb.com/index.php>

- **Marketing Internet Promoción de un web site**

<http://www.monografias.com/trabajos6/marin/marin.shtml?monosearch>
<http://www.monografias.com/trabajos6/marin/marin.shtml?monosearch>

- **La cultura en línea**

<http://www.monografias.com/trabajos913/cultura-en-linea/cultura-en-linea.shtml?monosearch>
<http://www.monografias.com/trabajos913/cultura-en-linea/cultura-en-linea.shtml?monosearch>

- **Sociedad 2.0:**

<http://www.monografias.com/trabajos59/sociedad-dos-cero/sociedad-dos-cero.shtml?monosearch>

- **Diseño y desarrollo de sistemas de información**

<http://www.monografias.com/trabajos62/sistemas-informacion-web/sistemas-informacion-web.shtml>

Entre los textos investigados para este proyecto tenemos:

- **CSS Avanzado** – Javier Eguiluz Pérez: comprende técnicas de sustitución de textos, sprites, sombras y transparencias, frameworks CSS , además de referencias para diseño web.
- **Planeta Web 2.0** – Hugo Pardo y Cristóbal Cobo Romaní: este libro contiene nociones básicas alrededor de la web 2.0, intercreatividad, aprendizaje colaborativo y nuevos modelos para usos educativos.
- **Blogs y medios.** Las claves de una relación de interés mutuo – José Manuel Noguera Vivo: “Ya desde mediados de los 90 que los blogs no paran de crecer. Pero es desde hace menos tiempo que se convirtieron en una realidad que ha trascendido el ámbito de lo personal para tener protagonismo y eficacia en esferas como el periodismo o la comunicación corporativa”.
- **Publicidad 2.0** – Paul Beelen: “Las comunidades en línea hablarán sobre las compañías, les guste o no. La gente dirá lo que les dé la gana, sin importar si alguien les está escuchando o repitiendo - en realidad, hacer que un punto de vista se expanda es muchas veces el objetivo. Las compañías no pueden paralar conversaciones de los consumidores, ni pueden evitar que sus empleados hablen con los consumidores - e incentivarlos a que actúan según lo que han escuchado”.

5.2 Comunicación Masiva y sus medios. Aspectos generales

La comunicación se clasifica principalmente en dos modalidades, interpersonal y colectiva. En la primera existe solamente un grupo reducido de receptores, en la comunicación colectiva existe una recepción masiva del mensaje lo cual supone un grupo grande heterogéneo y anónimo. La comunicación interpersonal es directa, ya que tanto el emisor como el receptor comparten el espacio-tiempo, lo cual no sucede en la comunicación colectiva. La naturaleza dinámica del proceso de comunicación está dada por la existencia de roles intercambiables entre ambas puntas del proceso.

Pero la comunicación colectiva se diferencia de la interpersonal precisamente por la complejidad de los mecanismos que posibilitan la respuesta, siendo totalmente abierta a quienes quieran recibir los mensajes.

La comunicación masiva es la aplicación de los principios de las técnicas de la información, sociológicas, políticas y económicas para la difusión de datos estructurados, sistematizados y estetizados dirigidos a grandes conglomerados.

Existen varios criterios para clasificar los medios masivos de comunicación, se clasifican estos medios en impresos o electrónicos.

En la siguiente tabla relacionamos diferentes criterios para poder valorar sus características, en particular los de Internet, el cual es el medio escogido para nuestro proyecto.

**DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL
(E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Según el formato (Impresos o electrónicos)	Según modalidad de percepción	Según patrones de conducta	Obligación en tiempo de exposición al mensaje	Según la situación espacial	Según la situación social	Según la distancia entre el suceso y su recepción
Libros	Óptico	rígida	voluntad del destinatario	independiente del ambiente	individual	mediata
Periódicos	Óptico	rígida	voluntad del destinatario	independiente del ambiente	individual	mediata
Revistas	Óptico	rígida	voluntad del destinatario	independiente del ambiente	individual	mediata
Volantes	Óptico	rígida	voluntad del destinatario	independiente del ambiente	individual	mediata
Cinematografía	Óptico-Acústico	rígida	determinado por el medio	diseño especial	colectivo	mediata
Radio	Acústico	libre	determinado por el medio	ambiente doméstico	individual o grupo	inmediata / mediata
TV	Óptico-Acústico	rígida	determinado por el medio	ambiente doméstico	individual o grupo	inmediata / mediata
Discos/cassettes	Acústico	libre	voluntad del destinatario	ambiente doméstico	individual o grupo	mediata
Video	Óptico-Acústico	rígida	voluntad del destinatario	doméstico /diseñado	individual o grupo	mediata
Multimedia	Óptico-Acústico	rígida	voluntad del destinatario	ambiente doméstico	individual	mediata
Internet	Óptico-Acústico	rígida	voluntad del destinatario	ambiente doméstico	individual	inmediata

TABLA N° 5.1 Principales medios masivos de comunicación y criterios de clasificación.

Internet posibilita el acceso de información global combinando las modalidades de percepción de manera compleja, basada en una relación integral y recíproca entre imagen y sonido.

Al igual que otros medios Internet impone una conducta rígida ya que a través del componente óptico, el receptor debe mantener una concentración total. A pesar de su complejidad, Internet se diferencia de otros medios electrónicos como la televisión y el cine, en que puede accederse a voluntad del destinatario, además posibilita el acceso a la recepción de forma inmediata, manteniendo la posibilidad de la revisión de datos precedentes, por lo que consideramos que la exposición no está estrictamente determinada por el medio.

Según la situación espacial en que se produce el contenido, lo hace en un ambiente doméstico lo que facilita el acceso a la información a pesar de su elevada complejidad y según la situación social se caracteriza por accederse de forma individual lo que facilita indudablemente el proceso de percepción.

5.3 Internet. Revolución de la información

Según Wikipedia, Internet es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, garantizando que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial. Sus orígenes se remontan a 1969, cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como ARPANET, entre tres universidades en California y una en Utah, Estados Unidos.

Uno de los servicios que más éxito ha tenido en Internet ha sido la World Wide Web (WWW, o "la Web"), hasta tal punto que es habitual la confusión entre ambos términos. La WWW es un conjunto de protocolos que permite, de forma sencilla, la consulta remota de archivos de hipertexto. Ésta fue un desarrollo posterior (1990) y utiliza Internet como medio de transmisión.

Existen, por tanto, muchos otros servicios y protocolos en Internet, aparte de la Web: el envío de correo electrónico (SMTP), la transmisión de archivos (FTP y P2P), las conversaciones en línea (IRC), la mensajería instantánea y presencia, la transmisión de contenido y comunicación multimedia -telefonía (VoIP), televisión (IPTV)-, los boletines electrónicos (NNTP), el acceso remoto a otros dispositivos (SSH y Telnet) o los juegos en línea.

5.4 Impacto de Internet en la sociedad

En esta nueva sociedad la formación continua y la gestión del conocimiento pasan a ser un papel vital para el progreso cultural de la sociedad, constituyendo una garantía para el futuro de las personas.

En el contexto de la globalización, los medios y las Tecnologías para la Información y la Comunicación ejercen una influencia decisiva en los procesos de estructuración, integración y desarrollo de los individuos de las sociedades contemporáneas, pues se han convertido en la nueva plaza pública, en la que se discuten y deciden los asuntos que afectan a todos. La producción cultural de esos medios y tecnologías proveen hoy, a vastos segmentos de la población, de criterios para interpretar el mundo y para dar sentido a su vida.

Un punto de interés central en la comunicación para el desarrollo, está puesto en los medios de comunicación, que se traducen en la forma en que se transmiten los "mitos" de determinada cultura de generación en generación, constituyendo el único vínculo común entre los individuos de determinada nación o región.

Los medios masivos de comunicación y en particular Internet inciden activamente en el plano cultural y educacional. La revolución de las telecomunicaciones y de la transmisión de datos ha empujado al mundo hacia el concepto de "aldea global". Los efectos de estos nuevos medios de comunicación sobre la sociedad han sido muy estudiados. Hay quienes sostienen que los medios de comunicación tienden a reforzar los puntos de vista personales más que a modificarlos, y otros creen que, según quién los controle, pueden modificar decisivamente la opinión de los usuarios. En cualquier caso, ha quedado demostrado que influyen a largo plazo, de forma sutil pero decisiva, sobre los puntos de vista y el criterio de la audiencia.

Uno de los fenómenos más importantes es el papel de Internet en la publicidad, estableciendo normas y tendencias culturales, ejerciendo una enorme influencia y cada vez mayor a medida que se extiende el acceso a la red, en las percepciones y opiniones de la población.

Algunos autores señalan peligros de los medios de comunicación masiva y en particular Internet. Los medios de comunicación masiva, entre los que se destaca Internet, son los mediadores por excelencia en la relación existencial entre el hombre y su mundo. Bajo el bombardeo de la información considera que si no estamos suficientemente preparados para las nuevas, crecientes y cambiantes complejidades, permitamos que, de alguna manera, los medios tomen decisiones por nosotros y, por

tanto, les entreguemos esa capacidad originaria de definir nuestra existencia y, por ende, nuestra identidad.

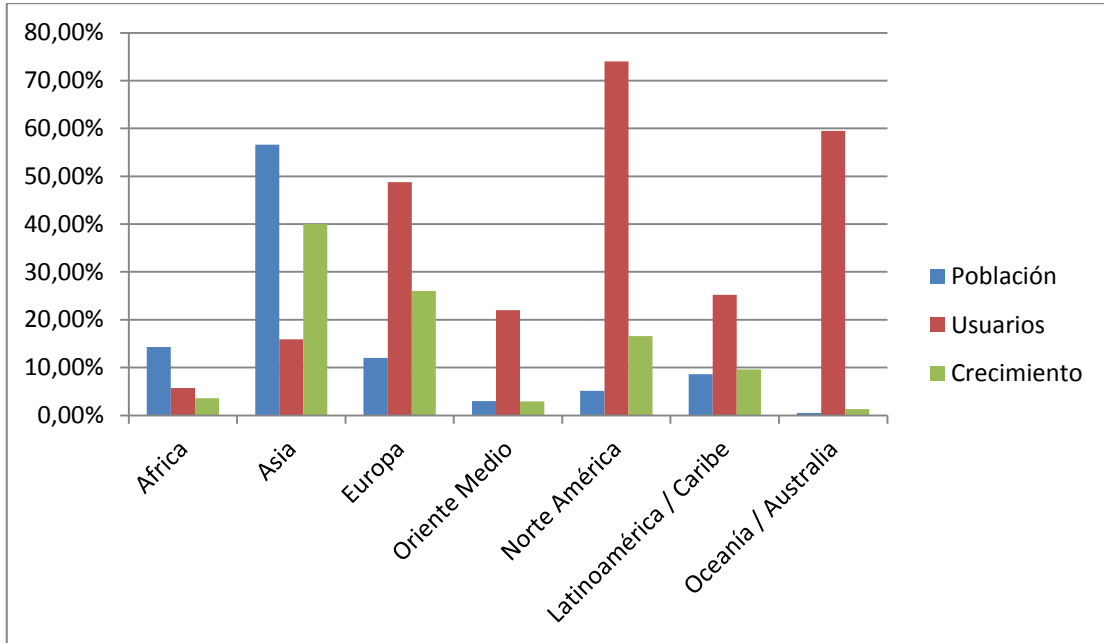
La dinámica de las actuales transformaciones socioculturales está acompañada de la evolución en la incorporación de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TICS) y su utilización en las formas cotidianas de interacción social.

Internet es un medio de alcance mundial y sus efectos repercuten en todos los ámbitos, y la ampliación de las redes de interconexión nos modifica las dimensiones con las que percibimos el tiempo y el espacio, ya que ambas nociones se amplían inmensamente y dan como resultado un mundo donde las distancias se empequeñecen y la información sobre los acontecimientos es simultánea.

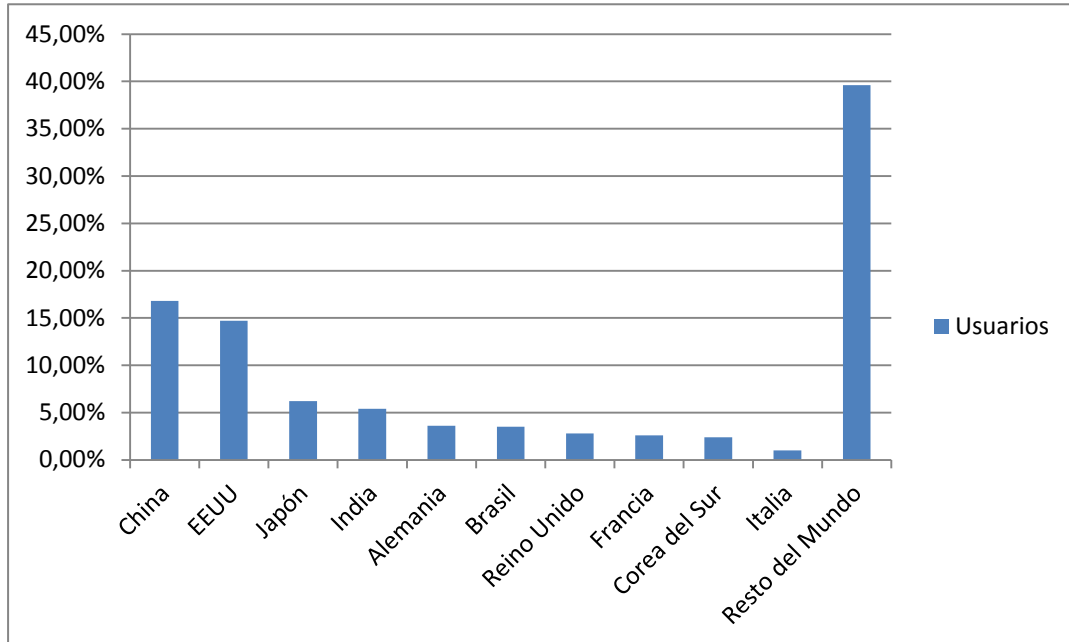
Sin embargo, la conectividad mundial no es tan real, los cables de fibras ópticas de alta velocidad que interconectan a las computadoras mantienen una distribución geográfica específica, que vincula ciertos nodos principales con nodos secundarios que conectan con redes de menor importancia por donde circula la mayor cantidad de información. Los medios de comunicación hacen posible la difusión de ideas, modelos y valores culturales originados en los nodos principales, localizados preferentemente en Estados Unidos y la Unión Europea, y que se extienden a través de nodos distributivos; y estos servidores se conectan a escala mundial gracias a la infraestructura de varias compañías concentradoras. De esta forma, la red dominada por unos pocos, fomenta desigualdades, fragmentación, disparidad y provocan nuevas concentraciones de conocimiento e información regida por las empresas e instituciones que las producen.

**DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL
(E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Analizando datos de la población mundial que accede Internet tenemos los siguientes resultados.

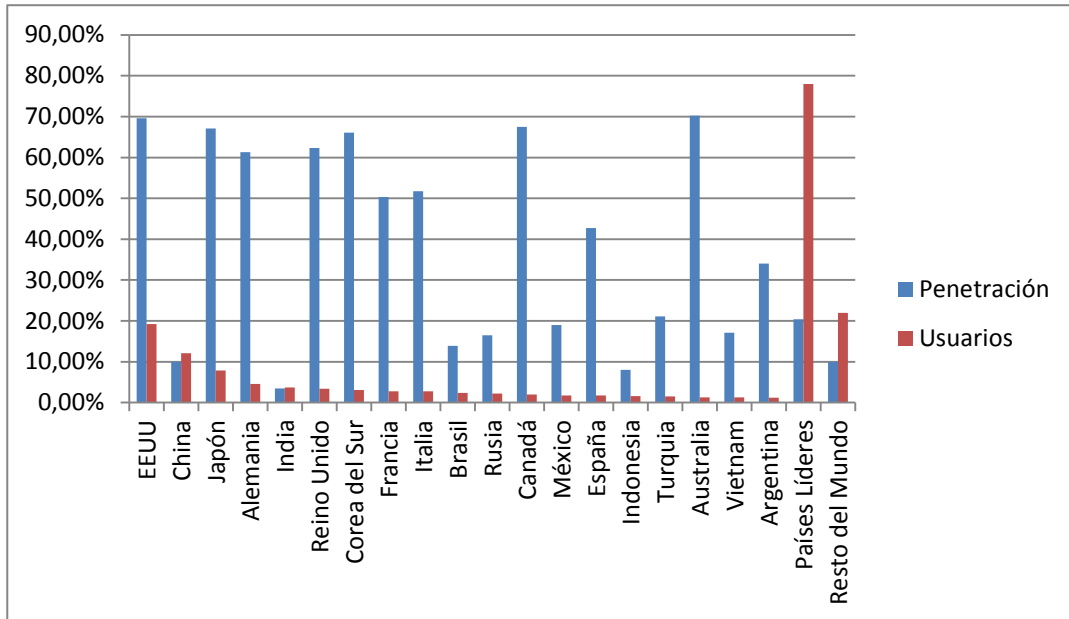


Cuadro N° 5.4-1 Usuarios de internet y crecimiento en el mundo.

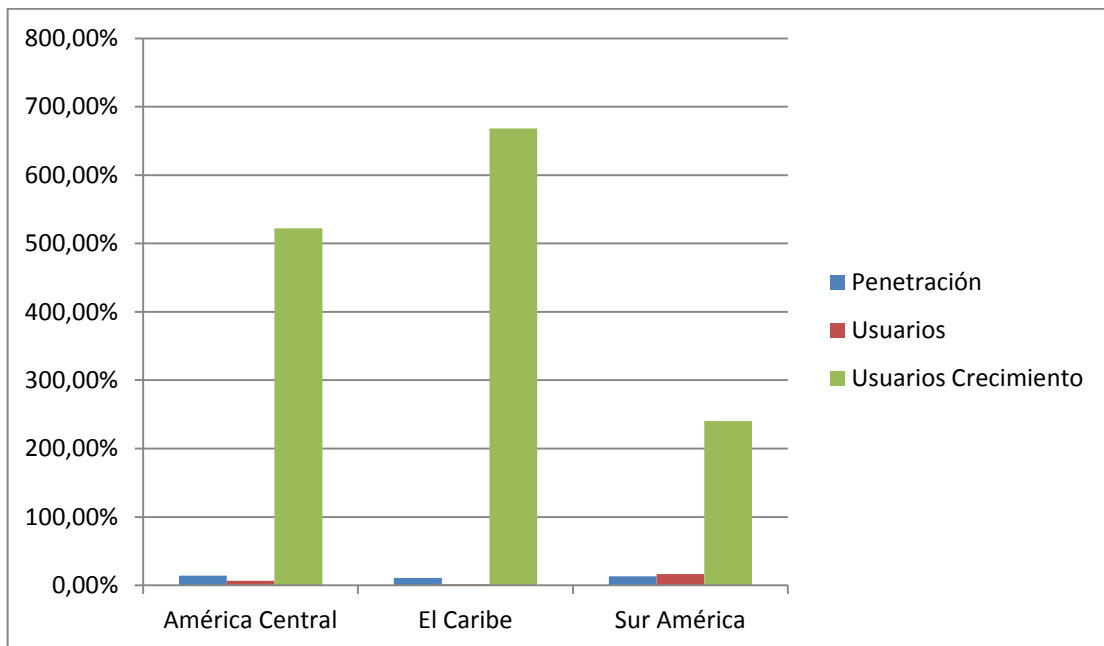


Cuadro N° 5.4-2 Los 10 países líderes en internet con mayor número de usuarios

**DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL
(E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO**



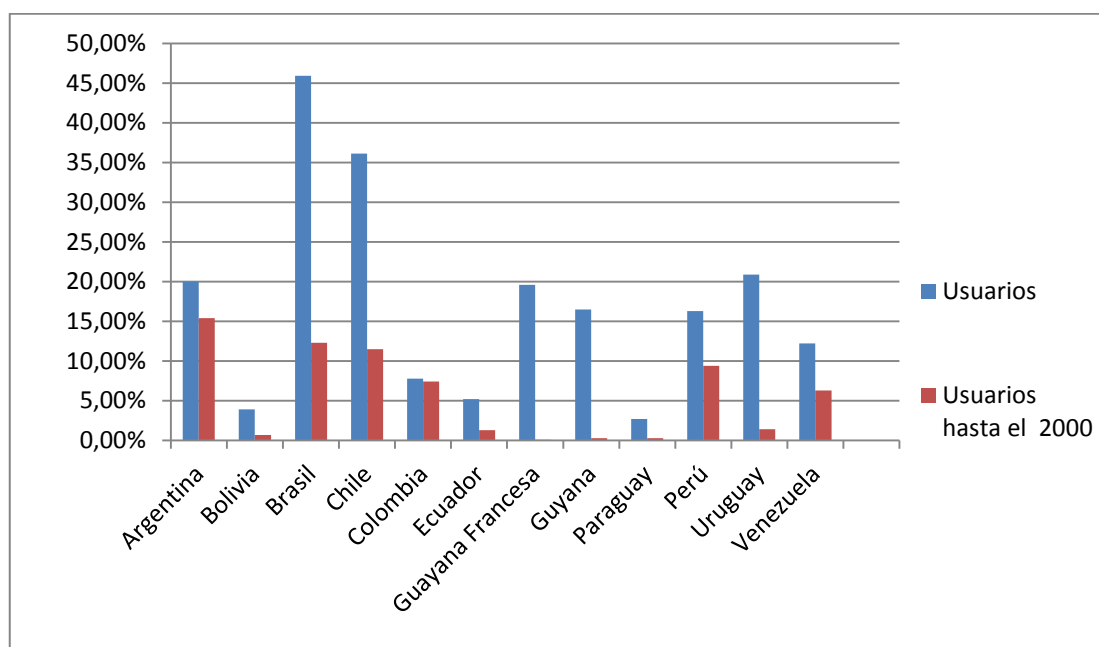
Cuadro N° 5.4-3 Los 20 países líderes en el mundo con mayor número de usuarios



Cuadro N° 5.4-4. Usuarios de Internet en América Latina

La comparación que podemos hacer en las estadísticas de usuarios de internet de América con América del Sur incluido Ecuador es la siguiente: América del Sur tiene un índice del 16.4% de usuarios y de penetración un índice de 13.34% a comparación de América del Norte que tiene una penetración de 14.0% y de usuarios 6.7% que quiere decir

que América del Sur incluido Ecuador tiene mayores usuarios y de penetración que América del Norte.



Cuadro N° 5.4-5. Usuarios de Internet en América del Sur

Haciendo una comparación entre Ecuador con América del Sur, Ecuador tiene un porcentaje en penetración del 5.2% y de usuarios 1.3% lo que quiere decir que en los últimos años ha aumentado aproximadamente en un 3%.

Esta realidad, de incorporación en los procesos globales a través del uso de las TICS, deriva a su vez en nuevas formas de exclusión, ya que la inclusión de ellas en las prácticas culturales va acompañada de los factores económicos y sociales en los que se encuentran las distintas sociedades.

Internet es uno de los adelantos más significativos de la humanidad, pues transforma los viejos paradigmas de comunicación e información,

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

ofrece servicios de interacción, bases de la comunicación actual; posibilita el acceso a la información y es un vehículo de comunicación que utilizan los cibernautas para transmitir sentimientos, ideas y sensaciones a través de la forma verbal y escrita. Lo fundamental es la rapidez con que se expresan, sin intermediarios y sin formalidad alguna.

El crecimiento explosivo de Internet ha hecho que se planteen importantes cuestiones relativas a la censura. El aumento de las páginas Web que contienen textos y gráficos racistas, xenófobos, fascistas, o se expone material pornográfico, es un reto.

Internet está transformando radicalmente los medios de comunicación, está convirtiéndose en el eje conductor de los distintos medios. Por primera vez hay una capacidad de comunicación masiva no mediatizada.

En ese sentido y por las particularidades de Internet, cada día se desarrollan medios alternativos que permitirán romper con el monopolio de la información de las transnacionales y la imposición de patrones e ideas.

5.5 Uso del Internet en Ecuador

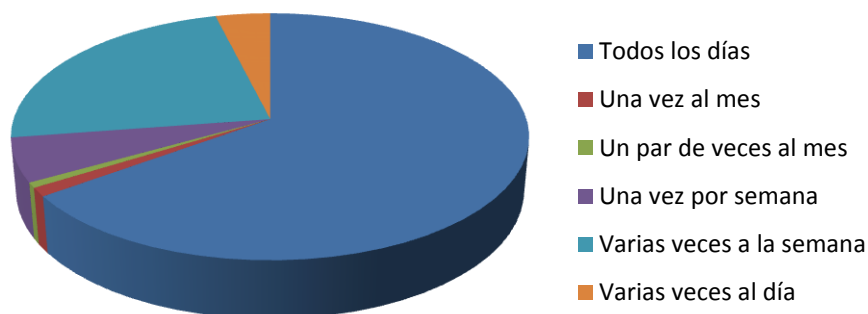
La Superintendencia de Telecomunicaciones SUPERTEL realizó un sondeo de percepción sobre aspectos técnicos relacionados con el acceso a Internet. Las preguntas formuladas permiten determinar la frecuencia de uso para acceder a la Internet, equipos que se utilizan, velocidad de conexión, tiempo que usan el servicio, entre otros temas.

El sondeo se realizó a 435 usuarios localizados en las siguientes provincias: Azuay, Cañar, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, El Oro, Esmeraldas, Galápagos, Guayas, Imbabura, Loja, Manabí, Morona

Santiago, Pichincha, Pastaza, Santa Elena, Santo Domingo de los Tsáchilas, Tungurahua y Zamora. A continuación se señalan algunas de las respuestas:

5.5.1 Frecuencia de uso de cuenta en internet

El 65,06% de las personas consultadas indicaron que usan la cuenta de acceso a internet todo o casi todos los días, mientras que el 23,45% lo hacen varias veces a la semana; el resto de respuestas indican que utilizan la cuenta una vez por semana, varias veces al día o un par de veces al mes.

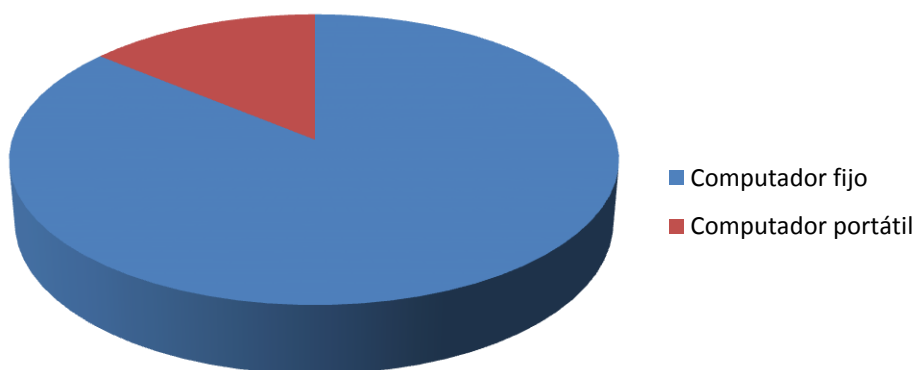


Cuadro N° 5.5.1 Frecuencia Uso de internet.

Todos o casi todos los días: 65,06%, una vez por mes: 1,15%, un par de veces al mes: 0,69%, una vez por semana: 5,75%, varias veces a la semana: 23,45%, varias veces al día: 3,91%

5.5.2 Equipos usados para ingresar a internet:

El 86% de los encuestados manifestó que usan un computador fijo para conectarse a internet; el porcentaje restante dijo que emplea un computador portátil.

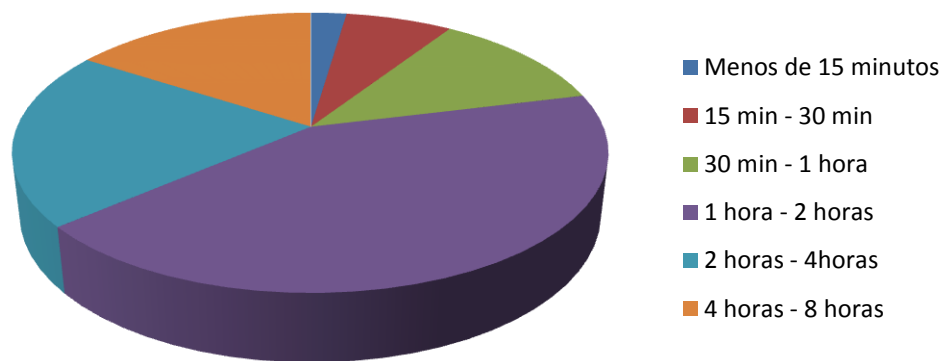


Cuadro N° 5.5.2 Equipos que utiliza para acceder a internet.

Computador fijo o de sobremesa: 85,98% - Computador portátil (laptop): 14,02%

5.5.3 Tiempo que utiliza internet al día:

La mayoría de personas que participó en el sondeo, el 43%, dijo que usa el servicio entre una y dos horas al día; el 20% entre 2 y 4 horas; el 16% entre 4 y 8 horas; de media hora a una hora corresponde al 12%; las restantes personas manifestaron que utilizan menos de 15 minutos al día.

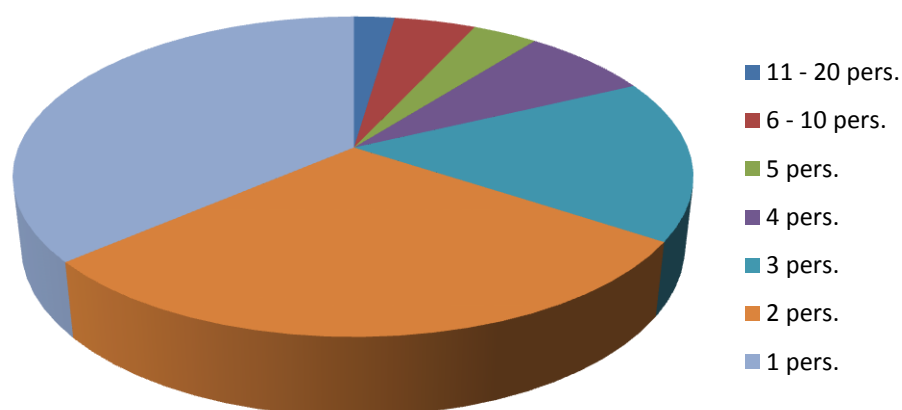


Cuadro N° 5.5.3 Tiempo que usa internet al día.

Menos de 15 minutos: 2,30%. De 15 minutos a media hora: 6,90%, de media hora a 1 hora: 11,95%, entre 1 y 2 horas: 42,53%, entre 2 y 4 horas: 20,46%, entre 4 y 8 horas: 15,86%

5.5.4 Cantidad de personas que utilizan su cuenta de internet:

El 36,32% de los encuestados expresó que solo una persona usa su cuenta de internet; el 29,43% manifestaron que dos personas utilizan su cuenta; y, el 16,32% indicaron que tres personas acceden desde su cuenta; las restantes respuestas señalan que usan la cuenta desde cuatro hasta veinte personas.

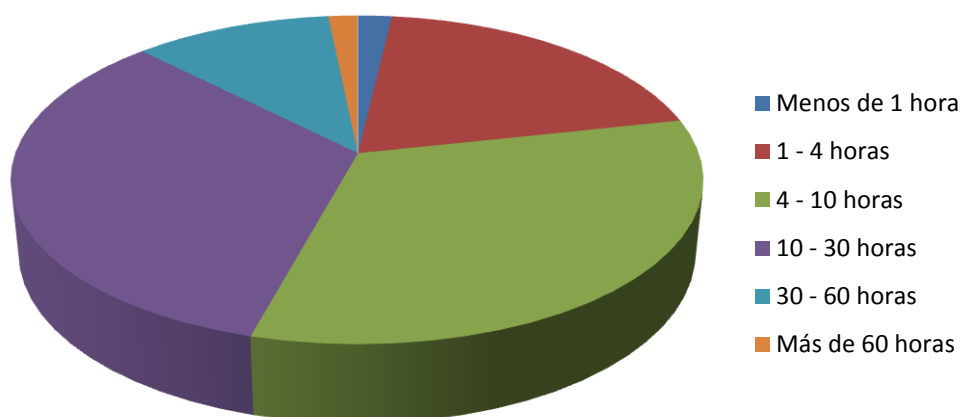


Cuadro N° 5.5.4 Cantidad de personas que usan una cuenta de internet.

Entre 11 y 20: 2,30%, entre 6 y 10: 4,60%, cinco: 3,68%, cuatro: 7,36%, tres: 16,32%, dos: 29,43%, una: 36,32%

5.5.5 Tiempo que utiliza internet en su domicilio, en una semana promedio:

La mayoría de encuestados, más del 65%, señaló que usan internet en su domicilio desde cuatro hasta 30 horas; el 19,77% lo utilizan entre una y cuatro horas; el 10,80% dedican su tiempo para conectarse entre 30 y 60 horas; un porcentaje menor afirmaron que usan el servicio menos de una hora o más de 60 horas.

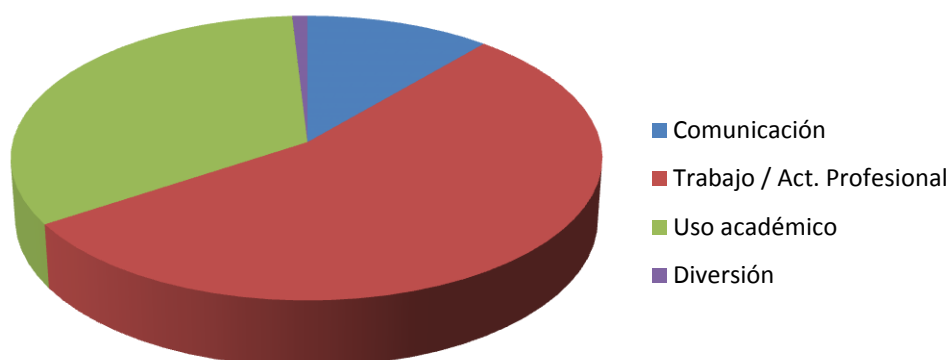


Cuadro N° 5.5.5 Tiempo que utiliza internet en el domicilio por semana

Menos de 1 hora: 1,84%, entre 1 y 4 horas: 19,77%, entre 4 y 10 horas: 32,64%, entre 10 y 30 horas: 33,33%, entre 30 y 60 horas: 10,80%, más de 60 horas: 1,61%

5.5.6 Fin principal o mayoritario al acceder a internet:

El 54,48% de los encuestados afirman que se conectan para fines laborales o profesionales; el 33,33 para actividades académicas; el 11,26% para comunicarse; y, menos del 1% para divertirse.



Cuadro N° 5.5.6 Fin principal o mayoritario al acceder a internet

Comunicación: 11,26%, trabajo / Actividad profesional: 54,48%, uso académico: 33,33%, diversión: 0,92%.

5.6 Cybercafés registrados aumentan en el país

Según registros de SENATEL (22-DIC-2009) muestra que el programa nacional de registro virtual de los centros de acceso a la información y aplicaciones disponibles en la red de Internet (cybercafés) que impulsa la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SENATEL), administrador del sector de telecomunicaciones, registra un crecimiento en el país. Según recientes estadísticas de esta entidad, en la actualidad existen 1.337 cybercafés están legalizadas en el país.

Según estadísticas de la SENATEL, a finales de octubre del 2009, 1.239 empresas se dedicaban a este negocio; mientras que en la actualidad 1.337 cybercafés están legalizadas en Ecuador.

En la región costa, la provincia de Guayas encabeza el número de cybercafés (182), Manabí (67) y El Oro (50). En la andina, la provincia de Pichincha registra la mayor cantidad de estos centros en el país (509), Tungurahua (85) y Chimborazo (78).

5.7 E- Medios

Actualmente los medios de comunicación ya no se parecen en nada a la idea clásica que cualquiera puede tener. Cada vez es más habitual que un medio sea más una red social que un entorno de lectura de información, persiguiendo con ello una mayor participación y aceptación pública. De hecho, los usuarios de muchos e-medio pueden publicar sus propias “noticias” y compartir contenidos e ideas. Todo ello plantea una serie de retos en la gestión de nuevos e-medios.

Las redes sociales ganan su lugar de una manera vertiginosa convirtiéndose en promisorios negocios para empresas y sobretodo en lugares para encuentros humanos. Estas aplicaciones web permiten a los usuarios conectar con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades. Además, permiten compartir contenido, interactuar y crear comunidades sobre intereses similares.

Los *e-medios* no tienen claro cuál es la fórmula definitiva de éxito, aunque parece que existe un consenso mayoritario en la tendencia a la interactividad de los lectores con el texto. Por ello, ya es muy habitual la posibilidad de comentar las noticias y votarlas. Asimismo, hay medios que están desarrollando plataformas de interconexión e intercambio de contenidos multimedia dentro del entorno del mismo.

De hecho, en el artículo de Tiscar Lara, publicado en el Boletín de la Sociedad de la Información pone el ejemplo de USA Today como uno de los primeros medios de comunicación donde los usuarios pueden crear sus perfiles y compartir sus propios documentos multimedia.

No obstante, uno de los retos fundamentales que han adquirido los medios de manera implícita es el de la gestión de los datos personales de sus usuarios. De tal manera que los *e-medios* se han convertido no sólo en fuente de información general, sino también en sumidero de información particular facilitada por los usuarios.

A continuación mostramos los sitios web más visitados en el mundo.

1. Google.com
2. Facebook.com
3. Yahoo.com

4. YouTube.com
5. Live.com
6. Wikipedia.org
7. Blogger.com
8. Baidu.com
9. Msn.com
10. Yahoo.co.jp

5.8 E- Zine o Revistas Electrónicas

Un **e-zine** es la contracción de electronic y magazine, o lo que es lo mismo: magazine electrónico o una revista electrónica. Son publicaciones electrónicas que pueden ser consultadas mediante Internet. Al igual que las impresas, cuentan con diferentes secciones, aunque varían en la inclusión de texto o de imágenes y en la periodicidad de aparición. Algunas requieren de aplicaciones especiales para poder ser vistas.

Tiene las características de una revista, pero en lugar de emplear el formato tradicional como es el papel, se emplea como medio de difusión un formato electrónico, ya sea como documento, que puede abrirse en una aplicación a tal efecto por ejemplo un archivo TXT, PDF o HTML, por lo general con enlaces para recorrerlo a modo de hipertexto, o bien como un programa ejecutable para una plataforma específica.

Algunas revistas como el ACM Journal Experimental Algorithmes, Postmodern Cultura, etc, sólo existen en versión electrónica. Otras, principalmente las que editan editoriales como Elsevier o Springer constituyen una réplica exacta de la versión impresa, y sus archivos se suelen encontrar en formato PDF. Algunas ofrecen algunos números o

funciones que no aparecen en la versión impresa, tal como Biochemical Journal, IC Online, and Machine Learning Online. Existen proyectos como JSTOR, que digitalizan copias de revistas y que no ofrece los números actuales de las revistas sino hasta dos años previos a la fecha actual.

Las revistas internacionales y nacionales de prestigio han seguido la misma pauta. Comenzaron en Internet en 1995 solo con el índice de contenidos, y fueron incorporando poco a poco resúmenes de artículos y finalmente el texto completo. Las grandes editoriales siempre mantienen una versión paralela a la impresa, bien idéntica o bien ampliándola con nuevos servicios de valor añadido. E incluso, surgen nuevos títulos también de prestigio exclusivamente electrónicos.

Otro punto a aclarar es la diferenciación entre revistas electrónicas propiamente dichas y servicios de acceso a las revistas electrónicas. Se entiende por revistas electrónicas propiamente dichas los sitios web que los editores emplean para dar acceso a los artículos incluidos en cada volumen de una publicación periódica. Los servicios de acceso a las revistas electrónicas son las distintas interfaces, servidores y productos, como bases de datos, que empresas e instituciones desarrollan para dar acceso al contenido de las revistas que están Internet.

La evolución sufrida por las revistas electrónicas desde su aparición está marcada no sólo por el aumento progresivo y exponencial del número de títulos en la red, sino también por la cantidad de contenidos ofrecidos, la consolidación de muchos títulos, la ampliación de la oferta informativa al lector, etc. Aún así, la desigual calidad de las revistas en Internet es una característica de la edición electrónica al igual que lo es de la edición impresa.

La edición electrónica presenta enormes ventajas: rapidez de publicación, la riqueza potencial de los documentos (ilustraciones, enlaces de hipertexto, sonido, animación...) y recuperación de información (bases de datos, índices dinámicos...), entre otros.

La presencia en Internet de las revistas a texto completo es una demanda de la sociedad de la información. Esto supone un reto que tiene que afrontar la industria editorial tradicional y además en el corto espacio de tiempo en el que se ha desarrollado la edición electrónica.

Todo periodo de cambio conlleva una incertidumbre donde coexisten muchos factores, unos a favor y otros en contra. Entre los factores favorables se encuentran el abaratamiento de los costos, su gran versatilidad en obtención de diversos formatos, rapidez en la publicación de los artículos, accesibilidad total, difusión en todo el mundo, etc. Entre los factores "incierto" se encuentran la forma de financiación, derechos de autor, revisión de los artículos, etc.

5.9 Interfaces de usuario

5.9.1 Concepto de interfaz

La idea fundamental en el concepto de interfaz es el de mediación, entre hombre y máquina. La interfaz es lo que facilita la comunicación, la interacción, entre dos sistemas de diferente naturaleza, típicamente el ser humano y una máquina como el computador. Esto implica, además, que se trata de un sistema de traducción, ya que los dos "hablan" lenguajes diferentes: verbo-icónico en el caso del hombre y binario en el caso del procesador electrónico. Para trabajar con un sistema, los usuarios necesitan ser capaces de controlar y monitorear el estado del sistema. Por ejemplo, para conducir un automóvil, el conductor usa el volante para controlar la dirección del vehículo, el pedal del acelerador y el pedal del freno para controlar su velocidad. El conductor puede

percibir la posición del vehículo mirando a través del parabrisas y leyendo el velocímetro puede conocer la velocidad exacta del vehículo. La interface de el automóvil está compuesta por la totalidad de instrumentos que el conductor usa para cumplir las tareas de llevar y dirigir el automóvil.

5.9.2 Interfaz de Usuario

Se define a Interfaz de usuario, como un conjunto de componentes empleados por los usuarios para comunicarse con las computadoras. El usuario dirige el funcionamiento de la máquina mediante instrucciones, denominadas genéricamente entradas. Las entradas se introducen mediante diversos dispositivos, por ejemplo un teclado, y se convierten en señales electrónicas que pueden ser procesadas por la computadora. Estas señales se transmiten a través de circuitos conocidos como bus y son coordinadas y controladas por la unidad de proceso central y por un soporte lógico conocido como sistema operativo. Una vez que la UPC ha ejecutado las instrucciones indicadas por el usuario, puede comunicar los resultados mediante señales electrónicas, o salidas, que se transmiten por el bus a uno o más dispositivos de salida, por ejemplo una impresora o un monitor.

Las interfaces de las primeras computadoras personales estaban basadas en líneas de comando como en el sistema operativo MS-DOS. En una interfaz de línea de comando el usuario introduce mediante el teclado órdenes o *comandos* indicándole al sistema que es lo que necesita que haga. Así, para conocer el contenido del directorio actual, el usuario debía teclear *dir* y el contenido de *archivos* y carpetas era desplegado en la pantalla.

El problema con este tipo de interfaces fue que mientras son muy rápidas para realizar tareas simples, la sintaxis correcta del lenguaje del sistema al realizar tareas complejas puede ser demasiado difícil de entender para un usuario no avanzado y la *curva de aprendizaje* es demasiado pronunciada.

En 1984 Apple Computers libera la primera computadora comercialmente exitosa en contar con una Interface Gráfica de Usuario o "IGU", siendo una interfaz computacional que usa íconos y controles además del texto. El usuario interactúa con el sistema mediante un dispositivo apuntador como el ratón o *mouse* inventado por Douglas Engelbart para manipular esos íconos y controles. Esto fue ciertamente una revolución comparada con la mencionada interface de línea de comando en cuanto a facilidad de uso e intuitividad.

5.10 Estructuración de un Sitio Web

5.10.1 Concepto del sitio

Realizar un sitio web no es simplemente una aplicación del diseño convencional, ya que requiere tener en cuenta cuestiones tales como navegabilidad, interactividad, usabilidad, arquitectura de la información y la interacción de medios como el audio, texto, imagen y vídeo.

Es necesario lograr que el sitio web obtenga consistencia y una imagen distintiva, mediante el uso de fondos, gráficos y logos, colores uniformes en el texto y los enlaces, barras de navegación en el mismo lugar, etc.

La unión de un buen diseño con una jerarquía bien elaborada de contenidos aumenta la eficiencia de la web como canal de comunicación

e intercambio de datos, que brinda posibilidades como el contacto directo.

5.10.2 Contenidos

Es muy importante brindar contenidos atrayentes y una navegación dentro del sitio web lo más sencilla y clara posible para que los usuarios se sientan a gusto y vuelvan al sitio en reiteradas oportunidades, brindándonos a nosotros mayores posibilidades de informar, o vender productos o servicios en el caso en que sea necesario.

Después de realizar un estudio comparativo con otros sitios y blogs similares se decidió colocar las siguientes secciones fijas:

- **Artes:** el usuario podrá encontrar información útil sobre diferentes tipos de arte en la ciudad y el país.
- **Perfiles:** en esta sección se publican entrevistas a diferentes personajes dentro de los medios a quienes estamos dirigiéndonos y junto a esto se mostraran enlaces de sitios webs personales para apreciar sus trabajos.
- **Diseño:** aquí el usuario encontrará información, reportajes y artículos referentes a todo tipo de diseño en la ciudad y el país, así como también tips de ayuda para mejor desarrollo de su trabajo.
- **Comunicación y publicidad:** en esta sección se podrá encontrar artículos, noticias o reportajes sobre temas que sirvan de interés para quienes ingresen a esta sección.
- **Tecnología:** aquí encontraremos novedades tecnológicas de diferente tipo pero con mayor énfasis aquellas que sirvan o sean de interés al target al que nos dirigimos.
- **Eventos:** se publican reportajes de eventos realizados en la ciudad y fuera de la ciudad y el país, así como también un calendario de eventos y actividades de interés.

- **Contáctenos:** aquí el usuario podrá comunicarse con los directores del sitio o dejar algún comentario, además se encuentra un aviso de confidencialidad y otro legal. Esto genera confianza en nuestro y además le brinda al usuario la ventaja de tener siempre a mano un medio para contactarnos.

5.10.3 Color

La combinación de colores es fundamental al momento del diseño, ya que va a tener una influencia realmente grande en cómo lo perciban los usuarios y la sensación que les quede después de verlo. Una de las primeras cosas que tuvimos en cuenta es el número o cantidad de colores. Hay que cuidarse de utilizar muchos colores sobre todo si estos son muy contrastantes entre sí. La cantidad de colores puede variar mientras se utilice la combinación adecuada. Entre menos colores se usen, el riesgo de congestionar al usuario visualmente es menor.

Estos tres colores funcionarían de la siguiente manera:

- **Color principal:** Es el tono que define la página y ocupa gran parte de ella.
- **Color secundario:** Es el tono predominante, utilizado para enmarcar las diferentes áreas.
- **Color Destacado:** Este tono se utiliza para resaltar puntos concretos e importantes de la página. Hay que ser cuidadosos con la selección de este color.

5.10.4 Diseño del sitio web

Para comenzar a desarrollar el sitio web fue fundamental crear una lista de los contenidos, por ejemplo: noticias, eventos, entrevistas, etc. Luego

se establecieron los requisitos funcionales (barras de navegación, enlaces, colores y diseño de los mismos).

Acorde a los requerimientos. Una vez que se tiene realizado un estudio de lo que se necesita y de quién y cómo lo va a usar, se realiza un diseño de la aplicación teniendo en cuenta las herramientas (y también las limitaciones) que nos ofrece el CMS JOOMLA que se usó en el desarrollo del sitio.

En el inicio o home del portal, se encuentran aquellos contenidos de mayor importancia, ya sean los más visitados, los más modernos o cualquier otra fórmula que el administrador del sitio haya decidido. Por tanto, se usó esta página principal para incluir todo aquello que sea relevante: paneles de registro, acceso a los principales contenidos y resumen de los principales contenidos dinámicos ordenados por fecha.

El siguiente diagrama muestra la jerarquía de diseño planeada para generar nuestro Portal web desde el punto de vista del usuario final o Front-End.

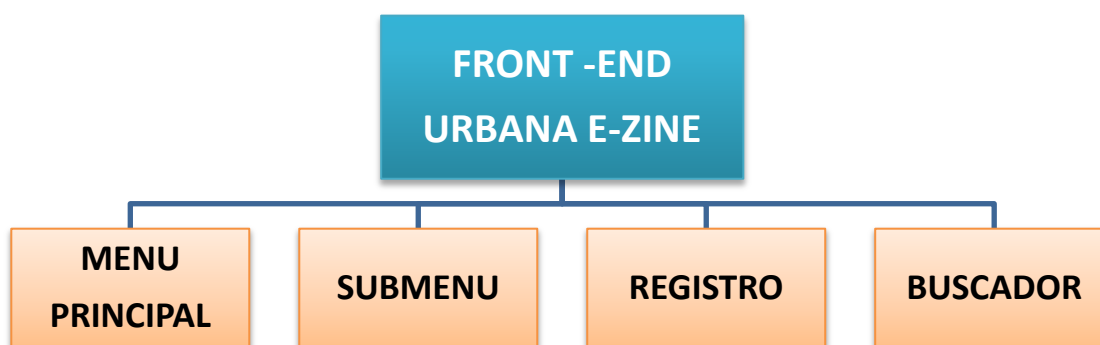


Figura N° 5.10.4-1 – 1 Jerarquía de diseño

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

A continuación, se muestra la parte gráfica del diseño del sitio.

The screenshot shows the home page of Urbana Magazine. At the top, there is a navigation menu with links: INICIO, BELLAS ARTES, PERFILES, EN LAS CALLES, TECNOLOGÍA, EVENTOS, TIPS, ENLACES, and CONTACTÉNOS. Below the menu is the Urbana Magazine logo and a search bar. A large banner features a woman's profile with the text 'SE PARTE DE UNETE EN FACEBOOK' and 'Urbana Magazine' on her neck. Below the banner is a section titled '¿QUÉ HAY DE NUEVO?' with three featured articles: 'INCEPTION: MÁS QUE UN SUEÑO HECHO REALIDAD', 'NUEVO TRÁILER "TRON: LEGACY", PRIMER VISTAZO DE CLU 2.0', and 'MOVERMAN HABLA SOBRE LA BIOPIC DE KURT COBAIN'. The main content area is divided into three columns. The left column has a calendar for August 2010, a poll titled '¿Qué opinas de Urbana Magazine?', and a 'Votar' button. The middle column contains a 'Bienvenido a Urbana Magazine' message, a 'Regístrate en Urbana Magazine!' section, and a 'Síguenos en Facebook!' section. The right column has an 'ACCESO' section with login fields, a 'HAZTE FAN' section with a Facebook link, and a 'PATROCINADORES' section listing 'EcuadorVirtual Magazine' and 'WF STUDIO'. At the bottom, there are sections for 'Últimas noticias' and 'Popular' with lists of recent and popular articles. A footer contains copyright information: 'Copyright © 2010 Urbana Magazine. Todos los derechos reservados. Designed by Joomla!Art.com.'

Figura N° 5.10.4-1 Página de inicio del sitio web

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

INICIO DISEÑO ARTES **PERFILES** COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD TECNOLOGÍA EVENTOS

CONTÁCTENOS



MENÚ PRINCIPAL

- Inicio
- Diseño
- Artes
- Perfiles**
- Conversando con Eika
- Félix Peláez, fotógrafo
- Marttah Victoria Robles
- Comunicación y Publicidad
- Tecnología
- Eventos
- Contáctenos

EVENTOS

◀ ▶ Agosto 2010

Lun	Mar	Mie	Jue	Vie	Sab
26	27	28	29	30	31
2	3	4	5	6	7
9	10	11	12	13	14
16	17	18	19	20	21
23	24	25	26	27	28
30	31	1	2	3	4

PERFILES

Ericka Coello diseñadora gráfico

Sábado, 03 de Julio de 2010 05:20 | Fred Luzuriaga



Conversamos con Ericka Coello diseñadora gráfico guayaquileña. Con total sencillez e informalidad pudimos conocer un poco más sobre esta original chica.

- 01** Cuéntame sobre Curve y las 100 mejores diseñadoras. Entré al concurso y quedé como una de las mejores diseñadoras de ese libro, mediante internet se hizo un llamado y un amigo me dijo y como solo era para chicas entonces me recomendó que participara....yo aún hacía mis cosas vagas.
- 02** Sí he visto algunos de tus diseños en un blog que tenías. Sí pero es un cambio tremendo para lo q ahora he hecho.
- 03** Sí pero aún mantienes tu estilo y eso me gusta, incluso los diseños que vi en la revista van más o menos con tu línea gráfica. Nooo es diferente... en sí había todo tipo de estilos... obviamente los que a los de la revista más les gustaba pero más es ilustración, por eso cuando mi mamá vio dijo el diferente es el de Ericka jajaja... porque lo típico era ver caras, gente yo tenía un bicho que ni yo sé qué mismo es jeje...

LEER MÁS...

Ktus fotógrafo y cineasta

Viernes, 02 de Julio de 2010 13:08 | Wendy Moreira



Félix Peláez, más conocido como Ktus.... es un joven guayaquileño cuya pasión por la fotografía y

HAZTE FAN



PATROCINADORES



Síguenos vía RSS

Figura N° 5.10.4-2 Página de interna del sitio web

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO



Figura N° 5.10.4-3 Menú y submenú del sitio web

The image shows a login form titled "ACCESO". It contains the following elements: a text input field for "Nombre de usuario", a text input field for "Contraseña", a checkbox labeled "Recordarme", a button labeled "Iniciar sesión", and two links: "¿Olvidó su contraseña?" and "Regístrese aquí".

Figura N° 5.10.4-4 Registro del sitio web

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Regístrate en Urbana Magazine!

Lun - 02 Ago | Escrito por Fred Luzuriaga

¿Quieres enviarnos artículos o enlaces relacionados con arte, cultura o diseño multimedia? Al registrarte en Urbana Magazine (módulo acceso, parte derecha) tendrás acceso a tu propio perfil de usuario y podrás redactar tus artículos y mandarnos enlaces para ser publicados en nuestro sitio. Tu nombre o nickname de tu elección aparecerá como colaborador en lo que nos envíes.

Figura N° 5.10.4-5 Registro del sitio web

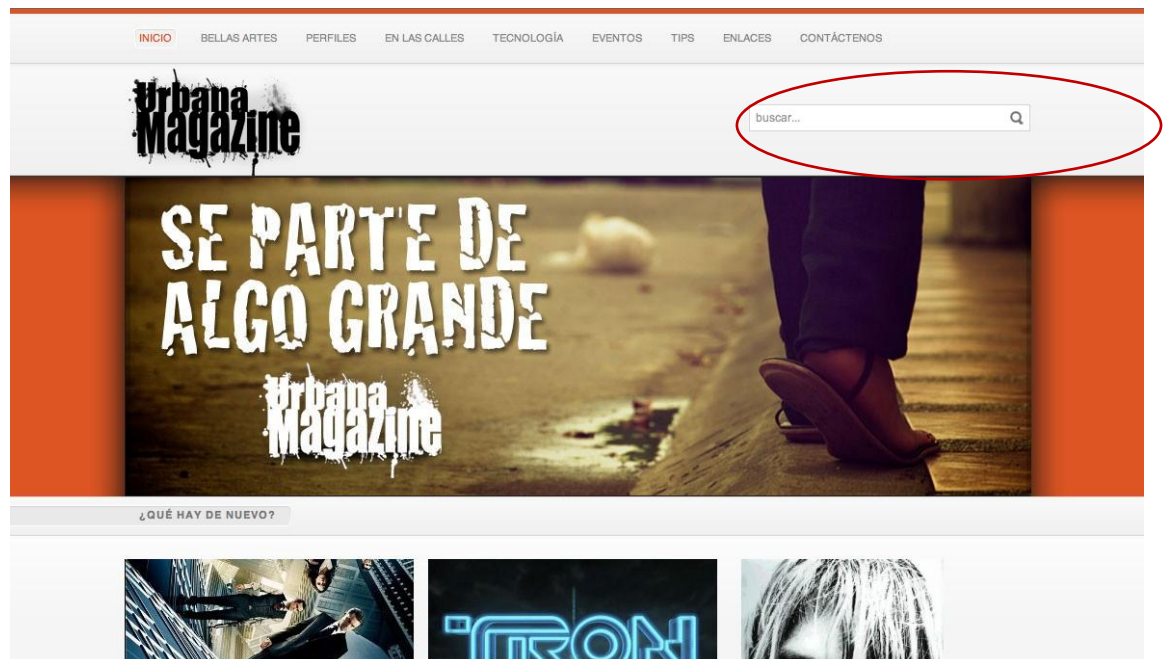


Figura N° 5.10.4-6 Buscador del sitio web

5.10.5 Selección de las herramientas software

- **Para el sistema:** Se optó por herramientas básicamente por ser software libre o gratuito. Además, con el uso de ellas podrán afrontarse todos los requisitos (no funcionales en general) planteados de la forma más satisfactoria posible.
 - Un Servidor Web: ampliamente usado y que permita una configuración segura y eficiente.
 - Un Sistema Gestor de Bases de Datos: ampliamente usado y que permita una buena integración con aplicaciones web.
 - Un Lenguaje de Programación: ampliamente usado en el desarrollo de aplicaciones web.

- **Para la aplicación:** Joomla es un Gestor de Contenidos (CMS) que permite crear portales web de manera relativamente rápida, sencilla y profesional. Además son muy configurables, por lo que se adaptan bien a futuras necesidades.

5.10.6 Tecnologías usadas

5.10.6.1 Joomla

Joomla Surge como el resultado de una bifurcación o mejora de Mambo, de la corporación Miro de Australia, quien mantenía la marca del nombre Mambo en esa época y el grupo principal de desarrolladores. Joomla nace con esta división el 17 de agosto de 2005. La corporación Miro formó una organización sin ánimo de lucro con el propósito inicial de fundar el proyecto y protegerlo de pleitos.

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

El grupo de desarrollo reclamó que muchas de las cláusulas de la estructura de la fundación fueron acuerdos previos hechos por el comité directivo de Mambo, el que no tiene la consultoría necesaria de quienes mantienen el proyecto e incluye cláusulas que violan los valores principales del código abierto. El grupo de desarrollo creó un sitio Web que se llamó OpenSourceMatters para distribuir información a los usuarios, desarrolladores, diseñadores Web y a la comunidad en general. En ese momento el líder Andrew Eddie, conocido como "MasterChief", escribió una carta abierta para la comunidad, que apareció en la sección de anuncios del foro público en mambo-server.com. Al siguiente día, 1000 personas ingresaron al sitio web opensourcematters.org para expresar su apoyo y estímulo por las acciones ejecutadas por el grupo de desarrollo.

El sitio web recibió un aviso de temporalmente fuera de servicio debido al excesivo tráfico. Este evento apareció en newsforge.com, eweek.com, y ZDnet.com. Peter Lamont CEO de Miro dio una respuesta en el artículo titulado "The Mambo Open Source Controversy - 20 Questions with Miro". Durante ese periodo de tiempo, Joomla se hizo más grande. El 1 de septiembre de 2005, el nuevo nombre, Joomla.

Joomla es un CMS (Sistema de gestión de contenidos) implementado en PHP y que usa, como gestor de bases de datos para el contenido, MySQL.

Se ha elegido este CMS para implementar el portal por varios motivos:

- El primero, permite, de forma sencilla, hacer una implementación rápida y elegante de un portal web.

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

- El segundo, por medio de la instalación de nuevos componentes, se le puede añadir una gran cantidad de funcionalidades.
- El tercero, permite una gestión del contenido basada en roles de usuario, de modo que ciertos perfiles de usuario tienen permiso para realizar determinadas acciones, mientras que el resto no.
- El cuarto, por medio de esos roles (cada uno en su medida) se permite una interacción muy grande entre la aplicación que se monte y el usuario, algo que es vital para la implementación de un portal, que básicamente su contenido dinámico serán noticias y artículos que van apareciendo.
- El quinto es por la cantidad de plantillas disponibles que hay para la personalización del portal.
- Finalmente, se ha escogido este CMS por la gran configurabilidad que hay de cara al administrador.

Además del contenido dinámico (principalmente noticias y artículos) que se ha mencionado, Joomla nos permite tener una serie de contenidos estáticos dentro del portal, dándole el aspecto de una página web convencional.

Debido a que es muy personalizable, podemos crear un portal que además de ser elegante, visualmente hablando, cumpla con todos los requisitos software que se nos plantearon y todo ello de forma que sea intuitivo, sencillo y agradable al usuario.

Básicamente se implementó el portal web básico con el que se podía crear noticias, registrar usuarios, contenido estático,

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

personalizar el portal, etc. y por medio de los plugins y componentes, se podrán añadir funcionalidades extra, como la posibilidad de añadir comentarios a noticias, calendarios, elementos visuales, gestores para subir contenido, etc.

De cara al administrador, se dispone de un panel (con acceso mediante contraseña) desde el que fácilmente se pueden modificar todos los aspectos del portal e incluso añadir o quitar componentes de éste.



Figura N° 5.10.6.1 Panel de Control de Joomla

5.10.6.2 Características de Joomla

- **Organización del sitio web:** Joomla está preparado para organizar eficientemente los contenidos de un sitio en secciones y categorías, lo que facilita la navegabilidad para los usuarios y permite crear una estructura sólida, ordenada y sencilla para los administradores. Desde el panel administrador de Joomla se puede crear, editar y borrar las secciones y categorías del sitio de la manera más conveniente.

**DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL
(E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

- **Publicación de Contenidos:** Se puede crear páginas ilimitadas y modificarlas desde un sencillo editor que permite formatear los textos con los estilos e imágenes deseados. Los contenidos son totalmente editables.
- **Escalabilidad e implementación de nuevas funcionalidades:** Ofrece la posibilidad de instalar, desinstalar y administrar componentes y módulos, que agregarán servicios de valor a los visitantes de su sitio web, por ejemplo: galerías de imágenes, foros, newsletters, clasificados, etc.
- **Administración de usuarios:** Se puede almacenar datos de usuarios registrados y también la posibilidad de enviar E-mails masivos a todos los usuarios. La administración de usuarios es jerárquica, y los distintos grupos de usuarios poseen diferentes niveles de facultades/permisos dentro de la gestión y administración del sitio.
- **Diseño y aspecto estético del sitio:** Es posible cambiar todo el aspecto del sitio web, gracias al sistema de templates que utiliza.
- **Navegación y menú:** Totalmente editables desde el panel administrador de Joomla.
- **Administrador de Imágenes:** Joomla posee una utilidad para subir imágenes al servidor y usarlas en todo el sitio.
- **Disposición de módulos modificable:** La posición de módulos puede acomodarse como se prefiera.
- **Encuestas:** Joomla posee un sistema de votaciones y encuestas dinámicas con resultados en barras porcentuales.

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

- **Feed de Noticias:** Tiene incorporado un sistema de sindicación de noticias por RSS/XMS de generación automática.
- **Publicidad:** Es posible hacer publicidad en el sitio usando el Administrador de Banners.
- **Estadísticas de visitas:** Con información de navegador, OS, y detalles de los documentos (páginas) más vistos.

5.10.6.3 Características de publicación de páginas web en Joomla

- **Automatización en la publicación:** Las páginas y documentos de Joomla pueden programarse con fecha de publicación y fecha de caducidad. Es decir un documento puede programarse para que se publique automáticamente al llegar una determinada fecha, y luego despublicarse también de forma automática en otra fecha.
- **Archivo e historial:** Las páginas viejas o publicaciones que hayan perdido vigencia pueden enviarse a un "archivo" de almacenamiento, sin necesidad de tener que borrarlas. Esto permite también dar la posibilidad a los navegantes de consultar artículos viejos o documentos anteriores en un historial.
- **Formatos de lectura:** Cada documento es generado automáticamente por Joomla en formato **PDF**, en **versión imprimible**, y en **XML**.
- **Envío por E-mail:** Los usuarios del sitio Joomla podrán enviar automáticamente a un amigo por email cada documento publicado.

- **Valoración de contenidos:** Los visitantes del sitio podrán votar la calidad de lo publicado.

5.10.6.4 Joomla! ¿Un sistema seguro?

En términos objetivos, nada que esté publicado en la web puede considerarse completamente seguro. Si han violado sistemas tan complejos como el de la Fuerza Aérea norteamericana, poco queda para el resto del contenido de internet.

Joomla es uno de los escasos CMS que cuenta con la suficiente participación activa como para generar soluciones precisas en el menor tiempo posible ante los bugs/vulnerabilidades que se vayan descubriendo.

5.10.6.5 Trabajando con Joomla

Es probable que sistemas más simples en su estructura exijan menos tiempo que Joomla para aprender a moldearlos. Sin embargo, para un desarrollador resulta muy atractiva la robustez en las funciones de una aplicación, ya que con ello se puede agregar más puntos de calidad integral a sus trabajos.

Está diseñado para ser instalado fácilmente, no es necesario ser un programador. La mayoría de los usuarios no tienen problemas para conseguir que funcione.

Una vez que se ha instalado y configurado, resulta muy sencillo para usuarios sin conocimientos técnicos el añadir o editar

contenido, subir imágenes, y gestionar los datos principales de su compañía u organización.

Mediante un navegador web se puede de publicar fácilmente artículos o noticias, gestionar páginas de personal, listados de trabajo, imágenes de productos, y crear una cantidad ilimitada de secciones o páginas de contenido para el sitio web a desarrollar.

5.10.7 PHP

PHP (Hypertext Pre-processor) es un lenguaje de programación interpretado (no se compila, sino que un intérprete lee línea a línea ejecutando las sentencias que encuentra), que se usa principalmente para la creación de aplicaciones Web.

PHP es lo que se denomina programación del lado del servidor, ya que el programa (contenido en un script) lo ejecuta el servidor (que contiene el intérprete de PHP) y envía el resultado de la ejecución al cliente. Por tanto, el cliente envía y recibe datos de la aplicación PHP sin necesidad de tener soporte alguno para dicha tecnología.

PHP permite una total integración con el servidor web Apache, de modo que nuestro servidor, por medio de módulos, puede interactuar con PHP para así ejecutar aplicaciones Web, enviando el resultado al cliente.

Además PHP tiene soporte completo para interactuar con el sistema gestor de bases de datos MySQL (por medio de otro módulo), por lo que entre los tres elementos citados (Apache, MySQL y PHP) tenemos el

soporte suficiente para crear aplicaciones Web robustas y además poder interactuar con los clientes (por medio del servidor Apache).

PHP es software libre (como todo lo que se ha venido usando en este proyecto) que además de dar soporte a la plataforma Windows también se lo da a otras como Linux o Mac OS. También tiene soporte para otros sistemas gestores de bases de datos como Oracle, pero debido a nuestras necesidades sólo usaremos el soporte con MySQL.

Finalmente se ha decidido usar PHP en vez de otras tecnologías similares, debido a que el CMS JOOMLA requiere PHP, ya que se ha implementado en dicho lenguaje.

Los pasos que realiza el intérprete de PHP en interacción con el servidor son los siguientes:

1. El navegador del cliente solicita una página de contenido PHP al servidor.
2. El servidor localiza dicha página y se la remite al intérprete de PHP para que este la traduzca.
3. El intérprete de PHP traduce el código PHP existente.
4. El intérprete de PHP devuelve al servidor la página como HTML.
5. El servidor devuelve el documento HTML al cliente.

El esquema de la siguiente página nos muestra de forma detallada como realiza sus el intérprete de PHP, dando respuesta a las peticiones que le realiza el servidor.

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

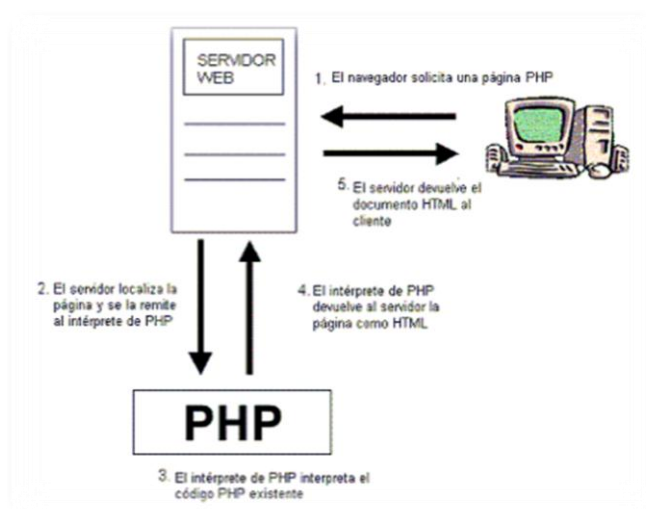


Figura N° 5.10.7 Diagrama del funcionamiento de PHP

5.10.8 MYSQL

MySQL es un gestor de bases de datos relacionales multiusuario y libre. Nos permite realizar todas las operaciones de un sistema gestor tanto a nivel local como de forma remota.

Es el más importante gestor de bases de datos relacionales de soporte Web. Por tanto, se convierte en una aplicación fundamental en un proyecto como el que se realizó.

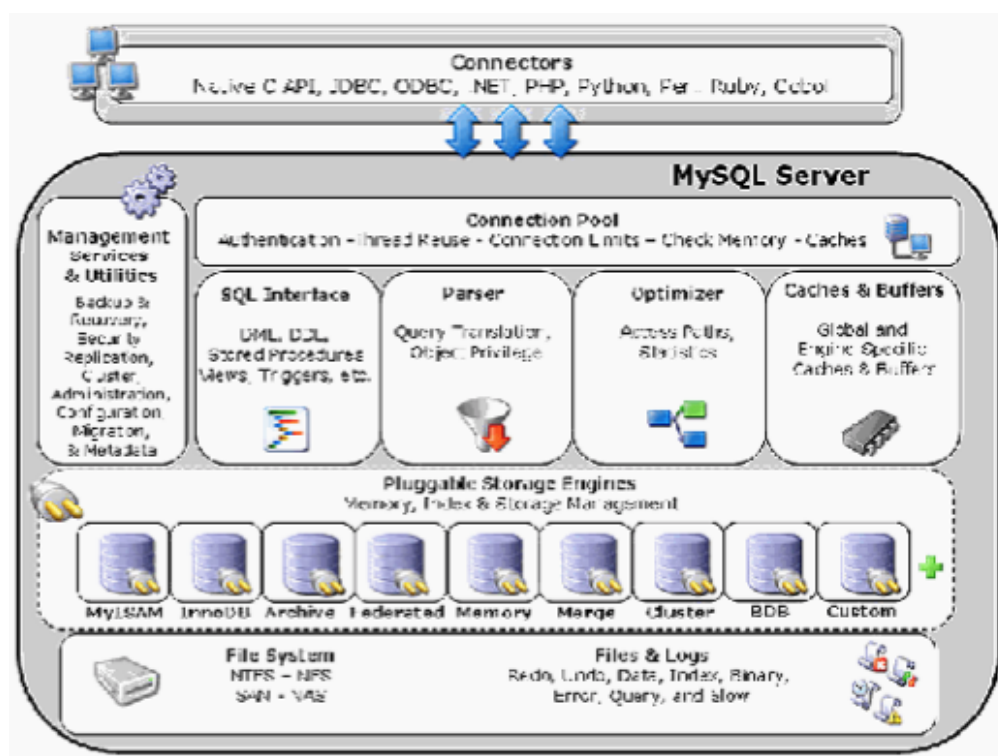
MySQL es multiusuario, requisito vital para nuestra futura aplicación y además es concurrente. Esto es importante ya que en general, habrá dos aplicaciones constantemente accediendo a la base de datos y además serán muchas versiones de estas apariciones.

Es un gestor mucho menos denso que otros existentes como Oracle, de modo que con una funcionalidad más limitada nos permite hacer ejecuciones mucho más rápidas y menos pesadas para el sistema. Por tanto lo convierten en ideal para este tipo de entornos.

Los principales motivos por los que se ha elegido este gestor de bases de datos son debidos a que la implementación del Portal Web se realizó con el CMS JOOMLA (que requiere MySQL para su instalación y uso). Además, este sistema de bases de datos tiene total compatibilidad con las tecnologías que se usan en este proyecto, tales como Apache y principalmente PHP.

MySQL ofrece la ventaja que tiene implementaciones para la gran mayoría de plataformas (entre ellas Linux, Windows y Mac OS).

El esquema nos muestra de forma detallada como está estructurado el Sistema Gestor de Base de Datos MySQL.



Cuadro N° 5.10.8 Esquema global MySQL

CAPÍTULO 6

6 METODOLOGÍA

6.1 Métodos de investigación

La investigación se realizó bajo el enfoque cualitativo, con técnicas de carácter documental basadas en trabajos de investigación, ponencias virtuales, páginas web y la experiencia personal de los autores.

Esta investigación es descriptiva, comprende la descripción, el registro, el análisis de diferentes medios usados para llegar a los resultados obtenidos, lo que ha hecho poner en marcha este proyecto, como por ejemplo las encuestas que se llevaron a cabo, con estos resultados y mediante otras investigaciones realizadas nos podemos percatar que no solo favorecemos directamente a un grupo objetivo con este proyecto si no a cualquiera que ingrese a la web sea que pertenezca o no al grupo al cual va dirigido el sitio.

6.2 Técnicas de investigación

Esta tesis utiliza un estudio por encuesta, ya que tienen como objetivo directo la observación de fuente directa y los datos manejados proceden de manifestaciones verbales o escritas de los sujetos observados, por ello el método principal de la recolección de información que se utilizó en el estudio previo al desarrollo de este proyecto fue la encuesta, sea que haya sido realizada por los autores o por terceros.

Esta técnica es muy útil cuando se necesita información sobre una gran

variedad de comportamientos de un mismo sujeto cuya observación directa.

También se utilizó la técnica de observación para realizar un estudio de la competencia o sitios similares como blogs y determinar sus puntos más fuertes y los más débiles.

6.3 Encuestas e Interpretación de los datos

Este proyecto se apoyó en estudios de mercado, realizando encuestas tanto a personas del medio como personas que no están involucradas con el tema de la revista.

A continuación se presenta la encuesta y sus resultados, la cual fue más detallada y específica que la anterior, la cual nos sirvió para orientar el tema de nuestra tesis y saber qué tipo de e-zine prefieren la mayoría de los encuestados, cabe recalcar que algunas de las preguntas tenían opciones de respuestas múltiples, ya que pedir una sola respuesta por parte de los encuestados no nos daría resultados esperados ni reales, los encuestados comprenden un grupo diverso, es decir, que muchos de ellos realizan actividades totalmente diferentes a las relacionadas con la revista.

6.3.1 Encuesta

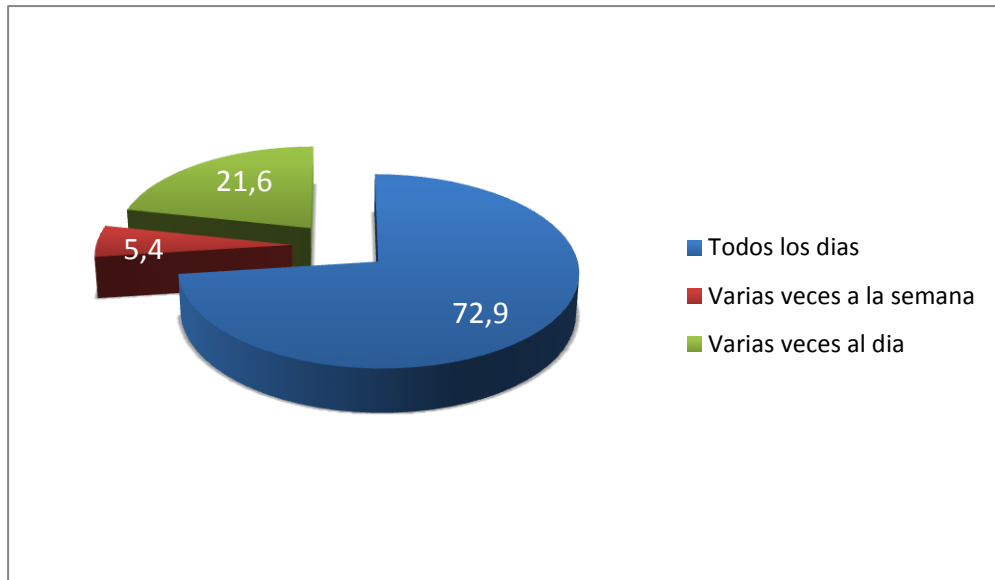
POR FAVOR PONGAN UNA X A LA DO DE SU RESPUESTA	
1. ¿Con que frecuencia usa internet?	
	Todos o casi todos los días
	Una vez al mes
	Un par de veces al mes
	Varias veces a la semana
	Varias veces al día
2. ¿Qué tiempo utilizan internet al día?	
	Menos de 15 minutos
	15 - 30 minutos
	30 min - 1 hora
	1 - 2 horas
	2 - 4 horas
	4 - 8 horas
3. ¿Con qué fin mayoritario acceden a internet?	
	Fines laborales o profesionales
	Actividades académicas
	Para tener información sobre temas de interés
	Para comunicarse con otros usuarios
	Por diversión u ocio
4. ¿Qué tipos de sitios web frecuenta?	

**DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL
(E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

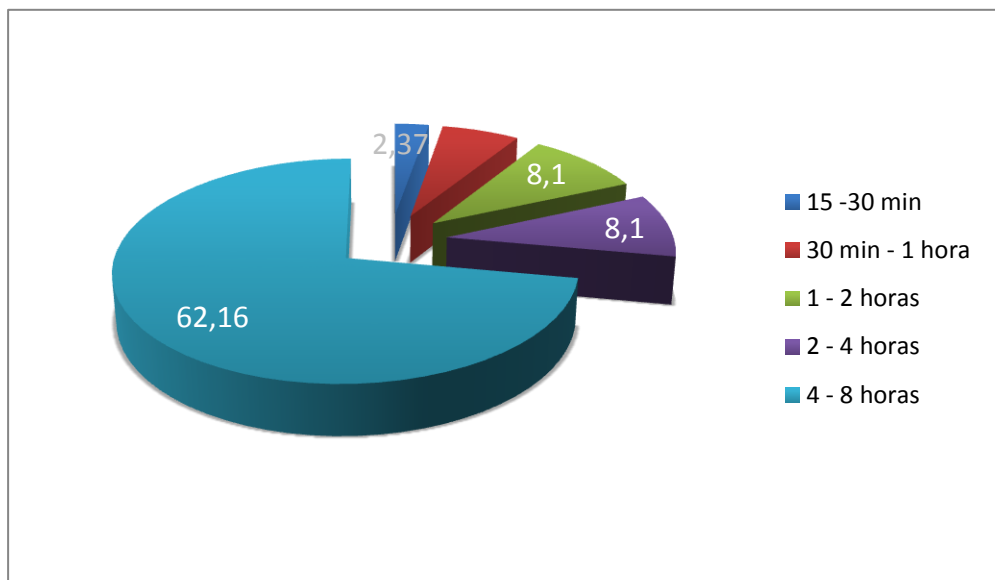
Correos electrónicos
Buscadores (google, altavista, etc)
Sitios gratuitos de redes sociales (facebook, hi5 etc...)
Sitios para compartir videos (youtube, justin tv, etc...)
Periódicos
Portales de revistas
Blogs de temas específicos
Portales de venta y compra de artículos
Otros....(especifique)
5. ¿Qué tipo de portales son los que más visita?
Juegos
Tecnología
Ciencia
Moda, belleza o farándula
Arte
Diseño
Medicina
Política
Deportes
Publicidad
Otros...(especifique)
6. ¿Qué aspectos toma en cuenta al ingresar a un sitio web que más frecuenta?
Información
Diseño
Fácil de usar
Animaciones
Otros (especifique)

6.3.2 Resultados

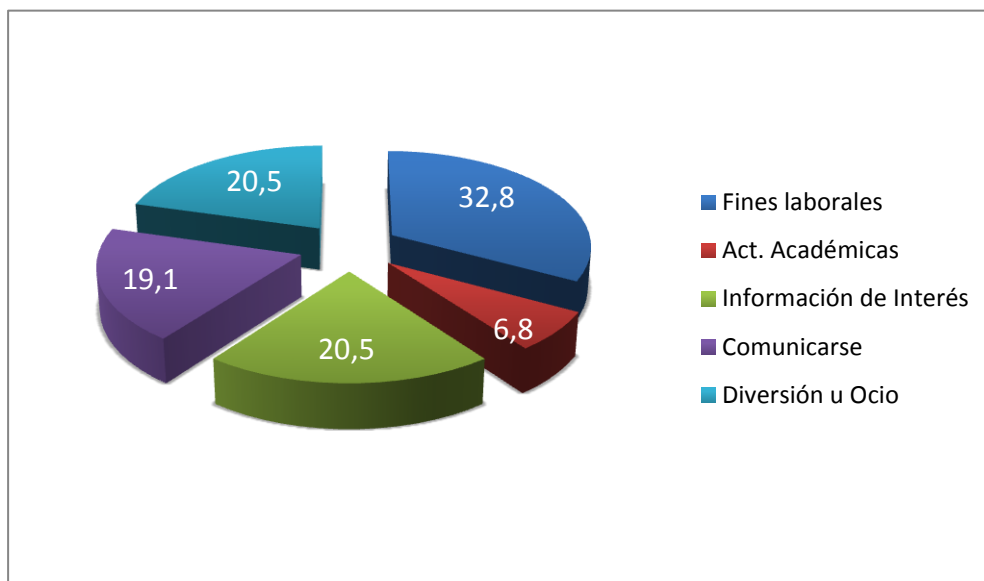
1. ¿Con qué frecuencia usa internet?



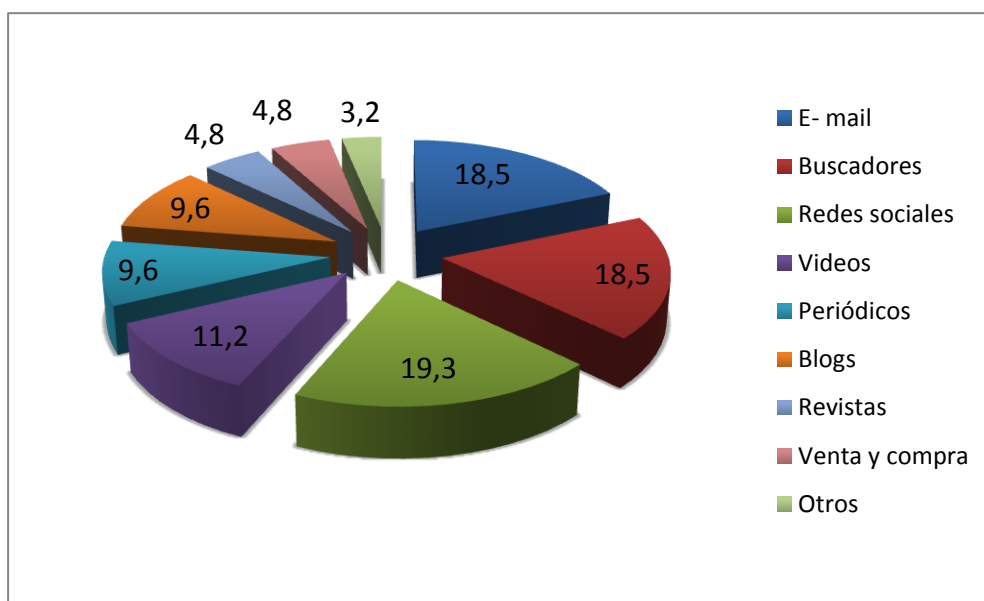
2. ¿Qué tiempo utilizan internet al día?



3. ¿Con qué fin mayoritario acceden a internet?

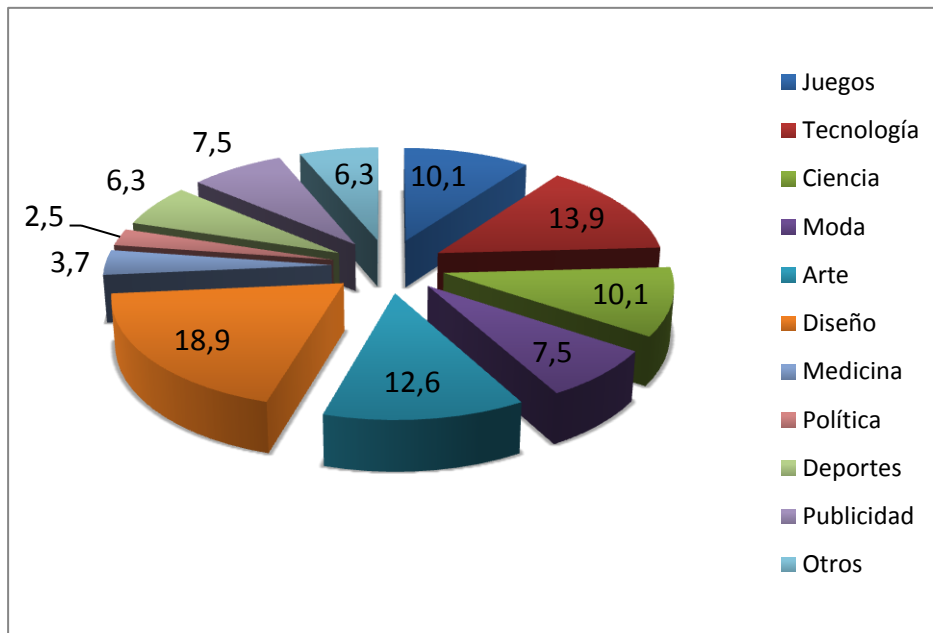


4. ¿Qué tipos de sitios web frecuenta?



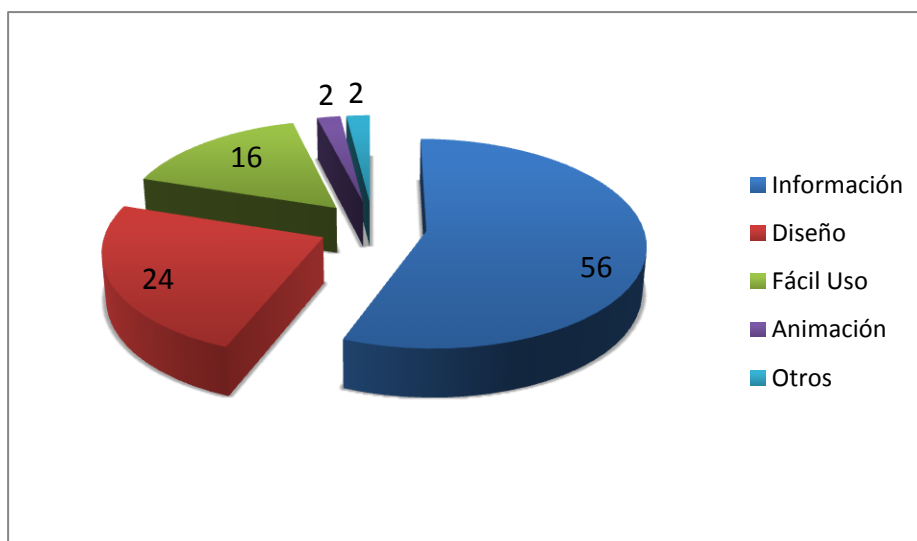
En otros podemos encontrar sitios bancarios, descarga de música y tutoriales.

5. ¿Qué tipo de portales son los que más visita?



En otros tenemos sitios como FDA, Aerolíneas, CTG, sitios de religión, TV, cine, noticias e historia.

6. ¿Qué aspectos toma en cuenta al ingresar a un sitio web que más frecuenta?



En otros tenemos que no sea una web aburrida.

6.1.3 Análisis de resultados

Según las repuestas obtenidas, se puede afirmar que, en efecto existe una gran cantidad de posibles usuarios, ya que todos poseen fácil y regular acceso a internet y les interesan diversos temas culturales como artes, diseño y comunicación, promoviendo el crecimiento de estos sitios.

CAPÍTULO 7

7 IMPLEMENTACIÓN DEL SITIO WEB

7.1 Desarrollo del Sitio Web

7.1.1 Implementación

Primero se tratan los aspectos de configuración de los diferentes elementos que componen el sistema. Es, por tanto, la parte con la que conseguimos dejar un sistema listo para poder implementar el sitio.

Como se ha mencionado anteriormente en otros capítulos, se ha usado Joomla y extensiones del mismo para la implementación de la aplicación web en lugar de crear una nueva desde cero, ya que estas aplicaciones de libre distribución son lo suficientemente potentes y están adecuadamente testeadas como para poder ofrecer un resultado mucho más adecuado para el sitio que cualquier implementación propia que se realizará para un proyecto, pues la implementación de un sistema similar excedería, y con mucho, los límites de este proyecto.

La implementación del sitio realizado con Joomla no es suficiente para satisfacer el cumplimiento íntegro de todos los requisitos funcionales, por lo que recurrimos a los componentes. Los componentes son pequeños programa PHP que se integran dentro del portal para así facilitarnos nuevas funciones con las que dar solución a todos los requerimientos planteados.

7.1.1.1 Instalación de Joomla

Antes de cualquier operación sobre el CMS JOOMLA debemos instalarlo y tomar en cuenta los siguientes puntos:

1. Se debe definir los aspectos relacionados con la base de datos, así como el nombre del servidor, especificaremos "localhost", ya que es ese el nombre de nuestro servidor MySQL.
2. Establecemos cómo queremos que se llame la Web. Esto será el título HTML que tendrá la ventana del navegador.
3. Expresamos los parámetros de acceso a nuestro servidor (que puede ser mediante la IP o mediante un nombre de dominio), también referenciamos la ruta física dentro de nuestro sistema del espacio web, y por último los datos del administrador, como son el email o correo electrónico, y finalmente, la contraseña o "password".
4. Para el último paso, la página nos dará el aviso de que debemos eliminar el directorio "C:\AppServ\www\Installation\".

7.1.1.2 Acceso al Panel de Control de Joomla

Para acceder al panel de administración de JOOMLA, desde el que generaremos todo el sitio, se debe escribir en el navegador "http://www.urbana-magazine/.administrator/", a continuación, nos pedirá el nombre de usuario y la contraseña (dicho usuario debe tener permisos como administrador para poder entrar en el panel).

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO



Figura N° 7.1.1.2 Acceso al administrador de Joomla

En la parte superior, se muestra un menú con las diferentes opciones de configuración, pero la inmensa mayoría de las opciones de confirmación están en los iconos centrales de configuración.



Figura N° 7.1.1.2 Panel de control de Joomla

7.1.1.3 Menú

Para generar el menú del sitio debemos ir a Menús y seleccionamos Gestor de Menú.

Hay cuatro menús por defecto, aunque se pueden añadir más si se desea, los cuatro menús existentes son:

- mainmenu: sirve para generar el menú de navegación del portal Es el más importante de todos.
- othermenu: este tipo de menú no se ha usado en la implementación.
- topmenu: sirve para definir el menú que se mostrará en la parte superior del portal.
- usermenu: este menú es un menú adicional (al mainmenu) que sólo se mostrará a aquellos navegantes que estén autenticados en el sistema.

Para generar el contenido de los menús, vamos a crear el mainmenu (Menú principal), para ingresar al gestor del menú.

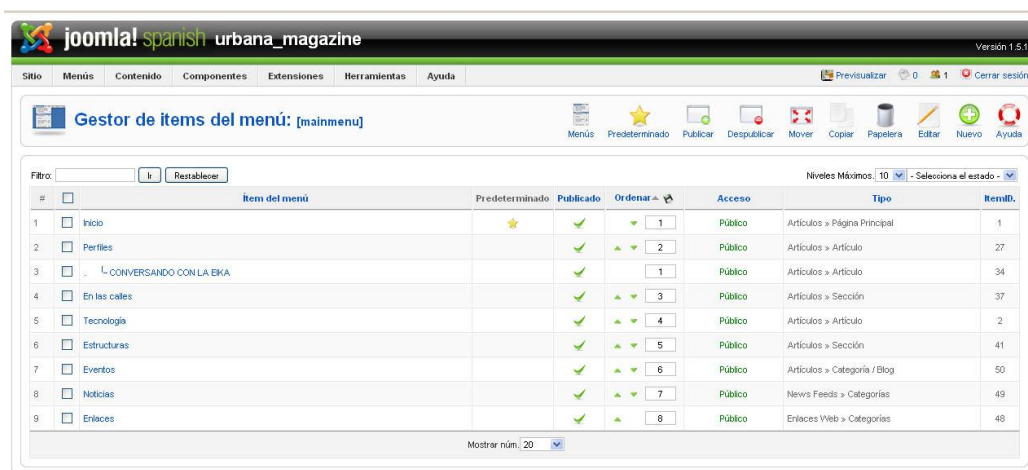


Figura N° 7.1.1.3 Gestor de Ítem del menú principal

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

En el menú principal, se pueden crear menús y varios niveles de submenús. En esta pantalla, una vez creados los elementos, se eligen básicamente los elementos que son públicos (aquellos que son visibles) y algo muy importante: el orden en que aparecerán los elementos en el menú. Por defecto, este menú tiene creado el acceso a Inicio y éste ha de ocupar siempre la primera posición.

Para crear nuevos elementos del menú, damos en el botón Nuevo.



Figura N° 7.1.1.3 Nuevo Ítem Menú

Lo primero es elegir es el tipo de contenido que referenciará nuestro enlace: si se enlaza con una sección, con una categoría, con una URL, con un contenido estático o con un componente en cuestión.

Por tanto, creamos los enlaces principales del menú apuntando al tipo de componente exacto al que referenciarán en este caso tomaremos como ejemplo un artículo.

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

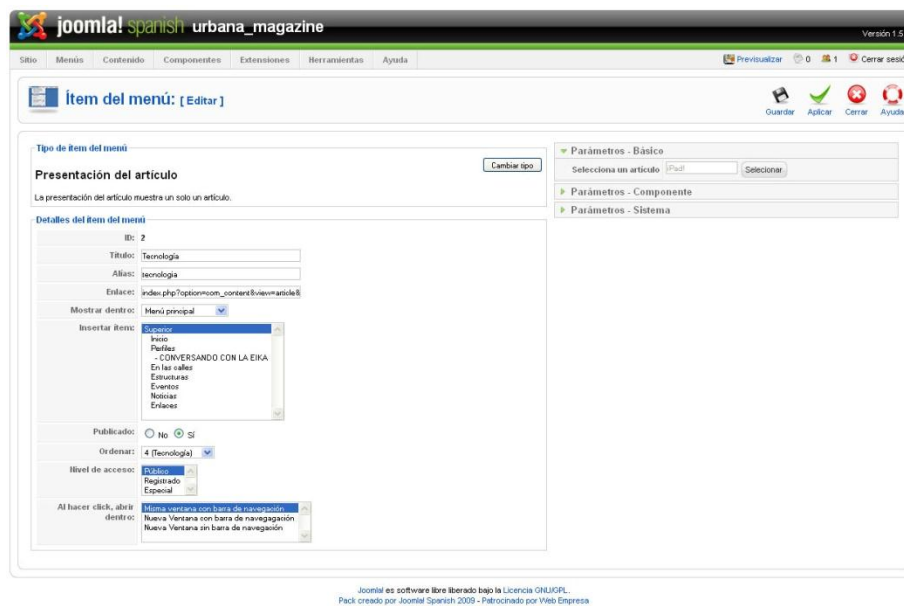


Figura N° 7.1.1.3 Creación de artículo del menú

Primero, se selecciona el nombre del elemento del menú. A continuación, la categoría en cuestión que referenciará (esto variaría de tratarse de un enlace con otro tipo de contenido). Luego, se define el artículo padre. Esto es muy importante, porque sirve para definir los submenús. Si escogemos Superior el elemento será principal y aparecerá en el menú, si se escoge otro elemento de la lista, entonces el elemento que creamos será un elemento hijo del seleccionado y se mostrará desplegando el menú. Al final, se selecciona la visibilidad del elemento.

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

7.1.1.4 Secciones

Para generar las secciones del sitio, debemos ir a Gestor de Secciones y pulsar en nueva.

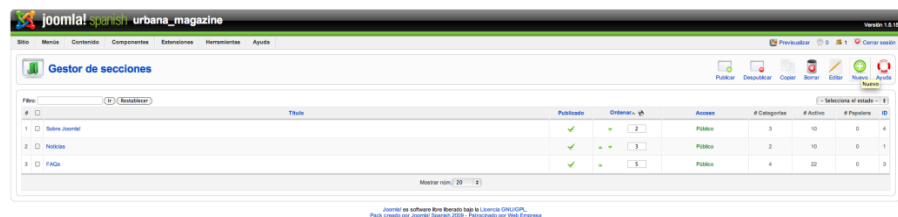


Figura N° 7.1.1.4-1 Pantalla de Gestor de Secciones

De las opciones que se ven con las tres secciones creadas es importante destacar el orden, aunque aquí no es importante, generalmente, describirá la precedencia de los contenidos que se muestren.

En la columna de publicada, podemos elegir entre dejarla publicada (accesible) o deshabilitarla para que nadie pueda acceder a ella.

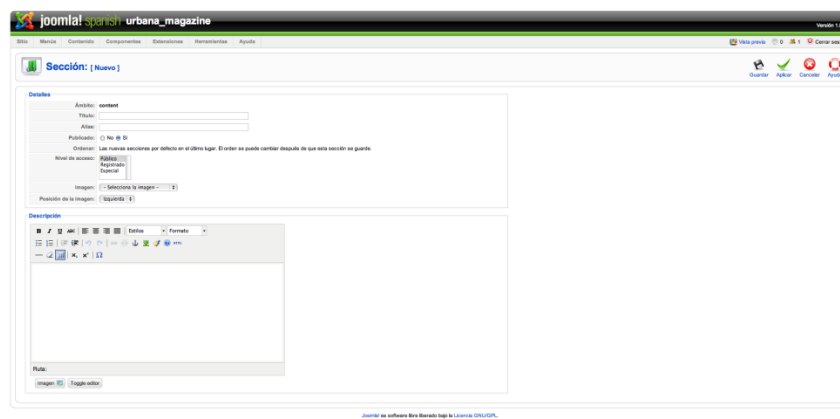


Figura N° 7.1.1.4-2 Pantalla de Editor de Secciones

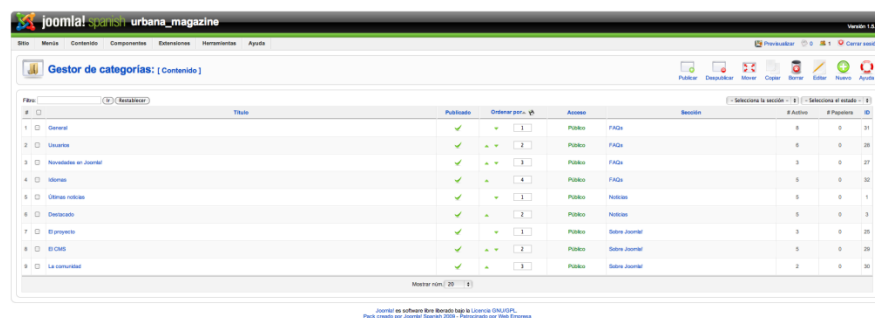
DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Para crear una sección, definimos su título, el nombre de la sección y adjuntar, si queremos, un HTML con el editor que servirá de resumen de la sección.

Es importante destacar el Nivel de acceso, que se repetirá mucho durante la generación del portal: “Public” es que todo el mundo podrá ver esa sección, “Registered” que sólo usuarios registrados podrán ver la sección y, finalmente, “Special” que define que sólo usuarios con capacidad de edición (publicadores y administradores) tendrán acceso a dicha sección.

7.1.1.5 Categorías

Para generar categorías, vamos al ícono de Gestor de Categorías desde donde podremos crear y administrarlas, al igual que las secciones.



#	Titulo	Publicado	Ordenar por: v	Acceso	Sección	# Artículos	# Páginas
1	General	✓	3	Publico	FADu	8	31
2	Usuarios	✓	2	Publico	FADu	6	28
3	Noticias en español	✓	3	Publico	FADu	3	27
4	Módulos	✓	4	Publico	FADu	5	20
5	Opiniones	✓	3	Publico	Noticias	6	1
6	Dedicado	✓	2	Publico	Noticias	5	3
7	El proyecto	✓	3	Publico	Subsección	3	25
8	El CMS	✓	2	Publico	Subsección	5	25
9	La comunidad	✓	3	Publico	Subsección	2	20

Figura N° 7.1.1.5-1 Pantalla de Gestor de Categorías

Las categorías son divisiones de las secciones, de modo que toda categoría que se crea deberá colgar de una sección ya definida.

Pulsaremos en Nueva para crear una categoría.

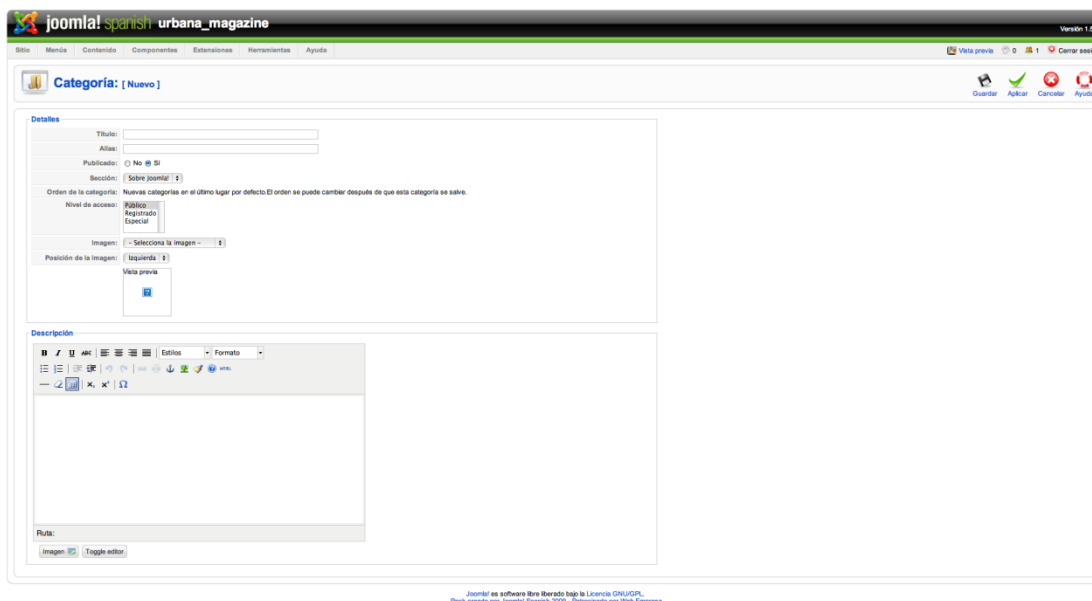


Figura N° 7.1.1.5-2 Pantalla de Editor de Categorías

La creación de una categoría es idéntica en todos los aspectos a lo ya mencionado en las secciones, sólo que aquí hay que expresar a qué sección pertenece la categoría que estamos creando.

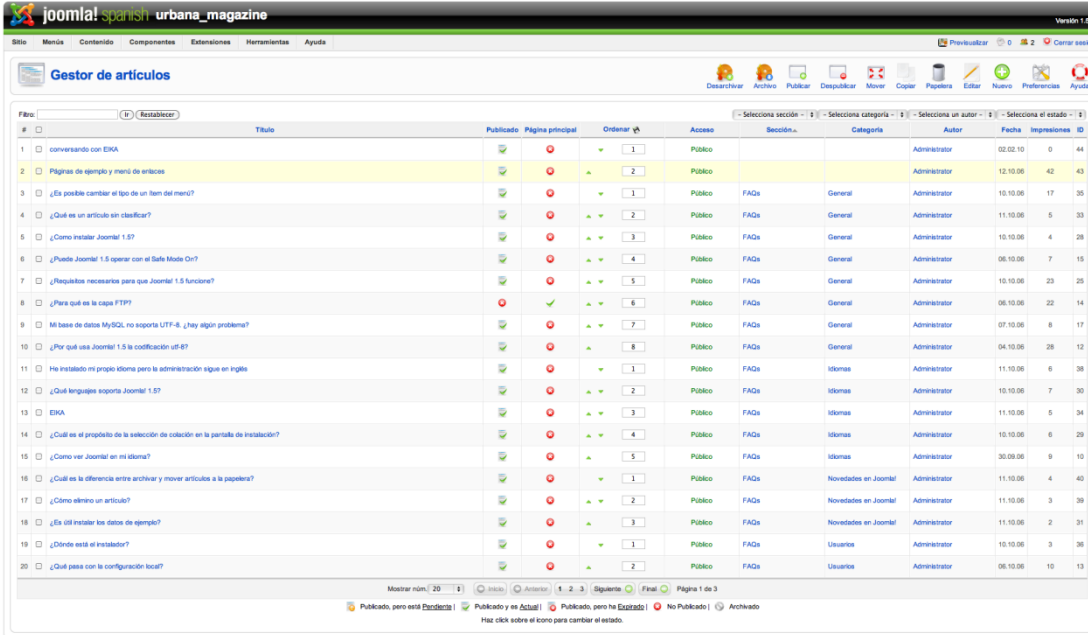
Como las categorías son divisiones de las secciones, servirán para organizar el contenido del sitio (tanto dinámico como estático), ya que todo contenido debe estar enmarcado en su correspondiente categoría.

7.1.1.6 Artículos

A través del Gestor de Artículos (también desde Añadir un nuevo artículo), podemos generar contenido dinámico para el portal.

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Es importante destacar que en esta sección es donde están presentes todos los contenidos dinámicos del portal. La referencia de una nueva columna en la “Página de inicio”, permite que el artículo en cuestión aparezca en la página de inicio del portal (esto tiene su propia sección de configuración).



The screenshot displays the Joomla! article manager interface. At the top, there is a navigation bar with 'Gestor de artículos' and various utility icons. Below this is a table listing 20 articles. The table has columns for '#', 'Titulo', 'Publicado', 'Página principal', 'Ordenar', 'Acceso', 'Sección', 'Categoría', 'Autor', 'Fecha', 'Impresiones', and 'ID'. The first two rows are highlighted in yellow. The table is followed by a legend for article states and a footer with the Joomla! license information.

#	Titulo	Publicado	Página principal	Ordenar	Acceso	Sección	Categoría	Autor	Fecha	Impresiones	ID
1	conversando con EKA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	Público			Administrador	02.02.10	0	44
2	Páginas de ejemplo y menú de enlaces	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	Público			Administrador	12.10.06	42	43
3	¿Es posible cambiar el tipo de un ítem del menú?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	Público	FAQs	General	Administrador	10.10.06	17	35
4	¿Cuál es un artículo sin clasificar?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	Público	FAQs	General	Administrador	11.10.06	5	33
5	¿Cómo instalar Joomla! 1.5?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3	Público	FAQs	General	Administrador	10.10.06	4	28
6	¿Puede Joomla! 1.5 operar con el Safe Mode On?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4	Público	FAQs	General	Administrador	06.10.06	7	15
7	¿Requisitos necesarios para que Joomla! 1.5 funcione?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5	Público	FAQs	General	Administrador	10.10.06	23	25
8	¿Para qué es la capa FTP?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	6	Público	FAQs	General	Administrador	06.10.06	22	14
9	Mi base de datos MySQL no soporta UTF-8. ¿Hay algún problema?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7	Público	FAQs	General	Administrador	07.10.06	6	17
10	¿Por qué usa Joomla! 1.5 la codificación utf-8?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8	Público	FAQs	General	Administrador	04.10.06	28	12
11	He instalado mi propio idioma para la administración sigue en inglés	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	Público	FAQs	Idiomas	Administrador	11.10.06	6	38
12	¿Qué lenguajes soporta Joomla! 1.5?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	Público	FAQs	Idiomas	Administrador	10.10.06	7	30
13	EKA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3	Público	FAQs	Idiomas	Administrador	11.10.06	5	34
14	¿Cuál es el propósito de la selección de colección en la pantalla de instalación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4	Público	FAQs	Idiomas	Administrador	10.10.06	6	29
15	¿Cómo ver Joomla! en mi idioma?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5	Público	FAQs	Idiomas	Administrador	30.09.06	9	10
16	¿Cuál es la diferencia entre archivar y mover artículos a la papelera?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	Público	FAQs	Noticias en Joomla!	Administrador	11.10.06	4	40
17	¿Cómo elimino un artículo?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	Público	FAQs	Noticias en Joomla!	Administrador	11.10.06	3	39
18	¿Es útil instalar los datos de ejemplo?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3	Público	FAQs	Noticias en Joomla!	Administrador	11.10.06	2	31
19	¿Dónde está el instalador?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	Público	FAQs	Usuarios	Administrador	10.10.06	3	36
20	¿Qué pasa con la configuración local?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	Público	FAQs	Usuarios	Administrador	06.10.06	10	13

Figura N° 7.1.1.6-1 Pantalla de Gestor de Artículos

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Para crear un artículo se debe hacer clic en Nuevo e ingresar al editor.

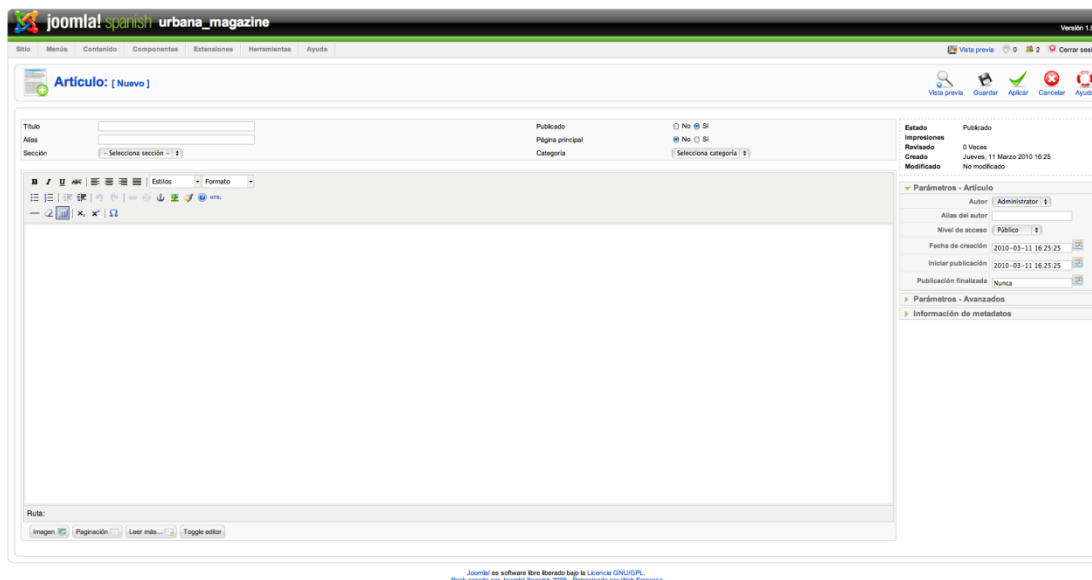


Figura N° 7.1.1.6-2 Pantalla de Editor de Artículos

En la pestaña de Parámetros del contenido, tenemos un número importante de opciones que describirán cómo se verá el artículo en sí una vez publicado.

- Título página: Sirve para ver el título del artículo en la página.
- Nombre de la sección: sirve para mostrar o no la sección a la que pertenece este artículo.
- Nombre de la categoría enlazado: sirve para que el nombre de la categoría sea un enlace a la propia categoría en sí.

**DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL
(E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

▼ Parámetros - Artículo	
Autor	Administrator 
Alias del autor	<input type="text"/>
Nivel de acceso	Público 
Fecha de creación	2010-03-11 16:25:25 
Iniciar publicación	2010-03-11 16:25:25 
Publicación finalizada	Nunca 

▶ **Parámetros - Avanzados**

▶ **Información de metadatos**

Figura N° 7.1.1.6-3 Pantalla de Editor de Artículos – Parámetros Artículos

► Parámetros - Artículo	
▼ Parámetros - Avanzados	
Muestra el título	Usa el valor global ⇅
Título enlazable	Usa el valor global ⇅
Texto de introducción	Usa el valor global ⇅
Nombre de la sección	Usa el valor global ⇅
Título de la sección enlazable	Usa el valor global ⇅
Título de la categoría	Usa el valor global ⇅
Título de la categoría enlazable	Usa el valor global ⇅
Valoración de artículos	Usa el valor global ⇅
Nombre del autor	Usa el valor global ⇅
Creado en fecha y hora	Usa el valor global ⇅
Modificado en fecha y hora	Usa el valor global ⇅
Icono PDF	Usa el valor global ⇅
Icono imprimir	Usa el valor global ⇅
Icono e-mail	Usa el valor global ⇅
Idioma del contenido	- Selecciona idioma - ⇅
Clave de referencia	<input type="text"/>
El texto alternativo del Leer más:	<input type="text"/>
► Información de metadatos	

Figura N° 7.1.1.6-4 Pantalla de Editor de Artículos – Parámetros Avanzados

El resto de opciones pueden establecerse con varios parámetros: Usar global significa que se aplicarán las configuraciones globales a este contenido, Esconder significa

que no se mostrará la opción en cuestión y Mostrar que sí se mostrará.

De este modo, añadimos los artículos que deseemos al sitio, aunque la forma más habitual es que los editores y publicadores sean quienes se encarguen de añadir este contenido dinámico, pero eso no se trata en la sección de implementación del portal.

En la pestaña Publicación se puede expresar directamente que rango de visibilidad tendrá el artículo.

7.1.1.7 Página de Inicio

En el Gestor de la Página de Inicio, podemos administrar el contenido dinámico que previamente se añadió en su sección a la página de inicio.

Nuevamente debemos seleccionar el orden en el que aparecen los artículos presentes y esta vez es importantísimo, ya que ahora, en la portada, se nos mostrarán los artículos con el orden que aquí quede establecido. También se puede dejar el contenido sin publicar temporalmente, por lo que no aparecerá en la página de inicio.

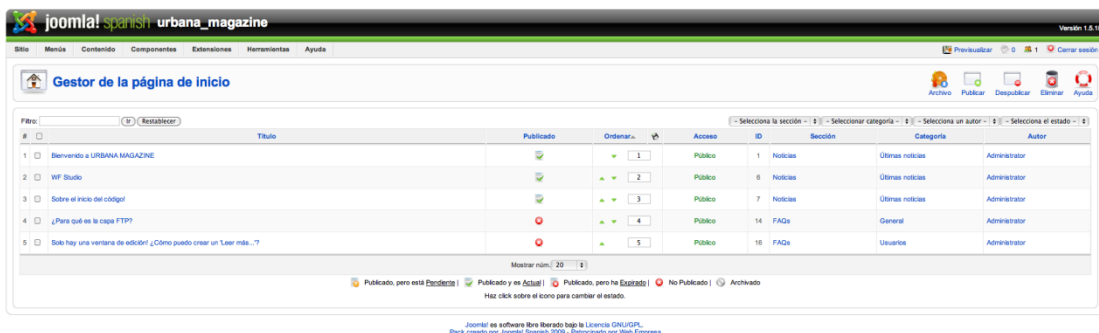


Figura N° 7.1.1.7-1 Gestor de la página de Inicio

7.1.1.8 Apariencia

Para la apariencia del sitio usamos el Gestor de Plantillas > Plantillas del sitio, podemos cambiar el template del sistema por otro nuevo que hayamos adquirido de internet.

Para instalar una nueva plantilla, pulsamos en el botón Nuevo y seguimos los mismos pasos que para instalar un nuevo componente.

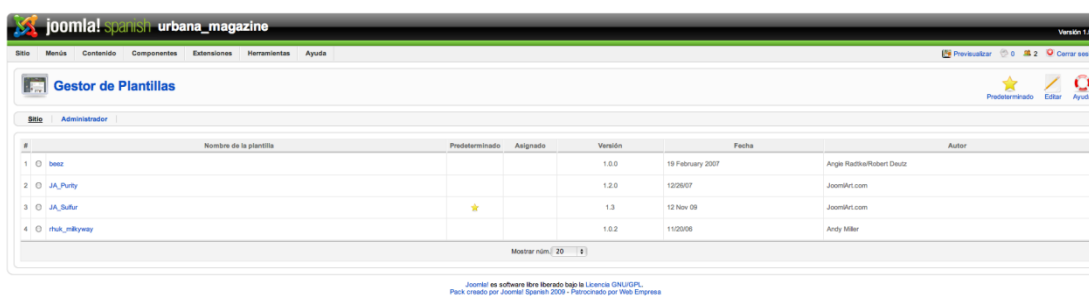


Figura N° 7.1.1.8-1 Gestor de Plantillas

Las plantillas son las que otorgan al portal su apariencia. En el caso de nuestra revista seleccionamos una que se amolde a nuestras necesidades visuales.

Existen otros dos botones importantes en esta sección, que son el de CSS y el de HTML, que sirven para editar la hoja de estilos del tema y su código fuente, respectivamente, operación que habrá que realizar para personalizar el portal hasta conseguir la apariencia deseada.

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

7.1.1.9 Disposición de los elementos

Para decidir qué elementos aparecerán en nuestro sitio como funcionalidades que rodean al contenido y en qué posición aparecerán, usaremos la opción Gestor de Módulos.

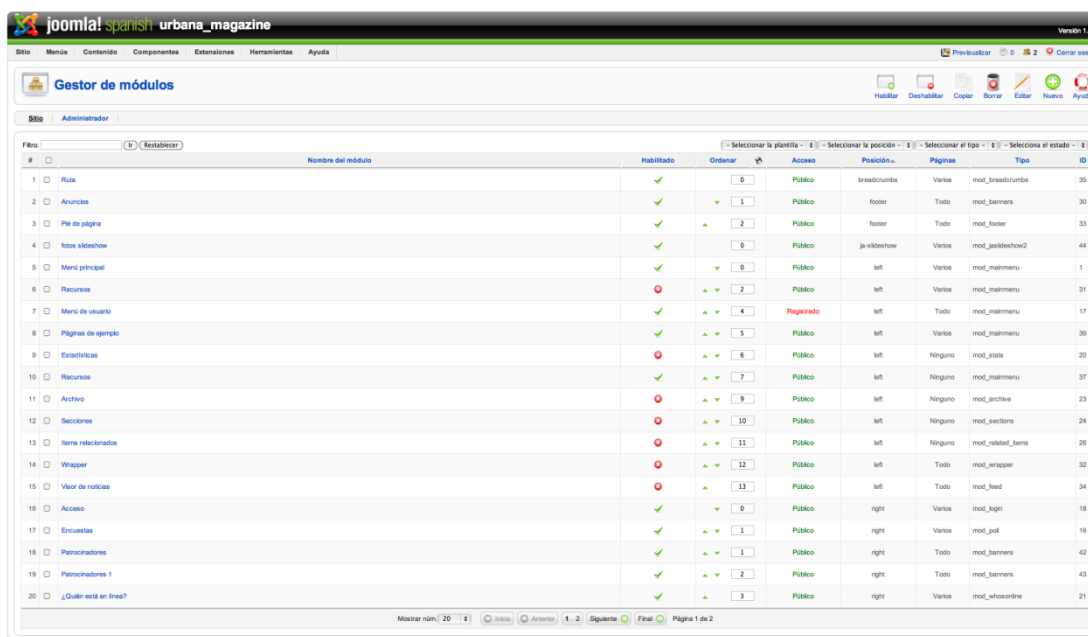


Figura N° 7.1.1.9-1 Gestor de Módulos – Colocación de elementos

Aquí se muestran todos los módulos y componentes que trae Joomla por defecto y aquellos que hemos instalado posteriormente.

En la columna de publicado, elegiremos los elementos que queremos que aparezcan y en qué posición, seleccionaremos la posición relativa que queremos que ocupe el elemento en esa posición.

En esa pantalla también seleccionamos qué visibilidad le queremos dar al elemento en cuestión. Por ejemplo, si es para todo el mundo o sólo para usuarios registrados. Con esto, se logró que la revista adquiriera el formato deseado y finalizamos además la implementación de nuestro sitio.

7.1.2 Publicación

El siguiente paso fue la publicación del sitio en la web, para lo cual se contrató un servicio de alojamiento web (hosting), que sirve para estar online las 24 horas del día, todo el año.

Como se ha mencionado en capítulos anteriores, al trabajar con Joomla se tuvo que crear un “sitio” donde alojar el administrador, en un principio se trabajó con un template default de Joomla, pero se vio la necesidad de adquirir otro que cumpliera con los requisitos básicos del sitio, el cual sería modificado a nuestras necesidades por medio de programación.

7.2 Testing De La Aplicación Web

7.2.1 Testing de la aplicación

Es sumamente importante comprobar la viabilidad de todas las instalaciones y configuraciones por medio de pruebas exhaustiva que contemplen varios aspectos: primero, que garantice el funcionamiento adecuado de los elementos de la pre-configuración, como el servidor web, luego, necesitamos testear el adecuado funcionamiento del portal, tanto a nivel de usuario como de administrador.

A continuación detallaremos brevemente los test que realizamos para asegurarnos del funcionamiento del sitio.

- **Prueba 1: Navegación por el sitio.**

Comprobamos que se puede navegar perfectamente por las diferentes aplicaciones web implementadas en el sistema. Esto demuestra también que los servidores funcionan adecuadamente.

- **Prueba 2: Registro de usuarios.**

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

- Comprobamos que podemos registrar usuarios, y que los mismos son reportados al nuevo usuario a su correo electrónico.

REGISTRO

Nombre: wendy *

Nombre de usuario: wendytha83 *

E-mail: wendytha83@hotmail.com *

Contraseña: ***** *

Verifique su contraseña: ***** *

Los campos marcado con un asterisco (*) son obligatorios

Registrese

YOU ARE HERE:

Figura N° 7.2.1.-1 Registro de Usuario

Se ha creado su cuenta y se ha enviado un enlace de activación a la dirección e-mail que nos ha proporcionado. Deberá activar su cuenta haciendo clic en el enlace antes de poder acceder al sitio.

BIENVENIDOS A LA PORTADA

Bienvenido a URBANA MAGAZINE
Jue - 12 Oct | Escrito por Administrator

Cuadro N° 8.1.2 Registro Exitoso de Usuario

urbana_magazine 22:23
Detalles de la cuenta de w...

Elisava Comunic... 22:02
ELISAVA_Postgrau en Diss...

Facebook 21:41
Chinaxis Gaby Salazar ha c...

Facebook 21:40
Hector D. Cedenro ha come...

Facebook 21:35
Chinaxis Gaby Salazar etiqu...

Camara de Com... 21:17
La organizacion mundial de...

Carlos Terreros 21:06
RE: SEMINARIOS-JUNIO

Vanessa Andrade 20:49
RE: RV: Software de Syste...

Facebook 20:08
Dianay Victor Zavala ha co...

Facebook 19:55
Sandra Vásquez etiquetó u...

Facebook 18:01

Responder Responder a todos Reenviar

Detalles de la cuenta de wendy en urbana_magazine

De: urbana_magazine (omega_fred@hotmail.com)
Este mensaje puede ser peligroso. Más información

Enviado: jueves, 11 de marzo de 2010 22:23:55

Para: wendytha83@hotmail.com

Hola wendy,

Gracias por registrarse en urbana_magazine. Su cuenta fue creada y debe ser activada antes de que pueda utilizarla.
Para activarla haga clic en el siguiente enlace o cópielo y póngalo en la barra de url de su navegador:
http://broome.directrouter.com/~urbanama/urbana_magazine/joomla/index.php?option=com_user&task=activate&activation=e37d8a380d1e28c07ecf3f17b0ef4935a

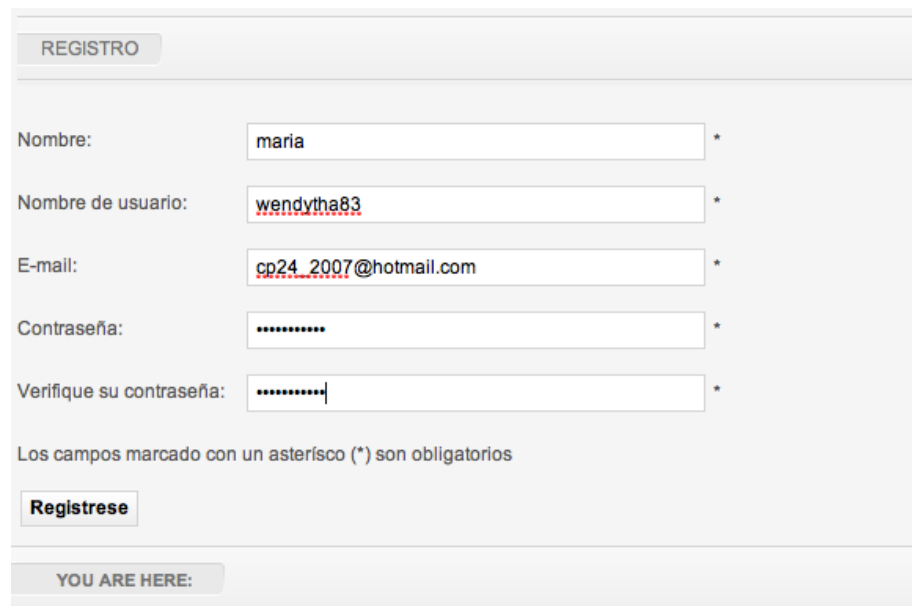
Después de activar su cuenta podrá acceder a http://broome.directrouter.com/~urbanama/urbana_magazine/joomla/ utilizando los siguientes datos:

Nombre de usuario - wendytha83
Contraseña - holagordos

Figura N° 7.2.1.-2 Comprobación de Registro Exitoso de Usuario

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

- Comprobamos también, que se cumplen las reglas de registro de usuarios, tales como que no haya e-mails de usuarios repetidos en el sistema, que nadie tiene nombres de usuario prohibidos (como admin, por ejemplo).



REGISTRO

Nombre: *

Nombre de usuario: *

E-mail: *

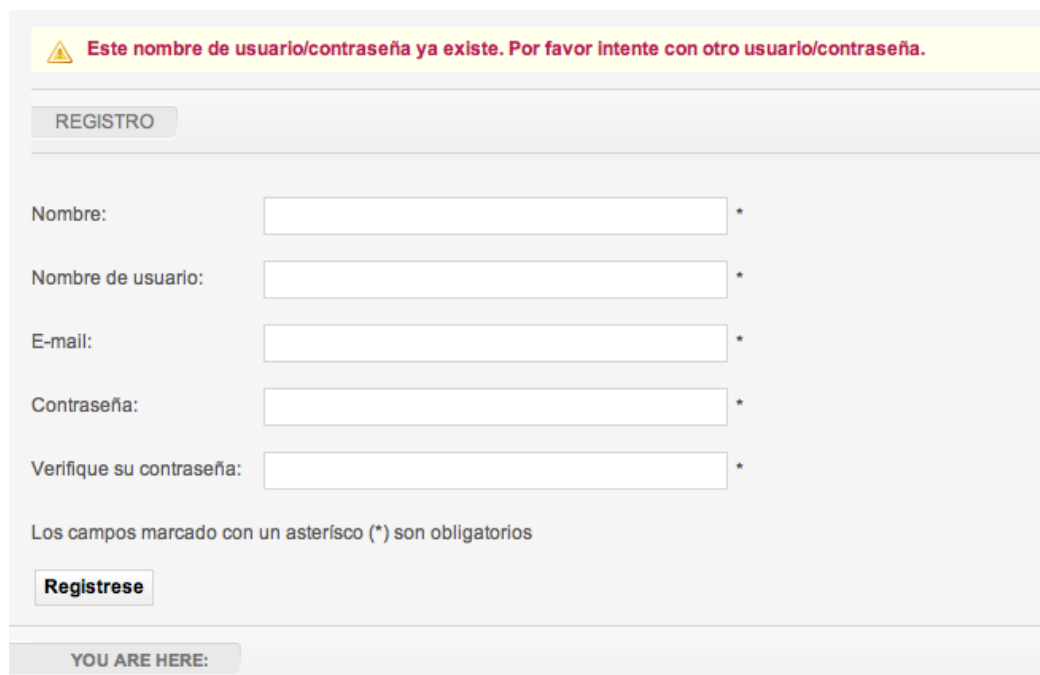
Contraseña: *

Verifique su contraseña: *

Los campos marcado con un asterisco (*) son obligatorios

YOU ARE HERE:

Figura N° 7.2.1.-3 Incorrecto Nombre de Usuario



Este nombre de usuario/contraseña ya existe. Por favor intente con otro usuario/contraseña.

REGISTRO

Nombre: *

Nombre de usuario: *

E-mail: *

Contraseña: *

Verifique su contraseña: *

Los campos marcado con un asterisco (*) son obligatorios

YOU ARE HERE:

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Figura N° 7.2.1.-4 Incorrecto Nombre de Usuario

The screenshot shows a registration form titled "REGISTRO". It contains five input fields, each followed by an asterisk (*):

- Nombre: *
- Nombre de usuario: *
- E-mail: *
- Contraseña: *
- Verifique su contraseña: *

Below the fields, a note states: "Los campos marcado con un asterisco (*) son obligatorios". At the bottom of the form is a button labeled "Registrese".

At the very bottom of the page, there is a breadcrumb trail: "YOU ARE HERE:".

Figura N° 7.2.1.-5 Incorrecto Correo electrónico

The screenshot shows a registration form titled "REGISTRO" with a yellow error message at the top: "⚠ Esta cuenta de correo ya está registrada. Si olvidó su contraseña, haga clic en "Recuperar contraseña" y le será enviada una nueva contraseña".

The form contains five input fields, each followed by an asterisk (*):

- Nombre: *
- Nombre de usuario: *
- E-mail: *
- Contraseña: *
- Verifique su contraseña: *

Below the fields, a note states: "Los campos marcado con un asterisco (*) son obligatorios". At the bottom of the form is a button labeled "Registrese".

At the very bottom of the page, there is a breadcrumb trail: "YOU ARE HERE:".

Figura N° 7.2.1.-6 Incorrecto Correo electrónico

- **Prueba 3: Comprobaciones sobre el contenido.**
Comprueba que el administrador, pueden crear, modificar y eliminar, el contenido dinámico y estático presente en el sitio.
- **Prueba 4: Menús del sitio.**
Comprobamos que el administrador puede generar todo tipo de menús, hacer modificaciones sobre ellos, cambiar sus posiciones y definir la visibilidad.
- **Prueba 5: Creación de secciones y categorías.**
Comprobamos que el administrador puede manejar las diferentes secciones del sitio (crear, eliminar y modificar) y también que puede gestionar las distintas categorías adscritas a alguna de las secciones existentes. En caso de no haber secciones, no se permite generar nuevas categorías.
- **Prueba 6: Distribución del contenido.**
Comprobamos que el administrador puede decidir qué contenido aparece en la página principal y también la disposición que cada elemento tendrá en dicha página.
- **Prueba 7: Noticias.**
Comprobamos que el administrador puede generar todo tipo de noticias, hacer modificaciones sobre ellos, cambiar sus posiciones y definir la visibilidad.
- **Prueba 8: Cambio de apariencia del sitio.**
Comprobamos que el administrador del puede cambiar la apariencia de la aplicación con nuevas plantillas de diseño.
- **Prueba 9: Administración de Usuarios.**
Comprobamos que el administrador puede cambiar el perfil con el que se crearán las nuevas cuentas de usuarios y que puede asignar el perfil, por defecto, con el que se registrarán nuevos usuarios.

CAPÍTULO 8

8 PUBLICIDAD DEL SITIO

8.1.1 Promoción

Diseñar un sitio web es tan sólo el comienzo. Atraer la atención hacia el sitio, incrementar el tráfico, generar prospectos y atraer más usuarios es la clave en Internet.

Un punto clave para este proyecto son las alianzas estratégicas con empresas u organizaciones que apoyen y organicen eventos artísticos, culturales y relacionados al medio al que la estamos dirigiendo, a más de mostrar reportajes de interés en los géneros tratados, entrevistas y artículos que sirvan de soporte para los lectores aprovechando al máximo la internet como fuente de recursos de información y conocimientos compartidos a escala mundial y al ser un medio masivo, será fácil que cualquier persona en cualquier parte del mundo tenga acceso a la revista, teniendo visitantes frecuentes todos los días. Por este motivo para nos centramos en contenidos diferenciadores, servicios, diseño, condiciones de accesibilidad y usabilidad, etc., que crean nuestro propio espacio dentro de la red.

El proceso de integración de las tecnologías de Internet con la promoción o publicidad de un nuevo sitio se compone por lo general de las siguientes etapas:

- Definición de una estrategia para tener presencia en la red.
- Definición de un plan de marketing por Internet.
- Posicionamiento en motores de búsqueda.
- Promoción del Sitio Web.
- Análisis de tráfico.
- Estrategias de posicionamiento específico.
- Optimización de contenido.
- Programa continuo de mantenimiento.
- Optimización de contenido y facilidades del sitio para impulsar acciones.

En el caso particular de este sitio, queremos que los usuarios entren en acción al visitar la web. Muchos sitios logran tener un tráfico respetable, pero pocos pueden asegurar que sus visitantes están en efecto respondiendo a los mensajes y estímulos contenidos en el sitio. Todo esto dependerá en buena medida de cuándo haya iniciado el proceso, qué tantos recursos haya asignado al proyecto y qué tan comprometido está el equipo de trabajo en lograr buenos resultados.

El primer gran desafío fue convencer a empresarios y ejecutivos de romper la inercia y comprometerse a tener presencia en el Web.

Dependiendo de la temática del sitio, de las características del programa de marketing, y obviamente del presupuesto asignado al proyecto, se seleccionaron diversos medios para la promoción del sitio, haciendo una mezcla apropiada de los siguientes recursos:

1. Posicionamiento en buscadores

Una de las técnicas más efectivas, que ha sido sumamente desaprovechada, es la promoción de Sitios Web vía posicionamiento en motores de búsqueda. En promedio ocho de

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

cada diez visitas provienen de una búsqueda en estos search engines.

2. E-mail marketing

El Email marketing es al igual que la promoción vía posicionamiento en motores de búsqueda, una de las formas más efectivas de promoción y sumamente económica, solo es necesario enviar una volante por email a una base de datos seleccionada.

3. Vínculos con otros sitios del mismo sector

El visitante ideal es una persona que ha sido previamente filtrado, es decir que llega al sitio tras haber ingresado algunos parámetros de búsqueda o haber visitado otro sitio dentro del medio en que nuestro sitio también se encuentra. Por lo mismo, fue importante realizar las negociaciones correspondientes con sitios de reconocido prestigio dentro del mismo medio con el propósito de intercambiar vínculos.



Figura N° 8.1.1.-1 Publicidad sitio Ecuador virtual

4. Documentos impresos

Para dar a conocer de forma más directa nuestro sitio, se considera necesario apoyarnos de material impreso, tales como volantes, stickers, posters, etc. En especial para dirigirse a un grupo más joven como son estudiantes universitarios dentro de las áreas de la web, ya que muchas veces encontrar el sitio por medio de otros vínculos suele demorar un poco más que al tener el nombre de la web en las manos de los usuarios, además esta es una forma de mostrar nuestro logo y que se queda la imagen en el ojo de nuestros futuros usuarios.



Figura N° 8.1.1.-2 sticker

5. Banners publicitarios

Los banners publicitarios son aquellas animaciones gráficas que aparecen en las páginas Web invitándolo a visitar un sitio. Los banners efectivos son costosos y por lo mismo están reservados para los grandes corporativos internacionales que pueden pagar un espacio publicitario en portales de reconocido prestigio con altos niveles de tráfico.

Sin embargo los banners serán el apoyo para obtener ganancias, con las cuales se podrá mantener el sitio y poder pagar a

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

fotógrafos, redactores, programadores, etc., por medio de venta de espacios dentro del sitio.



Figura N° 8.1.1.-3 Banner de patrocinadores

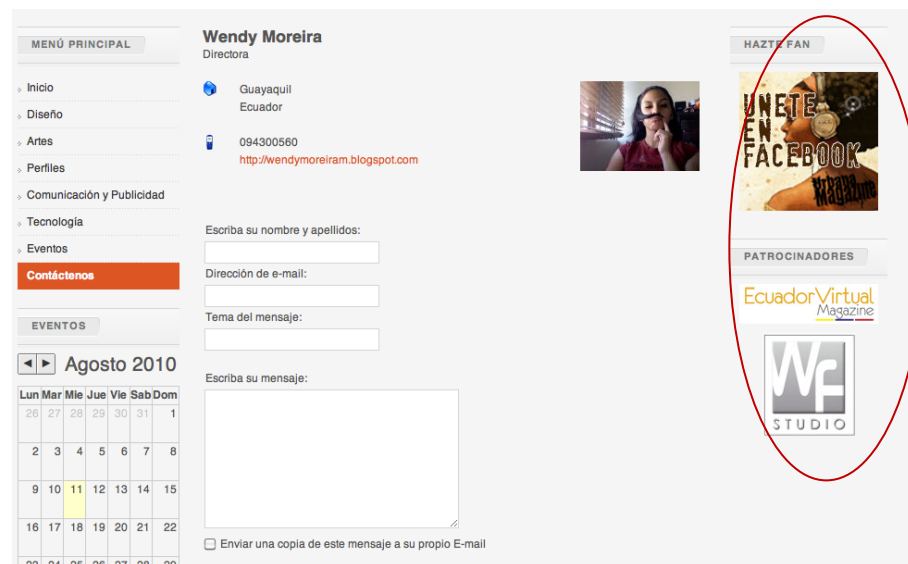


Figura N° 8.1.1.-4 Banner de patrocinadores

8.2 REQUERIMIENTOS

8.2.1 REQUERIMIENTOS DE HARDWARE

Para el desarrollo de este proyecto se tuvieron los siguientes requerimientos básicos a nivel de herramientas tecnológicas y equipo de trabajo.

Cantidad	Detalle
2 Computadoras MAC	Desarrollo de Gráficos y desarrollo de la imagen de la revista
2 Computadoras PC	Desarrollo del sitio Web y programación
1 Cámara de fotos semiprofesional	Realizar tomas fotográficas y mantenerlas en formato digital
1 CD Writer	Llevar a formato digital el material final.
1 grabadora	Grabar encuestas y entrevistas

TABLA N° 8.2.1 - 1

8.2.2 REQUERIMIENTOS DE SOFTWARE

Herramienta	Detalle
Joomla	Administrador del sitio
Adobe Photoshop	Retoque y procesamiento de imágenes.
Aperture	Retoque de fotos

TABLA N° 8.2.2 - 1

8.2.3 REQUERIMIENTOS OPERATIVOS

Grupo de desarrollo

Cantidad	Detalle	Integrantes
1 Director de Proyecto	Supervisar y coordinar la ejecución del proyecto y controlar aspectos técnicos.	Ing. Daniel Ullauri
2 Investigador/	Investigar temas a tratarse dentro de la revista	Fred Luzuriaga Wendy Moreira
3 Redactores	Redactar artículos	Fred Luzuriaga Wendy Moreira Lcdo. Félix Peláez
1 Diseñadores	Realizar el entorno gráfico correspondiente al proyecto.	Wendy Moreira.
1 Programador	Estructuración del sitio web	Fred Luzuriaga

TABLA N° 8.2.3 - 1

8.2.4 Grupo de apoyo

Cantidad	Detalle
Redactor Creativo	Revisará que los artículos a presentar sean claros, concisos, originales y guarde relación con el grupo objetivo (público en general).
1 Fotógrafo	Cubrir fotos de Eventos y entrevistas
1 Entrevistador	Realizar las entrevistas y cubrir eventos

TABLA N° 8.2.4 - 1

CAPÍTULO 9

9 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Fase 1: Desarrollo de la idea de la revista

El primer paso es comprobar la viabilidad de la idea, para ello se realizaron investigaciones que nos sirvan de apoyo para poder desarrollar el proyecto, esta investigación incluye:

- a. **Público objetivo de la revista.** Audiencia que se aspira alcanzar, su número, segmentos de preferencia, etc.
- b. **Pre diseño.** Establecer la línea de la revista, contenidos, estilo y presentación que se adapta mejor al público. Es decir establecer las intenciones de fondo que inspirarán a la publicación y que guiarán su desarrollo a lo largo del tiempo. Además las prioridades informativas de la revista y el estilo general (noticioso, analítico, etc.).
- c. **Posición de la revista en el mercado.** Incluye los elementos motivadores para la creación de la nueva publicación, público objetivo, análisis comparativo y elementos innovadores.
- d. **Contenidos.** Descripción de las secciones y suplementos, su estructura, ritmo y orden, determinar los temas que se van a tratar y realizar las entrevistas y artículos correspondientes a cada sección.

Fase 2: Análisis de los requisitos de software

En esta fase se analizaron los requerimientos para determinar lo que se iba a realizar exactamente.

1. Analizar requisitos funcionales: Aquí se hará el estudio sobre las necesidades "funcionales" que necesitan. Todo aquello que sea motivo de ejecutarse en la aplicación.
2. Analizar requisitos no funcionales: Aquí se analizan todas las necesidades que van a hacer que los requisitos funcionales se puedan ejecutar. Aspectos como la organización, la seguridad y temas similares.

Fase 3: Elección de las tecnologías

En esta fase se ha analizado qué herramientas se iban a usar para acometer el proyecto, herramientas de configuración del sistema y herramientas para implementar las aplicaciones en sí.

1. Elección de tecnologías para el sistema: Aquí se trató el apartado de qué elementos usar para configurar un sistema que pudiera albergar de forma seguras servidores y aplicaciones web. Por tanto, se escogieron: el sistema operativo a usar, los distintos tipos de servidores, el gestor de bases de datos y todo sistema necesario para crear la base del proyecto.
2. Elección de tecnologías para las aplicaciones: En esta fase se trató que tecnologías usar para la creación de las aplicaciones. Finalmente, se decidió el uso de CMS sobre todo por su relación calidad de la aplicación / tiempo de desarrollo.

Fase 4: Aprendizaje de las tecnologías

En esta fase se hizo la recopilación y estudio del material referente al uso de todas las tecnologías que iban a ser usadas para el desarrollo del proyecto.

1. Aprendizaje de tecnologías del sistema: En este apartado se realizó el aprendizaje de todas las tecnologías necesarias para configurar el sistema.
2. Aprendizaje de CMS: En esta sub-fase se acometió el familiarizarse con los CMSJoomla. El aprender a usar estos CMS es relativamente sencillo para gente habituada a manejar distintos sistemas informáticos y, además, la documentación oficial disponible en los diferentes sitios oficiales, en gran medida, a realizar un aprendizaje rápido.

Aunque en este caso se contaba con un conocimiento básico previo como editor más no como administrador.

Fase 5: Configuración de las tecnologías

En esta fase se trató todo lo relacionado con la configuración del sistema (nada relacionado con las aplicaciones web).

1. Configuración de los servidores: Aquí se acometió la configuración del servidor web acorde a las necesidades planteadas.

Fase 6: Diseño de la revista

En este caso es importante mencionar que se utilizó un template o plantilla, por lo cual solo se realizaron modificaciones.

1. Diseño gráfico: En esta sección se realizó un diseño gráfico de cómo deberían quedar las aplicaciones cumpliendo con todos los requerimientos planteados. Esto es útil para poder tener una idea del resultado final.
2. Modificación de la ubicación de módulos mediante PHP.
3. Creación del logo de la revista.

Fase 7: Pre implementación

Este hito marca el final del proceso de diseño de la aplicación, de manera que todo lo que se haga a continuación tenga que ver con la implementación de las aplicaciones.

Fase 8: Implementación

En esta fase se acometió la implementación del portal mediante el CMS JOOMLA.

1. Implementación del portal: En esta sub-fase se trató el desarrollo del portal con el gestor de contenidos JOOMLA. Se trata más bien de una implementación básica dejándolo todo listo, pero sin profundizar demasiado en configuraciones específicas.

Fase 9: Configuración de las aplicaciones

En esta fase se acometió la configuración exhaustiva del portal y del foro para que las aplicaciones cumplieran con lo analizado en las primeras fases del proyecto.

1. Configuración del portal: Aquí se trató la configuración pormenorizada de todos los complementos del portal, que eran necesarios para satisfacer todos los requisitos planteados.

Fase 10: Pruebas y correcciones

En esta fase se hicieron todas las pruebas necesarias para garantizar la funcionalidad de todo lo implementado y configurado.

1. Pruebas del sistema: En esta sub-fase se realizaron las pruebas que garantizaron el adecuado funcionamiento de los servidores del sistema.
2. Pruebas de las aplicaciones: Aquí se garantizó el adecuado funcionamiento de todo el proceso típico de uso de las aplicaciones, tratando los temas de usuarios y administradores.

CAPÍTULO 10

10 VIABILIDAD Y VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

10.1 Viabilidad

Los autores consideran que el desarrollo del tema propuesto es factible de ser llevado a cabo, considerando los siguientes aspectos.

10.1.1 Funcionalidad

En base a los conocimientos adquiridos por los autores de este trabajo, es posible considerar que el proyecto es factible en su aspecto técnico.

La implementación de la revista electrónica, se basa en desarrollos open source existentes. La documentación en estos elementos es amplia por lo que sumado a los conocimientos previos hemos podido implementar un sitio web totalmente funcional para el tema planteado.

10.1.2 Costo

El proyecto ha sido económicamente factible debido a que la investigación se realizó sobre fuentes de información y publicaciones disponibles en internet, las cuales se caracterizan por ser gratuitas.

La implementación del sitio fue programada sobre entornos, proyectos y servicios open source y gratuitos, a pesar del costo de su template original el cual no es de un costo elevado.

Si bien el proyecto no posee apoyo económico de terceros, la inversión principal fue el tiempo dedicado a su desarrollo.

10.1.3 Beneficios

Como se mencionó anteriormente, el trabajo se realizó para que los usuarios puedan tener acceso a la información sobre diversas opciones culturales, por medio del internet, ayudando a promover y a informar sobre arte, diseño y comunicación en la ciudad y el país y lograr tener un número significativo de visitas, por medio de estrategias publicitarias de bajo costo pero de alto impacto en nuestro medio y gran alcance a nivel mundial, de esta forma abrir las puertas a artistas y profesionales del medio para poder darse a conocer tanto el país como en el extranjero.

10.2 Verificación de la hipótesis

Al final de esta investigación, es posible considerar que se ha alcanzado a cumplir con la hipótesis planteada anteriormente.

Una revista electrónica (e-zine) donde todos tienen acceso a la información sobre diversas opciones culturales, por medio de un medio masivo como es el internet, ayudará a promover y a informar sobre arte, diseño y comunicación en la ciudad y el país y logrará tener un número significativo de visitas, por medio de estrategias publicitarias de bajo costo pero de alto impacto en nuestro medio y gran alcance a nivel mundial.

**DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL
(E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Se cumple con las variable mencionadas en el capítulo 2, ya que se logró crear una revista electrónica donde todos tienen acceso a la información, la cual cuenta con información cultural , creada y presentada totalmente en internet, es una revista que no solo informa, si no, que promueve personajes del medio y da a conocer más de nuestra ciudad y de nuestro país y como hemos mencionado a lo largo de este escrito, el internet es el medio de comunicación de mayor acceso por lo tanto el número de visitas desde la primera publicación de la revista hasta la fecha ha ido incrementando considerablemente a tan solo un mes de su aparición.

Podemos afirmar que hemos alcanzado una solución efectiva al problema planteado y que además es un beneficio para todos los usuarios que ingresan a sitio, así como también a aquellos que exponemos y por supuesto una forma de dar a conocer de forma cultural a nuestra ciudad y nuestro país.

CONCLUSIONES

La investigación y el proyecto correspondiente realizado, se ha llevado a cabo con éxito durante el tiempo de desarrollo, se ha cumplido en cubrir las necesidades expuestas, se ha cumplido con un diseño adecuado para el sitio presentado y con la correcta publicidad, dando a conocer a la revista en tan corto tiempo, contando ya con seguidores desde la primera semana de aparición en la web.

En cuanto al aspecto técnico, se puede decir, que los CMS son una herramienta potente y sencillas que permiten generación y gestión de contenidos de forma rápida y profesional, por tanto Joomla en una aplicación de gran interés no sólo para aquellos usuarios poco experimentados en programación web, sino también para aquellas personas que necesitan tener resultados en un corto tiempo, sin por ello renunciar a la calidad exigible.

Para terminar se puede decir que este proyecto ha servido para enfocar los problemas que se plantean al hacer un correcto uso del internet aprovechando sus beneficios a nivel mundial.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a todo lo desarrollado en este proyecto hay ciertos aspectos que debemos siempre tomar en cuenta, desde el diseño hasta la información que va en su contenido. A continuación exponemos algunas recomendaciones que pueden servir de ayuda para realizar uno similar.

Cuando un usuario se enfrenta a una nueva aplicación, sea un programa de escritorio o un sitio web puede que no intuya inmediatamente cómo debe operarlo para hacerlo funcionar. Una manera de remediarlo es diseñar cuidadosamente un sistema de metáforas visuales que hagan más intuitiva la interfaz de la aplicación. Es importante que los diseñadores visuales aprendan a aplicar los fundamentos de la comunicación visual para diseñar interfaces que le den al usuario una experiencia más enriquecedora.

En cuanto a lo que diseño del sitio se refiere sugerimos utilizar tres colores, para evitar el cansancio pero también para no volver aburrida la página, dado la infinidad de colores existentes (y más de 16 millones perceptibles al ojo humano), no hay que caer en la tentación de escoger un sólo color y además el puro.

Si el objetivo es dominar el sistema de Joomla con la finalidad de alcanzar un nivel satisfactorio de personalización, deberás pasar por la etapa obligatoria de acumular algunas “horas de vuelo” con HTML, PHP y (si se quiere dar buenos condimentos de usabilidad al resultado final) Javascript, sin olvidar la importancia de los fundamentos de Diseño.

En el caso del uso de Joomla se puede decir que es una herramienta potente, sencilla y que permiten generar y gestionar contenidos de una forma rápida y

**DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL
(E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

profesional. Por tanto, es una aplicación de un gran interés no sólo para aquellos usuarios poco experimentados con el mundo de la programación de aplicaciones Web, sino también para aquellas personas que necesitan tener resultados en un corto espacio de tiempo, sin por ello renunciar a unos mínimos de calidad exigibles.

Hay una regla no escrita en la red que establece armar un presupuesto similar al utilizado para la creación del sitio, y dedicarlo al mantenimiento anual del mismo. Por ejemplo. Si necesitamos \$100 para el diseño inicial del sitio web, dejaremos otros \$100 para usar durante el resto del año en mantenimiento y alojamiento web.

BIBLIOGRAFÍA

- **Sitio Web:** Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

URL: www.conatel.gov.ec

- **Sitio Web:** Sólo Ciencia

URL: www.solociencia.com

- **Sitio Web:** Wikipedia –Internet.

URL: es.wikipedia.org/wiki/Internet

- **Sitios Web:** Conocimientos Web

URL: www.conocimientosweb.net

- **Sitio Web:** Wikipedia – Red Social

URL: es.wikipedia.org/wiki/Red_social

- **Sitio Web:** Tendencias 21

URL: www.tendencias21.net

- **Sitio Web:** Superintendencia de Telecomunicaciones –Ecuador -
Redacción SUPERTEL, Ecuador (Octubre 8, 2008)

URL: www.supertel.gov.ec

- **Sitio Web:** Tecno Ciencia

URL: www.tecnociencia.es

- **Sitio Web:** Wikipedia – Joomla!

URL: es.wikipedia.org/wiki/Joomla!

- **Sitio Web:** Wikipedia - User Interface

URL: http://en.wikipedia.org/wiki/User_interface

**DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL
(E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

- **Sitio Web:** IEC - IEC: The Human-Machine Interface

URL: <http://www.iec.org/online/tutorials/hmi/topic01.html>

- **Sitio Web:** Wikipedia - History of the grafical user interface

URL: http://en.wikipedia.org/wiki/History_of_the_GUI

- **Sitio Web:** Informática Milenium - Cómo promocionar una web

URL: <http://www.informaticamilenium.com.mx/paginas/mn/articulo63.htm>

- **Sitio Web:** Sitio Web Oficial del C.M.S. JOOMLA.

URL: <http://www.joomla.org/>

- **Sitio Web:** Sitio Web Oficial de JOOMLA (en idioma castellano).

URL: <http://www.joomlaspanish.org/>

ANEXOS

A. 1 Presupuesto

RECURSOS	COSTOS
HARDWARE	
Computadora iMac	\$2300
Computadora Macbook (portátil)	\$1400
Cámara de fotos	\$1200
Grabadora	\$60
TOTAL	\$4960
SOFTWARE	
Mac OS X (v.10.5.8)	\$0
C.M.S Joomla	\$0
Adobe Dreamweaver CS4	\$375,33 (x2: \$750,66)
Adobe Photoshop CS4	\$643 (x2: \$1286)
Template Joomla	\$70
Filezilla 3.3.3	\$0
Microsoft Word 2008	\$192,99 (x2: 385,98)
TOTAL	\$2492,64
INTERNET	
Hosting	\$95,40 al año (2 años: \$190,80)
Dominio	\$21,10 al año
TOTAL	\$211,90
PERSONAL	

**DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL
(E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Diseñadores (x2)	\$500
Programador	\$300
Fotógrafos (x2)	\$10 (por foto publicada)
Redactor	\$20 (por artículo publicado)
TOTAL	\$ 800 (no consta precio de fotógrafo ni redactor para la primera edición)

TOTAL PROYECTO	\$8464.54
-----------------------	------------------

TABLA N° A - 1

B. 1 Instalación Joomla 1.5

Primero accederemos desde la siguiente URL a la página oficial del proyecto de código abierto CMS JOOMLA en idioma español.

<http://www.joomlaspanish.org/>

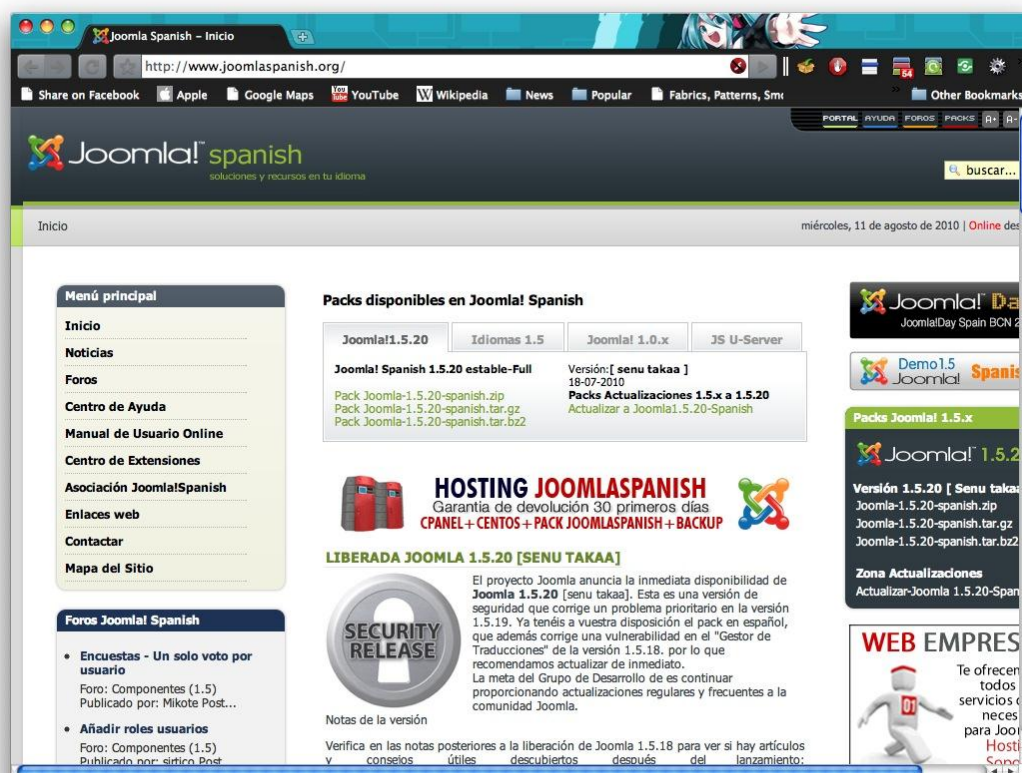


TABLA N° B.1 - 1

Desde esta página descargamos el paquete de instalación del CMS JOOMLA, justo debajo del cajón Packs disponibles en Joomla! Spanish. Seleccionamos la versión, en nuestro caso la 1.5.20 por ser la versión más estable y probada en el momento de inicio del proyecto, y procedemos a descargarla.

Packs disponibles en Joomla! Spanish

Joomla!1.5.20	Idiomas 1.5	Joomla! 1.0.x	JS U-Server
Joomla! Spanish 1.5.20 estable-Full		Versión: [senu takaa]	
Pack Joomla-1.5.20-spanish.zip		18-07-2010	
Pack Joomla-1.5.20-spanish.tar.gz		Packs Actualizaciones 1.5.x a 1.5.20	
Pack Joomla-1.5.20-spanish.tar.bz2		Actualizar a Joomla1.5.20-Spanish	

TABLA N° B.1 - 2

El contenido de este archivo comprimido en “.ZIP”, se descomprime y se sitúa en la carpeta del Servidor Urbanama, en la siguiente ruta: “Urbanama \www”

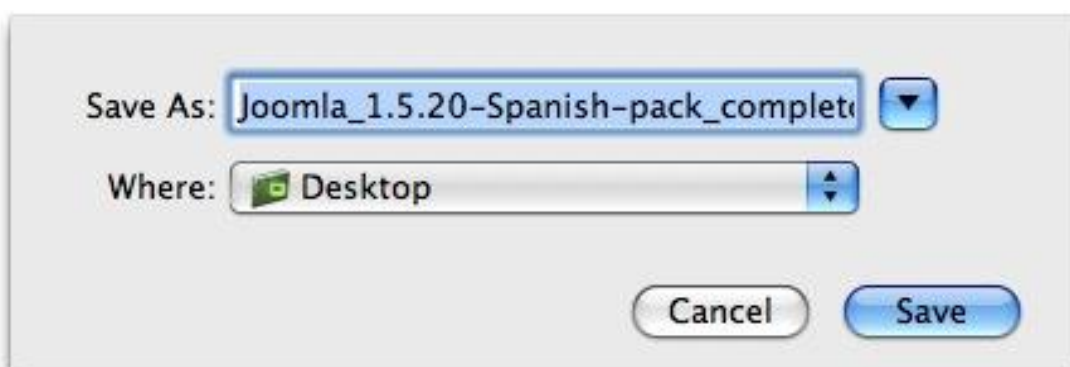


TABLA N° B.1 - 3

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

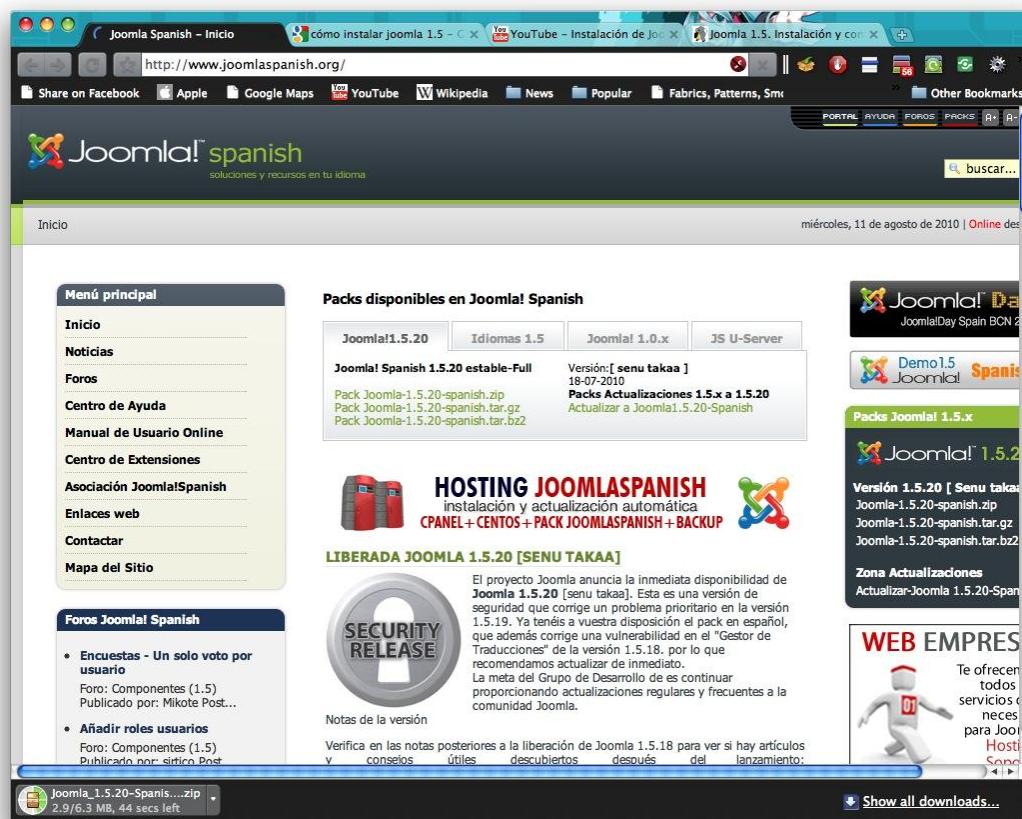


TABLA N° B.1 - 4

El contenido de esta carpeta quedará tras esta operación como se muestra en la siguiente figura:

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

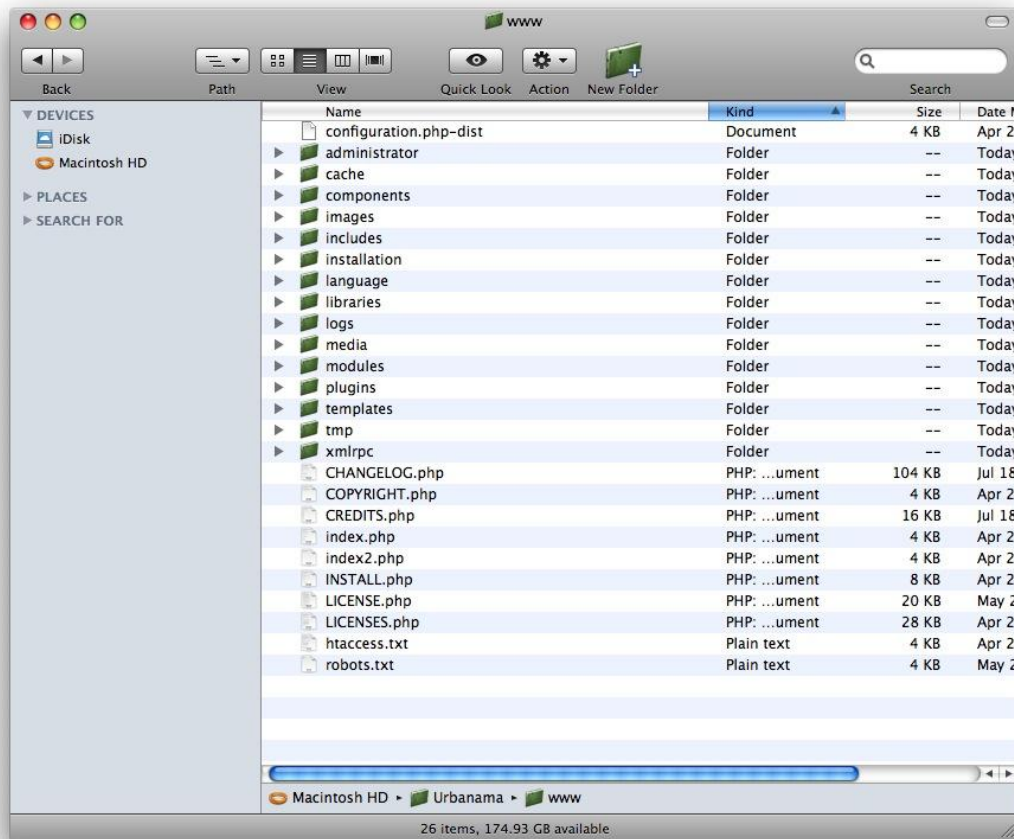


TABLA N° B.1 - 5

La instalación de “JOOMLA” continúa abriendo con un navegador la dirección <http://localhost/cms> o en su defecto la IP “127.0.0.1”, como muestra la siguiente figura:

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

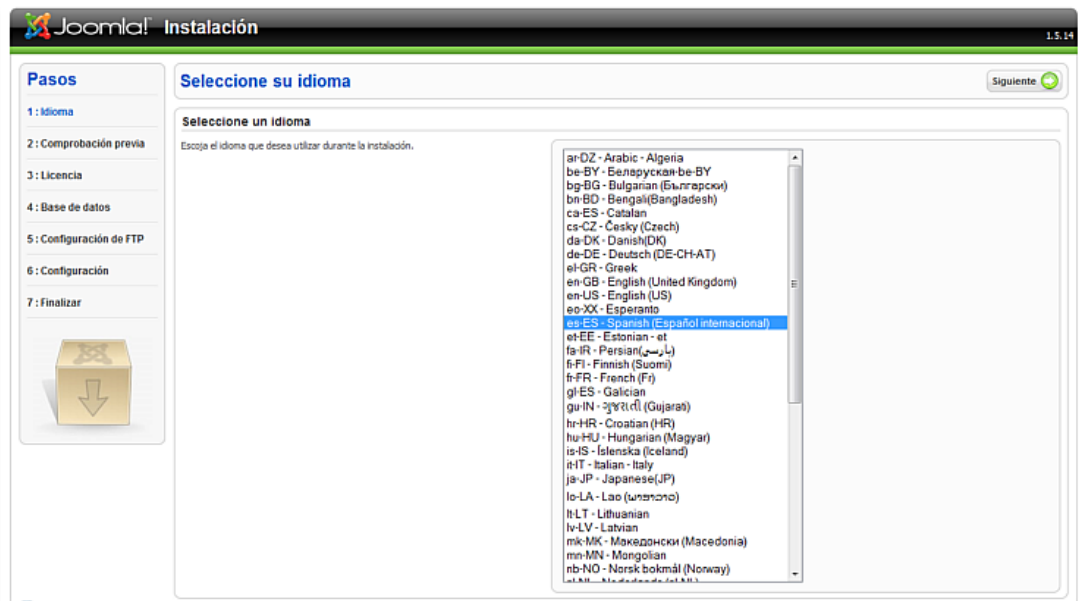


TABLA N° B.1 - 6

Pulsamos el botón “*Siguiente*”.

Joomla! comprueba si nuestro sistema supera los requisitos mínimos para la instalación. Pulsamos “*Siguiente*”

[Volver a comprobar](#) [Anterior](#) [Siguiente](#)

Wojmamni Ama Naiki] 30-July-2009 23:00 GMT:

no hacerlo,

Versión de PHP >= 4.3.10	Sí
- Soporte para compresión zlib	Sí
- Soporte para XML	Sí
- Soporte MySQL	Sí
El idioma predeterminado es multibyte (MB)	Sí
Variable de sobrecarga para funciones de cadenas multibyte desactivada	Sí
configuration.php Escritable	Sí

os valores

Directiva	Recomendado	Actual
Modo seguro (safe_mode):	Desactivado	Desactivado
Mostrar errores (display_errors):	Desactivado	Activado
Subida de archivos (file_uploads):	Activado	Activado
Comillas mágicas en tiempo de ejecución (magic_quotes_runtime):	Desactivado	Desactivado
Registrar globales (register_globals):	Desactivado	Desactivado
Buffer de salida (output_buffering):	Desactivado	Desactivado
Inicio automático de sesión (session.auto_start):	Desactivado	Desactivado

TABLA N° B.1 - 7

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Leemos la licencia GNU/GPL, que se corresponde con una licencia de Software Libre y pulsamos el botón “Siguiente”.

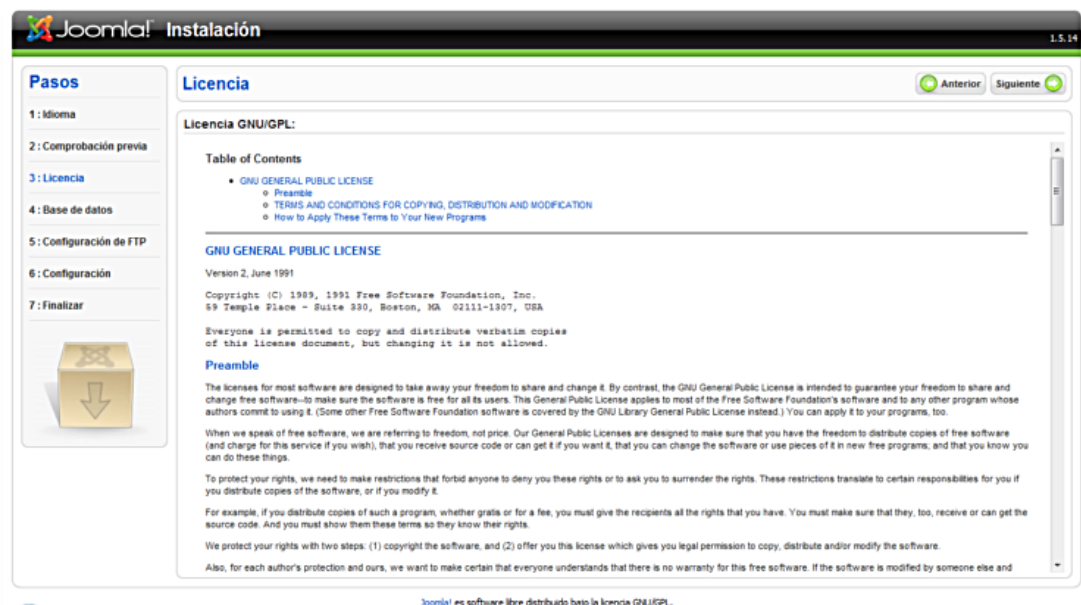


TABLA N° B.1 - 8

• PASO UNO DE INSTALACIÓN:

En el primer paso de la instalación, debemos definir los aspectos relacionados con la base de datos, así como el nombre del servidor, especificaremos “localhost”, ya que es ese el nombre de nuestro servidor MySQL.

Como usuario de la base de datos, estableceremos “root”, que es el único usuario con permisos que tenemos definido. También debemos expresar la contraseña del usuario que se omite por motivos de seguridad.

Los dos últimos parámetros hacen referencia al nombre de la base de datos, que en nuestro caso en MySQL será “urbanama” (haciendo referencia a Urbana Magazine) y qué prefijo tendrán las tablas que cree el CMS, que, en nuestro caso, será “jos_”.

Es importante mencionar que debemos desmarcar la opción Insertar datos de ejemplo para evitar que JOOMLA nos llene de datos basura el portal.

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

A continuación exponemos los datos de estos parámetros para el caso concreto de nuestro proyecto:

The image shows a screenshot of the Joomla! installation configuration interface. It is divided into two main sections: 'Configuración básica' (Basic Configuration) and 'Configuración avanzada' (Advanced Configuration).

Configuración básica:

- Tipo de base de datos:** A dropdown menu set to 'mysql'. A note states: 'Normalmente será **MySQL**.'
- Nombre del servidor:** A text input field containing 'localhost'. A note states: 'Normalmente **localhost** o un nombre de host provisto por su proveedor.'
- Nombre de usuario:** A text input field containing 'urbanama_urbanam'. A note states: 'Puede ser algo como **root** o un nombre de usuario, para la base de datos, asignado por su proveedor.'
- Contraseña:** A password field with 10 dots. A note states: 'Por razones de seguridad el uso de una contraseña para la cuenta de la base de datos MySQL es altamente recomendado. Esta es la contraseña para acceder a su base de datos. Es posible que esta información sea predeterminada por su proveedor.'
- Nombre de la base de datos:** A text input field containing 'urbanama_urbana'. A note states: 'Algunos hosts permiten solo una base de datos por cuenta. Si debe instalar más de un sitio Joomla! con una misma base de datos, puede modificar la opción de prefijo de tabla en la sección **Parámetros avanzados** para cada sitio instalado.'

Configuración avanzada:

- Two radio buttons for table handling:
 - Eliminar las tablas existentes
 - Hacer una copia de las tablas existentes. A note states: 'Las tablas existentes en la base de datos, de instalaciones anteriores de Joomla!, serán reemplazadas.'
- Prefijo de las tablas:** A text input field containing 'jos_'. A note states: 'No puede utilizarse "bak_" ya que se usa para la copia de seguridad de las tablas.'

TABLA N° B.1 - 9

Y tras estas operaciones pulsaremos el botón "Siguiente".

• PASO DOS DE INSTALACIÓN:

En el paso dos, establecemos cómo queremos que se llame la Web. Esto será el título HTML que tendrá la ventana del navegador. Luego, expresaremos: los parámetros de acceso a nuestro servidor (que puede ser mediante la IP o mediante un nombre de dominio), también referenciaremos la ruta física dentro de nuestro sistema del espacio web, y por último los datos del administrador, como son el email o correo electrónico, y finalmente, la contraseña o "password".

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

A continuación exponemos los datos de estos parámetros para el caso concreto de nuestro proyecto:

The screenshot shows the Joomla! installation configuration interface. It is divided into three main sections:

- Nombre del sitio web:** A text input field containing "urbana-magazine".
- admin:** A section for administrative user details, including:
 - Correo electrónico:** A text input field containing "fluzuriaga@hotmail.com".
 - Contraseña del usuario admin:** A password input field with 10 dots.
 - Confirmar la contraseña del usuario admin:** A confirmation password input field with 10 dots.
- paldo:** A section for content selection, featuring a radio button selected for "Instalar contenido de ejemplo predeterminado (en inglés)". To the right, there is a note: "Especialmente recomendado para principiantes. Instalará el contenido de ejemplo incluido en el paquete de instalación en inglés." Below this is a button labeled "Instalar los datos de ejemplo predeterminados".

TABLA N° B.1 - 9

Una vez rellenados los datos pulsamos en "Siguiete".

• PASO TRES DE INSTALACIÓN:

Para el último paso, la página nos dará el aviso de que debemos eliminar el directorio "Urbanama\www\Installation".

Tras esta operación quedará totalmente instalado JOOMLA.

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

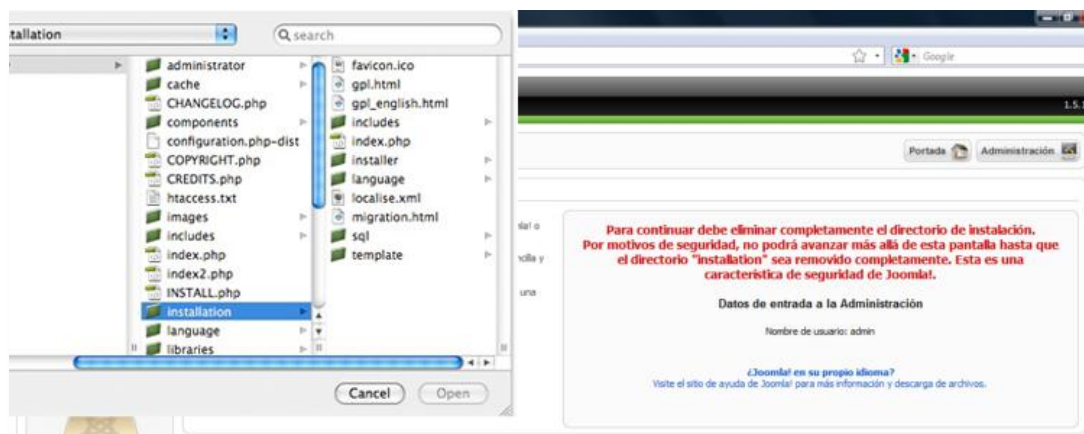


TABLA N° B.1 - 10

Se ha completado así la instalación, al intentar acceder al Portal de JOOMLA. Ahora al acceder al Portal JOOMLA nos mostrará la plantilla por defecto desde la cual podremos ir desarrollando nuestro portal de manera personalizada

<http://localhost/cms>

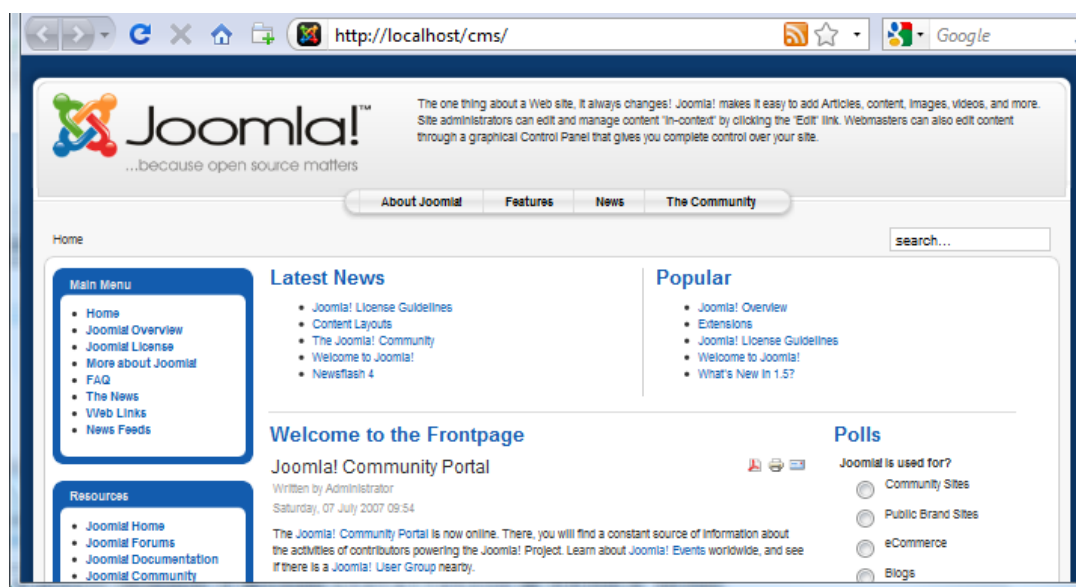


TABLA N° B.1 - 11

C. 1 Logo



Figura N° C.1 – 1 Logo

D. 1 Publicidad



Figura N° D.1 – 1 Publicidad – Valla publicitaria

**DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL
(E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO**



Figura N° D.1 – 2 Sticker Logo

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL (E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

The image shows a screenshot of the Facebook page for 'Urbana Magazine'. The page layout includes a top navigation bar with the Facebook logo, a search bar, and links for 'Inicio', 'Perfil', and 'Cuenta'. The main header features the group name 'Urbana Magazine' and tabs for 'Muro', 'Información', 'Foros', 'Fotos', 'Video', and 'Eventos'. On the left side, there is a sidebar with the group's profile picture, a list of actions (e.g., 'Enviar un mensaje a todos los miembros'), and an 'Información' section detailing the group's category, description, and privacy settings. The central 'Muro' (News Feed) area contains several posts: a post by Wendy Moreira with a link to the website, a welcome post from 'urbana-magazine.com', and posts from Dorgush Tsalinas and Marttah Viktoria Robles. On the right side, there are sponsored advertisements for 'Cámaras Serie G de Lumix' and 'Fotógrafos con Talento?'. At the bottom right, there is a 'Reta a tus amigos' button and a chat notification for 'Chat (1)'.

Figura N° D.1 – 2 Grupo Facebook

DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL
(E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO

The image shows a screenshot of the Twitter profile page for 'Urbana Magazine'. The page layout includes a header with the Twitter logo and navigation links (Home, Profile, Find People, Settings, Help, Sign out). The profile header features the 'Urbana Magazine' name and a bio: 'Revista web donde artistas pueden mostrar sus talentos al mundo, en los campos de la dirección, del diseño, fotografía y arte.' It also displays statistics: 10 following, 2 followers, and 0 listed. The main content area shows a list of tweets, with the most recent one from August 26th at 2:41 AM. The tweets include links to articles on Fred Luzuriaga, Derek Santiago, DeviantArt, Typekit, and Satoshi Kon. The right sidebar contains a 'Following' list with icons for various accounts and an RSS feed link for the profile's tweets. The footer contains copyright information and various utility links.

twitter

Home Profile Find People Settings Help Sign out

Urbana Magazine

Name Urbana Magazine
Location Guayaquil, Ecuador
Web <http://urbana-mag...>
Bio Revista web donde artistas pueden mostrar sus talentos al mundo, en los campos de la dirección, del diseño, fotografía y arte.

10 following 2 followers 0 listed

Tweets 10

Favorites

Following

RSS feed of Urbana_Magazine's tweets

That's you! Lists

Arte de Fred Luzuriaga urbana-magazine.com/artes/arte-vis...
2:41 AM Aug 26th via Tweet Button

Arte de Derek Santiago urbana-magazine.com/artes/arte-vis...
2:40 AM Aug 26th via Tweet Button

DeviantArt estrena aplicación de dibujo online: Muro urbana-magazine.com/artes/arte-vis...
2:40 AM Aug 26th via Tweet Button

Alianza de Typekit con Adobe para el uso de nuevas fuentes en la web urbana-magazine.com/disenio/81-alia...
2:39 AM Aug 26th via Tweet Button

Fallece el director japonés de anime Satoshi Kon urbana-magazine.com/artes/cine/80-...
8:06 PM Aug 25th via Tweet Button

Urbana Magazine urbana-magazine.com
2:00 PM Aug 15th via Tweet Button

"Inception": Más que un sueño hecho realidad urbana-magazine.com/artes/cine/75-...
3:25 AM Aug 15th via Tweet Button

Visítanos en la web <http://fb.me/GLN9f4xk>
12:29 AM Aug 15th via Facebook

I posted 2 photos on Facebook in the album "Urbana Magazine" <http://fb.me/vppcqBr5>
12:23 AM Aug 15th via Facebook

Saludos a todos los visitantes de nuestro sitio Urbana Magazine. Nuestro primer tweet, w00t! xD
4:53 PM Aug 12th via web

© 2010 Twitter About Us Contact Blog Status Goodies API Business Help Jobs Terms Privacy

Figura N° D.1 – 3 Grupo Twitter

**DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL
(E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

**DESARROLLO DE REVISTA ONLINE TIPO PORTAL
(E-zine) DE ARTE, COMUNICACIÓN Y DISEÑO**