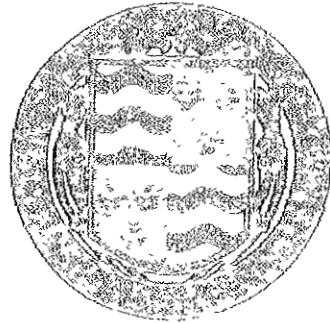


UNIVERSIDAD NUEVO MUNDO
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO
CAMPUS SAN MATEO

87-8531

CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



DISEÑO DE PÁGINA WEB PARA LA RECAUDACIÓN
DE FONDOS A FAVOR DEL CENTRO SOCIAL "GOTA DE LECHE"

TESIS
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE :
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

PRESENTA
LORENA ALVAREZ BUJALIL

9050



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A Dios...
por permitirme alcanzar ésta meta

A mis papás...
por su apoyo incondicional y tanto amor

A Ana, Vero y David...
simplemente por ser quienes son

A todos mis maestros...
por su aportación, tiempo y dedicación

MIL GRACIAS !!!!

índice

PROLOGO

Parte I Marco Teórico

FASE CONCEPTUAL

Capítulo 1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del Problema	2
1.2. Definición del Problema	2
1.3. Ubicación del Problema	3
1.4. Objetivos de Solución	4
1.5. Hipótesis Inicial	5
1.6. Justificación	6

Capítulo 2 CLIENTE-EMPRESA

2.1. Antecedentes del Centro Social Educativo "Gota de Leche"	10
2.2. Recursos Económicos	12
2.3. Naturaleza del Problema	12
2.4. Imagen Actual	13
2.5. Competencia	14

2.6. Posicionamiento en el Mercado	15
2.7. Planes de Promoción	15
2.8. Duración de Uso	16
2.9. Planes a Futuro	16
2.10. Extensión de Actividades	17
2.11. Restricciones y Reglamentos	17
2.12. ¿Qué requiere?	18
2.13. ¿Cómo lo requiere?	18
2.14. ¿Porqué lo requiere?	19

Capítulo 3 RECEPTOR

3.1. Características de a quien va dirigido	20
3.2. ¿Qué códigos maneja?	21
3.3. ¿Cómo lo va a usar?	23
3.4. ¿Qué gustos tiene?	23
3.5. Análisis	24

Capítulo 4 DISEÑO

4.1. Concepto de Diseño	25
4.9. Medios de Comunicación	25


4.3. Observación Personal	25
4.4. Materiales y Técnicas Usados	27
4.5. Sistemas de Impresión Usados	28
4.6. ¿Qué debe ser?, ¿Cómo debe ser?, ¿Porqué debe ser?	28
Capítulo 5 ANALISIS Y SINTESIS	
5.1. Necesidades del Receptor	30
5.2. Requerimientos del Cliente	30
5.3. Requisitos de Diseño	31
5.4. Establecimiento de la demanda	31
5.5. Necesidades reales a diseñar	32
5.6. Jerarquización del Diseño	34
Capítulo 6 ESTRATEGIA DE DISEÑO	
6.1. Comportamiento	36
6.2. Efectos del Medio	36
6.3. Limitantes	37
6.4. Objetivos	38
6.5. Hipótesis	39

Parte 2 Propuesta Gráfica
FASE PROYECTUAL.

Capítulo 7 MARCO PROYECTUAL

7.1. En que consiste	40
7.2. Conceptualización	41
7.3. Proceso de Diseño para la Home Page (o página principal)	42
7.3.1. Lluvia de Ideas	42
7.3.2. Bocetaje Formal	45
7.3.3. Diseño Final	48
7.4. Proceso de Diseño para las Páginas del Segundo Nivel (o páginas subsecuentes)	49
7.4.1. Lluvia de Ideas	49
7.4.2. Bocetaje Formal	52
7.4.3. Diseño Final	55
7.5. Proceso de Diseño para las Páginas del Tercer Nivel (o páginas subsubsecuentes)	56
7.5.1. Lluvia de Ideas	56
7.5.2. Bocetaje Formal	59

7.5.3. Diseño Final	69
7.6. Justificación de Diseño	63
7.7. Medidas	66
7.8. Retículas	68
7.9. Diseño Tipográfico	69
7.10. Tipos de texto	70
7.11. Características de Cabezas	71
7.12. Tipos de Imágenes	71
7.13. Determinación de Grafismos	71
7.14. Diseño de Color	74
7.15. Definitivos	77
CONCLUSIONES	99
BIBLIOGRAFÍA	93



En 1967, Marshal McLuhan (uno de los teóricos más importantes de los medios electrónicos) da a conocer su frase "el medio es el mensaje", en la cual resume la idea de que las sociedades siempre han sido más influenciadas por los medios a través de los que se comunican que por el contenido mismo de esa comunicación.

Por su naturaleza, el ser humano siempre se ha relacionado con el medio que le rodea, de una forma interactiva, tanto con los demás seres vivos como con los objetos creados por él mismo. Mientras algunos medios han creado una pasividad ante la información que se recibe: del medio al espectador, los medios digitales son, indiscutiblemente interactivos, sujetos de acción, se interrelaciona de tal forma con el receptor que este se convierte en un "usuario" quien escoge que es lo que quiere recibir de acuerdo con sus intereses o perspectivas. Esto es ya un elemento más del lenguaje de la comunicación que debe ser considerado por el diseñador como lo ha sido el color, la figura, la armonía, etc.

A puertas del siglo XXI asistimos a la revolución de los medios de comunicación. Internet, la Red de redes, es el entorno donde, desde todos los rincones del globo y a través de su espacio, convergen mensajes de toda índole: informativos, didácticos, oficiales y naturalmente, también publicitarios.

El diseño, al haber sido parte de los mensajes transmitidos por los medios, actualmente tiene la oportunidad de "derramarse" electrónicamente y liberarse de su materialidad.

fase conceptual

Capítulo I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Los niños de las ciudades. Los niños que crecen en el medio urbano afrontan más dificultades que otros porque, en general, las ciudades no se edifican teniendo presente que el niño debe "crecer y desarrollarse sano y feliz." En muchos países, los niños y las familias del sector urbano viven en la pobreza. Tienen viviendas inseguras, una infraestructura urbana deficiente o nula y servicios sociales, educativos y sanitarios inadecuados. No cuentan con los medios necesarios para recibir una educación formal.

El Centro Social Educativo "Gota de Leche", con el apoyo de un patronato lleva 50 años apoyando a las familias necesitadas, proponiéndose impartir una sólida formación, mediante todas sus actividades, procura la formación integral del niño y su familia y busca el desarrollo intelectual, físico, social, moral y trascendente.

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Hasta ahora "Gota de Leche" ha sido sostenida gracias a la ardua labor del patronato que consigue donativos por parte de particulares y algunas compañías. Pero estos cada vez son menores y las

necesidades del centro social cada vez son mayores, volviendo día a día más difícil mantener viva esta obra

El Centro Social carece de un plan por medios masivos que solicite la cooperación de la sociedad para el sostenimiento de la institución. Lo que se consigue recibir son aportaciones de amistades o conocidos de quienes conforman el patronato que les son solicitadas personalmente. Pero esta forma de solicitud de ayuda no es suficiente para subsanar las necesidades de la institución.

1.3. UBICACIÓN DEL PROBLEMA

Debido a esta necesidad se ha ideado, junto con el patronato, un proyecto que dé solución a la extrema necesidad de alimento y educación que se ha descubierto en un sector de familias pobres de principalmente las delegaciones Benito Juárez y Miguel Hidalgo en la ciudad de México.

1.4.OBJETIVOS DE SOLUCIÓN

"Gota de Leche" es un Centro Social que vive de donaciones que le son aportadas. Su supervivencia y la continuidad de la obra dependen cien por ciento de las aportaciones de terceros, por lo que es muy importante enterar a la sociedad de la labor de la asociación y sus necesidades.

La finalidad es hacer es una página web en Internet que sea un medio para dar a conocer las necesidades de los niños de bajos recursos, solicitar la cooperación del usuario contando con una forma de donación en línea a través de la cual, de un modo seguro, quien lo desee podrá hacer donativos de manera instantánea y de una forma fácil y directa aprovechando la interacción que este medio de comunicación masiva nos ofrece.

Internet es el medio que más facilita el proceso de donación por que el público además de contar a cualquier hora con toda la información acerca de la asociación con fotografías y datos actualizados; no tiene más que llenar una forma y enviarla vía correo electrónico, lo cual no representa ningún gasto o inversión de tiempo extra.

De esta forma Internet reúne dos ventajas: la capacidad de exponer la información tanto escrita como gráfica de una forma atractiva accesible para todo el mundo y el ofrecer una manera sencilla y segura de donar fondos para la obra.

Esta interacción permite también al patronato de "Gota de Leche" el recabar los datos de los donantes y de esta forma mantener contacto mediante correo electrónico y así informarles de eventos organizados por la asociación.

1.5.HIPÓTESIS INICIAL

Si se muestra la realidad del Centro Social, su labor en ayuda a la niñez, su forma de supervivencia, origen, desarrollo desde hace 50 años, actividades, metas y logros obtenidos, todo esto a través de una imagen fiel y congruente que logre reflejar su realidad apoyándose en fotografías, formas y colores adecuados, se concientizará al público de cuan importante es su cooperación y ayuda para poder continuar con esta labor. De esta manera se aporta un medio masivo de recaudación de donaciones que permita a "Gota de Leche" seguir adelante en su labor.

Si se logra reflejar una imagen uniforme en cada una de las partes que conforman al Web se obtendrán los beneficios buscados como la identificación de "Gota de Leche" y la satisfacción de las necesidades del Centro Social.

Si se lleva a cabo un análisis de lo que es "Gota de Leche" y se aprovechan todos los recursos que

ofrece un medio masivo y moderno de comunicación como es Internet, entonces se logrará un producto que reúna todas las expectativas.

Consiguiendo la realización de los puntos antes mencionados se dará una completa solución a los pedimentos de "Gota de Leche" obteniendo grandes beneficios para la continuidad de su obra.

1.6. JUSTIFICACIÓN

¿Porqué Internet como solución al problema?

Existen cinco razones importantes del porqué se eligió INTERNET como una solución al problema:

*Conectividad Universal.- Cualquier organización utilizando INTERNET puede interactuar con otra organización en cualquier parte del mundo que también este conectada a INTERNET.

*Alta competitividad. Porque a través de INTERNET puede viajar muchas formas de comunicación, desde un simple texto hasta imágenes gráficas, y también información de audio.

*El más largo alcance.- INTERNET esta en todo el mundo; ciudades grandes y pueblos pequeños a través de toda la República Mexicana y en más de 150 países alrededor del planeta, contando actualmente con

más de 30 millones de usuarios, y con un crecimiento del 10 % mensual.

*Alta Tecnología.- El concepto de INTERNET fue creado por el departamento de defensa de los Estados Unidos, diseñado para continuar en operaciones aún en caso de ataque nuclear. A esta red inicial se le unieron universidades, diferentes entidades y agencias de gobierno, entre otros, de todas partes del mundo, hasta llegar a ser lo que conocemos hoy en día como INTERNET. La red más grande de todo el mundo: "La Red de Redes".

*Bajo Costo.- Cuando se compara con otras alternativas de tecnologías de red, los costos son sorprendentemente modestos.

Con la ayuda de un índice de búsqueda en-línea, donde se encontrará suscrita esta página (como Yahoo, Excite, AltaVista, etc.) que pueda clasificar la vasta información por tema o palabras clave, los usuarios potenciales pueden encontrar la información o una Página Web rápidamente. La información sobre la empresa u organización permanece a disposición del visitador las 24 horas del día los 365 días del año, lo cual aumenta el número de respuestas, apoyo y colaboración de cualquier parte del mundo en cualquier momento. Este factor rebasa la capacidad de otros medios para llegar a mayor número de personas sin importar a que hora o donde se encuentre.

En Internet no existen las diferencias entre una empresa u organización grande y una pequeña. Al

ser los costos bajos cualquier organización tiene acceso a todos los recursos disponibles, pudiendo generar una imagen con las mismas herramientas que cuenta una gran corporación. Al ser un medio tan interactivo, se puede desarrollar dentro de Internet una estrategia de comunicación y correlación a través del correo electrónico (como formas para recaudación de fondos en línea). La respuesta media por medio del correo directo es de alrededor del 1 al 2% con el correo clásico. Esta cifra asciende al 10% en Internet.

Internet es un excelente vehículo para el intercambio de datos para transacciones monetarias como: ventas, intercambios, donativos, etc. El intercambio de esta información de manera electrónica elimina el tiempo y el gasto requerido por documentos, fax, correo convencional y el tiempo implementado en ello.

Este medio facilita una constante actualización en la información, lo cual permite dar a conocer a los donantes o a quien ele interese los logros alcanzados gracias a su participación, así como la situación de la asociación hasta ese momento.

Lo que se planea hacer para dar difusión a la página, y por lo tanto a "Gota de Leche" es el implementar links externos (o ligas) en otras páginas. Para esto ya se cuenta con el apoyo de algunas empresas y organizaciones que cuentan con un número de accesos alto en sus páginas como es el caso de: "Ferrioni", "La Hacienda de los Morales", "Compuserve México", "Bye-Bye", "Grupo Cifra", "The

International Children Found". Esta cooperación ha sido posible hasta ahora por que algunas de estas organizaciones son quienes prestan actualmente ayuda a "Gota de Leche".

De tal forma quien accese a cualquiera de estas páginas desde cualquier lugar del mundo encontrará un botón referente a la ayuda a los niños, lo suficientemente atractivo para llamar la atención del usuario para que lo accese y sea llevado a la página de "Gota de Leche". En un futuro, mediante el número de empresas donadoras vaya aumentando se planea implementar dentro de la página una sección designada especialmente a ellas, donde se expondrán links externos a sus respectivas páginas, creando así un intercambio que representará un atractivo más para otras empresas interesadas en ayudar.

Para dar a conocer la existencia de la página Web es necesario agregar, en la papelería de la organización, junto con los datos de costumbre, la dirección electrónica del sitio (o URL).

capítulo II

CLIENTE - EMPRESA

2.1. ANTECEDENTES DEL CENTRO SOCIAL EDUCATIVO "GOTA DE LECHE"

La idea del Centro nace en 1946, como un servicio de asistencia que responda a la extrema necesidad de alimento que se ha descubierto en un sector de familias pobres del Barrio de Tacubaya. Se crea así un dispensario médico y una guardería de lactantes que irá cambiando y reformando sus servicios de acuerdo a las necesidades de las personas que a él acuden.

Se contactan personas interesadas en formar parte como socias fundadoras y años más tarde se forma el Centro Social Educativo "Gota de Leche", patrocinado por un grupo de damas del mismo nombre, que se dan cita en él para la formación de diversas comisiones. Así aparecen como una Asociación Civil Privada, que se propone la promoción educativa, social y económica de un conjunto de familias de muy escasos recursos, cuyo número va creciendo y proceden de las colonias: Tacubaya, Daniel Garza, Bellavista, Pino Suarez, América, Capulín y otras más diversas y distantes ubicadas en la Delegación Alvaro Obregón.

En 1964 aparecen establecidas en una propiedad del citado patronato en la Av. Observatorio # 87 de la Colonia Tacubaya, donde se sitúa la escuela de dicho patronato.

En 1986 la escuela Primaria del Centro Educativo "Gota de Leche" que hasta entonces había sido centro de extensión de una Escuela Incorporada, ha pasado a ser Escuela Incorporada a la SI, su

nombre es: "Escuela Margarita Nasseau", que atiende a varones y niñas hasta el jardín de niños y solo a niñas hasta la secundaria.

La obra continúa prestando sus servicios y el Patronato que la inició sigue con el mismo interés y cariño sosteniendo económicamente, por medio de la recaudación de fondos.

Dicho Patronato esta conformado por un grupo de señoras que tienen realmente vocación de servicio y ayuda.

OBJETIVOS Y METAS

- Proveer de asistencia individualizada y a domicilio a las personas y familias de escasos recursos económicos.
- Proveer de los medios socio-culturales que posibiliten la mejora de su situación en el conjunto social.
- Proporcionar una educación escolar y una formación familiar que les permita ser alguien y ya no ser abandonado o rechazado por la sociedad.
- Al establecerse como Asociación Civil, "Gota de Leche" se propone como metas:
 - Prestar servicios de asistencia, higiene y médicos a las madres durante el embarazo.
 - Establecer centros de desayuno público con el fin de vigilar la alimentación de los niños.
 - Establecer guarderías, jardines de niños para impartir educación a la niñez mexicana.

2.2. RECURSOS ECONÓMICOS

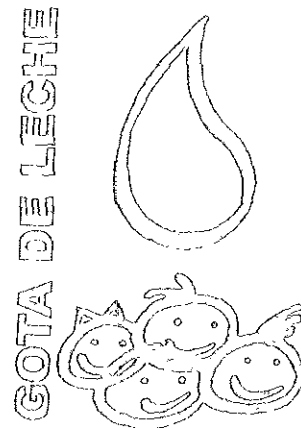
Siendo el Centro Social sostenido únicamente por medio de donativos de algunas empresas (como La Hacienda de los Morales, Asociación de Fabricantes de Cerveza, Ferriono, Bye-Bye, Vale Zapaterías, Cremas Pond's, El patronato de Beneficencia Pública, etc.) y particulares, los cuales son destinados a cubrir las necesidades más indispensables, el patronato de "Gota de Leche" no cuenta con un presupuesto que se destine a este proyecto, por lo que la página Web en su totalidad será donada como una forma de apoyo a la buena causa de la Institución. Por otro lado se consiguió el patrocinio de una compañía especializada (CompuServe México) para almacenarla en uno de sus servidores y ponerla en línea en Internet.

2.3. NATURALEZA DEL PROBLEMA

"Gota de Leche" no cuenta y nunca ha contado con un plan formal de recaudación de fondos que la represente y divulgue de forma masiva permitiéndole llegar a un mayor número de personas. Sin embargo la cantidad de niños y familias necesitados cada vez es mayor y sus necesidades crecen día a día. La Asociación no se ha dado a basto con la demanda de sus servicios y apoyo. Los donativos que se consiguen hasta la fecha no son suficientes para el sostenimiento de esta obra social.

2.4. IMAGEN ACTUAL

No se cuenta hasta la fecha con una imagen que represente a "Gota de Leche", desde hace apenas año y medio cuenta solo con un logotipo en blanco y negro como único elemento de identificación.



El patronato está consciente de la importancia de una imagen que represente a la Asociación pero no ha contado con el presupuesto que se destinaría para su desarrollo, dando prioridad a otras necesidades.

2.5. COMPETENCIA

Existen varios tipos de competencia. Mientras que la mayoría de las instituciones o empresas compiten por los clientes, "Gota de Leche", así como otras instituciones de beneficencia, compiten por los proveedores. Aunque existen muchas asociaciones de ayuda que se enfocan a diversos problemas sociales dando cada una de ellas soluciones por medios distintos, todas ellas compiten por recursos para desarrollar sus funciones.

Considerando las actividades que realizan, el tipo de gente a la que asisten, la ubicación geográfica y las fuentes de recursos y apoyo. Algunas de las instituciones que podrían considerarse la principal competencia de "Gota de Leche" son:

"Fundación Casa Alianza" de México- lleva laborando desde el año de 1988. Dirige su beneficencia a niños necesitados proporcionando, comida, ropa, atención médica y en algunos casos albergue. No pertenece a ninguna orden religiosa, es manejada por un patronato.

"Fundación de Apoyo Social"- Dirige su ayuda a familias necesitadas facilitándoles despensas y educación para los niños. Fue fundada en 1986. Es manejada por la sede en México de la organización de los caballeros de Malta.

-"Asociación de ayuda a la niñez"- Proporciona a los niños pobres donaciones en especie, educación, orientación emocional. Lleva un total de 8 años laborando. Es respaldada por un patronato conformado por particulares.

9.6. POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

Como para cualquier otra institución, para "Gota de Leche" el posicionamiento en el mercado es clave para lograr sus objetivos. Este posicionamiento atrae el apoyo de la sociedad en general, en especial de las personas e instituciones que aportan donativos. En particular "Gota de Leche" tiene un buen posicionamiento en el mercado en cuanto a imagen como una asociación de beneficencia eficiente y honesta. Sin embargo este posicionamiento es local, ya que poca gente fuera de la zona y de la ciudad sabe de la institución, la función que cumple y la necesidad que tiene de recursos y apoyo.

9.7. PLANES DE PROMOCIÓN

Los planes de promoción que ha tenido la asociación hasta la fecha, no han ido más allá de:

reuniones por parte del patronato, que aprovechando sus relaciones con personas acaudaladas exponen las necesidades de apoyo económico por las que pasa la Institución.

9.8. DURACIÓN DE USO

Esta página Web, destinada a la recaudación de fondos, no tiene una duración de uso limitada. Manteniéndose en línea, puede ser accesada cuantas veces sea, aprovechando su interactividad, cada uno de los accesos la enriquecerá y dará éxito. Los datos e imágenes que se manejan en ella pueden ser actualizados conforme sea necesario de una forma sencilla y rápida.

9.9. PLANES A FUTURO

Al establecerse como Asociación Civil, "Gota de Leche" se propone como planes a futuro:

- Prestar servicios de asistencia, higiene y médicos a las madres durante el embarazo.
- Establecer centros de desayuno público con el fin de vigilar la alimentación de los niños.

-Establecer guarderías, jardines de niños para impartir educación a la niñez mexicana.

9.10. EXTENSIÓN DE ACTIVIDADES

El patronato esta considerando la posibilidad de extender su ayuda a niños varones, no sólo hasta preprimaria, sino brindarles la oportunidad de concluir la educación secundaria. Para esto habrá que decidir, un poco más adelante si se convertirá a la escuela en mixta o se asignarán dos turnos, uno atendiendo a niñas y el otro a niños.

9.11. RESTRICCIONES Y REGLAMENTOS

Para la que la página Web sea válida y aplicable debe coincidir con la imagen que al Centro Social le conviene transmitir.

En términos estéticos y visuales, uno de los requerimientos es que aun estando en un medio tan moderno y sofisticado como Internet, la imagen de "Gota de Leche" no debe ser desvirtuada, debe ser

congruente y apearse a la respetabilidad y confianza que la misma asociación inspira.

Para registrar la dirección a través de la cual se accesa a un Web, es necesario darla de alta en "Internic", quien se encarga de dar licencia a la empresa u organización verificando que no haya otra igual dentro de la Red.

9.19. ¿QUE REQUIERE?

Definitivamente "Gota de Leche" requiere de un medio efectivo que le permita la recaudación de fondos, para continuar con su obra de ayuda social. Se necesita crear conciencia en la gente sobre las condiciones de vida de muchos niños en la Ciudad de México y ofrecerles la oportunidad de ayudarlos de una forma sencilla, rápida y directa a cubrir sus necesidades de seguridad, alimento y educación.

9.13. ¿COMO LO REQUIERE?

La forma en que debe ser cubierta la necesidad de dar a conocer la obra de "Gota de Leche" y la solicitud de ayuda debe ser a través de un medio masivo de comunicación, ya que considerando su

gran alcance la esperanza de respuestas positivas es mayor. Es necesario dejar ver a los demás la forma de vida que tienen estos niños, sus problemas familiares y de seguridad y sobre todo ofrecer imágenes de ellos, que dicen más que las palabras que tan a menudo escuchamos de muchos: "¿Me da para un pan?"

2.14. ¿PORQUE LO REQUIERE?

La recaudación de fondos, para "Gota de Leche" es vital, sin ella su labor no podría continuar, una buena forma de conseguirlo es ideando y desarrollando un plan que lo consiga aportando resultados tan pronto como sus necesidades lo requieren.

capítulo III

RECEPTOR

3.1. CARACTERÍSTICAS DE A QUIEN VA DIRIGIDO

Millones de personas usan Internet. ¿Cuál es el perfil demográfico de las personas que usan estos recursos? El Instituto de Investigación de Stanford, SRI International, compila estadísticas acerca del uso de Internet. Las personas que accesan a páginas Web son similares a la gente que emplea Internet, como un índice mayor de usuarios en el sector educativo.

La siguiente tabla desglosa el acceso a diferentes tipos de páginas:

Dominio	% de tráfico del WWW
Educativo (EUA)	49%
Comercial V	20%
Gubernamental (EUA)	9 %
Otros dominios y países	22%

A principios de 1996, James Pitkow y Mimi Recker, del Instituto de Tecnología de Georgia, llevaron a cabo un estudio para identificar rasgos característicos de los usuarios del World Wide Web; pero a medida que este evoluciona, es más accesible para sectores más amplios del mundo, por lo que estos resultados están en cambio continuo. Las 1300 encuestas indican los hechos siguientes sobre los usuarios

del World Wide Web:

- 56% está en edades de 21 a 30 años .
- 94% de los usuarios son del sexo masculino.
- 69% esta localizado en Norteamérica.
- 45% es profesionista
- 22% es estudiante de posgrado

El nivel socioeconómico del usuario de Internet es muy amplio, todo aquel que cuente con una computadora y una línea telefónica puede tener acceso a él. No es necesario ser el propietario del equipo, gran parte de las empresas, hoy en día, cuentan con Internet, ofreciendo a sus empleados una herramienta más de trabajo, comunicación y consulta.

3.9. ¿QUE CODIGOS MANEJA?

Esto se refiere a los términos que se manejan en Internet, entre los más frecuentes se encuentran:

TEXTO HTML - (Hyper Text Marked Language) lenguaje que se utiliza en la programación del Web

WEB - Contracción de WWW

WWW - World, Wide Web o Red Mundial, la parte interactiva de Internet.

SERVIDOR - Una computadora con alta capacidad que publica en Internet la información almacenada en ella.

FORMA DE LLENADO EN LINEA - Consiste en una forma de interacción que arroja datos acerca de quienes visitan el Web, su perfil, intereses, comentarios y aportaciones

LINKS EXTERNOS E INTERNOS - Son vínculos entre las páginas; son las ligas entre ellas. Su objetivo es permitir al visitante una navegación sencilla y atractiva. Estos pueden conducir a diferentes secciones dentro de la misma página, formas de feedback (retroalimentación), bases de datos, otros Sites, etc.

NAVEGAR - Se refiere al desplazarse a través de Internet

USUARIO - Se refiere a quien hace uso de internet navegando por él.

3.3.¿COMO LO VA A USAR?

El usuario requiere de una página Web clara y concisa, que desde un principio la imagen refleje su carácter y el tema que trata y que el desplazamiento a través de la misma sea de manera sencilla que le permita dirigirse al tema que más le interese sin confundirse y así interactuar con ella ya sea obteniendo información contenida y/o dando aportaciones por medio de una sencilla. Forma de Recaudación de Fondos en línea.

3.4. ¿QUE GUSTOS TIENE?

El usuario busca encontrar una página interesante, que realmente abarque el tema propuesto y que cuente con una imagen atractiva, llena de formas y figuras que capte su atención. Además de esto al internauta, en general, le gusta mucho encontrar una forma de interacción que le permita mantener una comunicación recíproca a través del medio.

3.5. ANALISIS

El diseño aplicado a este proyecto debe ser sencillo y profesional transmitiendo la idea con la que "Gota de Leche" quiere ser representada: seriedad y confianza dejando latente que la ayuda va dirigida a los niños.

El usuario requiere encontrar una página Web bien estructurada que facilite su navegación con un diseño atractivo que logre captar su atención invitándolo a cooperar.

Capítulo IV

DISEÑO

4.1. CONCEPTO DE DISEÑO

"Gota de Leche" precisa de un Web con un buen diseño, con fotografías representativas en un fondo que logre una integración con combinaciones y contrastes agradables a la vista en una estructura sencilla que guíe fácilmente al usuario.

4.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Hasta la fecha el Centro Social no ha utilizado medios de comunicación para promocionarse, pero ahora planea hacerlo a través de la página Web. Esta será registrada en los buscadores más importantes dentro de la Red y mediante un intercambio de links externos o ligas en otros Webs que lleven a su página se busca captar a los posibles donadores.

4.3. OBSERVACIÓN PERSONAL

Para el desarrollo de la página web fue necesario llevar a cabo una investigación de campo para

así conocer más a fondo la situación de "Gota de Leche" y la "Escuela Margarita Nasseau" e involucrarnos con ellas.

Visité las instalaciones de la escuela en días y a horas laborales, entrevisté a las alumnas de los diferentes niveles acerca de como corresponder a "Gota de Leche" por la ayuda que les presta. Todas son niñas como cualquier otra, con ilusiones e inquietudes, pero tal vez con un concepto diferente de lo que la vida es y de la forma en cómo lograr lo que aspiran, cada una con una historia diferente acerca de su origen, la relación con sus padres, su hogar y la gente que les rodea, pero con un fin común: la superación personal.

Tuve la oportunidad de charlar con algunos padres de familia y así conocer sus problemas domésticos y preocupaciones acerca de la educación de sus hijas. Para muchos de ellos, que apenas saben leer y escribir es todo un logro el que sus hijas cuenten con la oportunidad de una educación y formación con la que algún día ya no dependan de ellos, sino que se valgan por sí mismas para salir adelante y en busca de esta meta las impulsan y apoyan. Dada la situación económica de todas estas familias, muchas de ellas piden a las niñas, a cambio de ir a la escuela, que cooperen para el sustento de la casa, esto es irido a la escuela en las mañanas y trabajando durante las tardes.

Asistí a una junta con las señoras del patronato y las maestras de la escuela, en donde se trataron asuntos como la agenda de actividades religiosas, culturales y para obtener fondos que se llevará a cabo

el presente año (primeras comuniones, visita gratuita a museos, ventas de garages, etc.) Los temas que deben ser tratados en las próximas charlas de formación familiar (higiene personal, educación sexual, violencia familiar, etc.)

Tuve una reunión con las representantes del patronato quienes me hablaron de sus inquietudes ante los problemas de cada niña en su hogar, pude así constatar que hay un gran interés en apoyar a estas familias, no sólo en la educación de los niños si no en la formación de sus padres y en la armonía familiar. Me hablaron también de que cada vez es más complicado obtener fondos para esta noble causa y el reto que representa para ellas mantenerse en pie aun en tiempos difíciles.

4.4. MATERIALES Y TÉCNICAS USADOS

El diseño de este proyecto en su totalidad es desarrollado en computadora con el apoyo de los programas Photo Shop, Corel Photo Paint, Picture Publisher y Corel Draw.

Gráficos con volumen en colores llamativos, un juego en el movimiento de los elementos gráficos atractivos y la digitalización de las fotografías representativas de cada tema.

La integración de una forma en línea que permita la donación de fondos y la interacción con el usuario enriqueciendo de esta forma al proyecto.

4.5. SISTEMAS DE IMPRESION USADOS

Dado que la forma de recepción del mensaje es por medio de un monitor de computadora, el proyecto no requiere ser impreso.

4.6 ¿QUE DEBE SER?, ¿COMO DEBE SER?, ¿PORQUE DEBE SER?

Para que una página Web cumpla con su fin, debe cuidar varios aspectos:

-Debe inspirar confianza y credibilidad.

-Mantener (aun en un medio tan moderno) la misma imagen de respetabilidad y seriedad que la Institución ha mantenido desde hace años.

-Exponer de una forma concisa la solución que el Centro Social se propone a los problemas de los niños necesitados en México. Así como su historia, sus logros obtenidos, las metas que actualmente tiene fijadas y la forma en que planea llegar a ellas.

Ofrecer una navegación (o desplazamiento por diferentes áreas dentro de la página) sencilla, para que de esta forma realmente preste el servicio al que está encomendada: "El ofrecer una vía de ayuda sencilla y segura para hacer llegar apoyo a los niños necesitados".

-Contar con los mejores elementos para que su tiempo de despliegamiento en la pantalla sea rápida y eficiente, esto es, mantener un número reducido de kbytes en cada uno de los archivos que la componen.

-Ofrecer una alternativa más de difusión para solicitar apoyo dirigido a obras tan nobles como es ayuda a los más necesitados.

capítulo V

ANÁLISIS Y SÍNTESIS

5.1. NECESIDADES DEL RECEPTOR

Uno de los principales factores que deben ser considerados dentro de una página Web es la velocidad de acceso con la que cuente el usuario. Siendo internet un servicio cobrado por minuto u hora, el usuario definitivamente necesita que la página Web, además de contar con una forma de desplazamiento sencilla, le brinde un tiempo de despliegue en la pantalla rápido y eficiente. Esto puede ser logrado reduciendo al máximo la cantidad de kbytes en cada uno de los archivos que compongan al diseño de la página Web.

5.2. REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE

"Gota de Leche" requiere de un medio masivo de comunicación seguro por medio del cual se logre recaudar los fondos necesarios de una forma sencilla y directa que mantenga su imagen como una asociación seria y respetable pero sin olvidar y dejando siempre claro, a través de ella que su causa es la ayuda a niños. Para dar promoción a la página web sería preciso incluir en los artículos de papelería del Centro Social, junto con los datos tradicionales (teléfono, dirección, etc.) la dirección con la que se accesa al Web. Así como mantener links en diferentes páginas con un alto número de accesos que nos permita captar usuarios por medio de ellos y la presencia en los principales buscadores en Internet.

5.3. REQUISITOS DE DISEÑO

Para cumplir con los requerimientos tanto de la asociación como del usuario, es necesario basarse en elementos estratégicos para lograr un diseño legible, atractivo y que vaya de acuerdo con la imagen del Centro Social.

Por lo que se buscará dar énfasis a los colores que se apliquen, así como las características tipográficas y el poder de las fotografías seleccionadas. Cuidando cada uno de los elementos que componen el Web.

5.4. ESTABLECIMIENTO DE LA DEMANDA

Para el Centro Social es vital la recaudación de fondos, por lo que le es urgente un medio que lo apoye en esta tarea.

5.5. NECESIDADES REALES A DISEÑAR

De acuerdo con a las necesidades del Centro Social lo que este principalmente requiere es una página Web que abarque todos los elementos que la compone y solicite cooperación de una manera confiable y transparente. Para cumplir con ello es necesario que esta conste de:

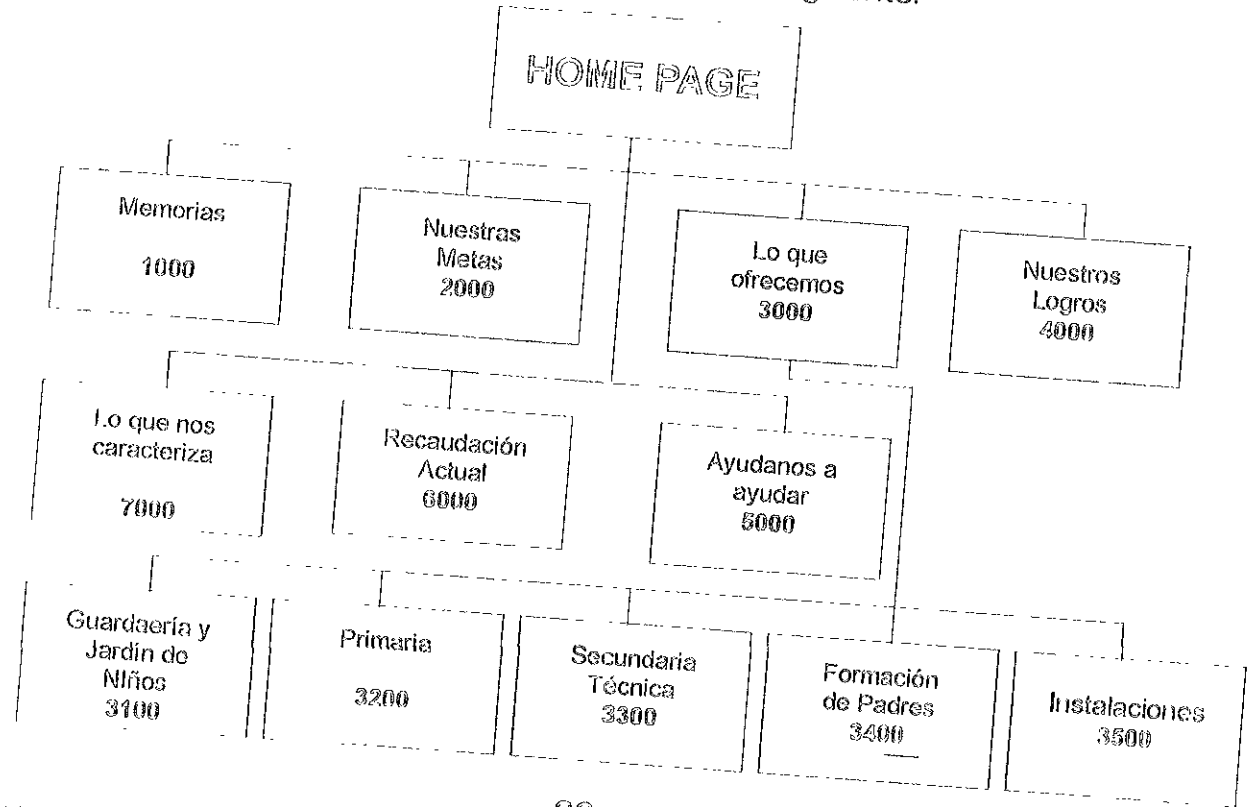
-Home Page (o página principal)- a través de ella se da una introducción y se tiene acceso a los temas principales

-Páginas del segundo nivel- son los temas que se derivan de la página principal: Memorias, Nuestras Metas, Lo que Ofrecemos, Nuestros Logros, lo que nos Caracteriza, Recaudación Actual y Ayudanos a Ayudar.

-Páginas del tercer nivel- en este caso son las subdivisiones del tema referente a lo que la asociación ofrece: Guardería y Jardín de Niños, Primaria, Secundaria Técnica, Formación de Padres de Familia e Instalaciones.

Barra de navegación- que permita brincar de uno a otro nivel de la página facilitando y propiciando una navegación completa e interactiva.

Forma de llenado en línea - que permita cumplir con lo propuesto la recaudación de fondos, siendo ésta segura en cuanto a la transacción del dinero.
La estructura que se propone para la página Web es la siguiente:



5.6. JERARQUIZACIÓN DEL DISEÑO

La jerarquización de los pasos que deben ser seguidos para el desarrollo de este proyecto es como sigue:

- Estudio de los temas que deben ser abarcados en la página
- División del texto (referente a los temas a tratar) con el que se cuenta en subtemas y de ser necesario hacer lo mismo con estos, de tal forma que el texto resulte más ágil y sobre todo para ofrecer al usuario de Internet una forma fácil y comprensible de acceder a cada una de las partes que componen el Web de una manera sencilla y congruente, asignando a cada una de ellas una página dentro del Web
- Definición del diagrama de navegación de la página Web.
- Levantamiento fotográfico que permita ilustrar a cada una de las páginas del Web.
- Definición del estilo gráfico
- Diseño tipográfico
- Diseño de la Home Page (o página principal)
- Pruebas y aplicación de colores
- Diseño e implementación de la barra de navegación
- Definición del diseño de las páginas del segundo nivel
- Diseño y aplicación del lay-out de las páginas del segundo nivel
- Diseño de las páginas del segundo nivel

- Diseño y aplicación del lay-out para las páginas del tercer nivel
- Nomenclatura de los archivos que componen al diseño
- Formas para programación
- Almacenamiento del web en un servidor
- Funcionamiento del web en línea

CAPÍTULO VI

ESTRATEGIA DE DISEÑO

6.1. COMPORTAMIENTO

La página Web tiene como principal característica atraer la atención del usuario, de tal forma que logre involucrarlo con los problemas y necesidades por los que atraviesan los niños de escasos recursos ofreciendo algún detalle que señale la presencia de niños y fotografías que ilustren el tema.

Es de vital importancia dentro del proyecto el papel que juega la recaudación de fondos que se llevará a cabo mediante una forma de llenado en línea que será enviada por medio de correo electrónico.

6.2. EFECTOS DEL MEDIO

"Gota de Leche" quiere posicionarse en la mente de todo aquel consciente de la importancia de impulsar a la niñez.

"Gota de Leche" es un Centro Social Educativo, que a diferencia de otras instituciones se preocupa tanto de la educación de niños de bajos recursos, como de su desarrollo emocional y bienestar familiar que lo conforma no sólo a él, sino también a sus padres, y esto se logra a través de pláticas,

6.5. HIPOTESIS

Las visitas a la página se lograrán mediante la difusión de esta en los buscadores de la red, indicando el URL de la página en toda la papelería y lo relacionado con la asociación y a través de links externos en otras páginas dentro del Web.

El impacto que la página ejerce sobre el usuario transmitirá beneficios al Centro Social para cumplir con sus metas y objetivos. El Web tiene la utilidad de propagar la existencia de "Gota de Leche", el receptor recibirá la información a través de un diseño que capte su atención y le despierte el interés. Por otra parte la recaudación de fondos se logrará de una forma directa y sencilla para el usuario, lo cual lo animará a efectuarla.

PROPIETARIA GRÁFICA

fase proyectual

capítulo VII

MARCO PROYECTUAL.

PROPUESTA GRÁFICA 7.1. EN QUI: CONSISTE

Esta propuesta consiste en el diseño de la Home Page (o página principal) así como del resto de las páginas que de ella deriven llamadas páginas del segundo y tercer nivel.

El objetivo de este proyecto es que la imagen concuerde completamente con lo que "Gota de Leche" es y lo que busca transmitir. Como un apoyo a esto se utilizan fotografías que ilustran los temas de mayor interés.

El conjunto de todas las páginas (Home Page, las del segundo y tercer nivel) se relaciona entre sí teniendo el mismo estilo logrando así una integración, esencial en una página web.

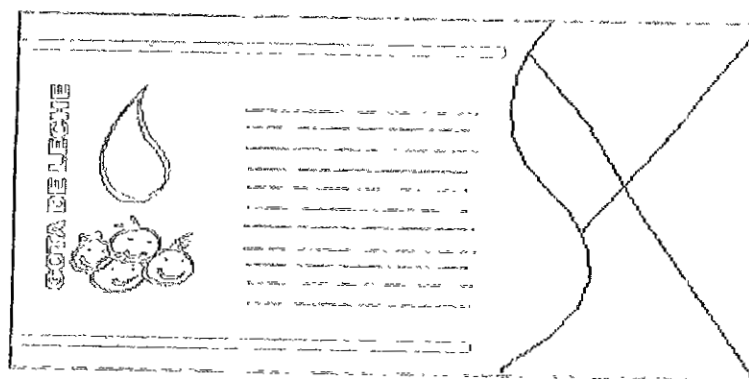
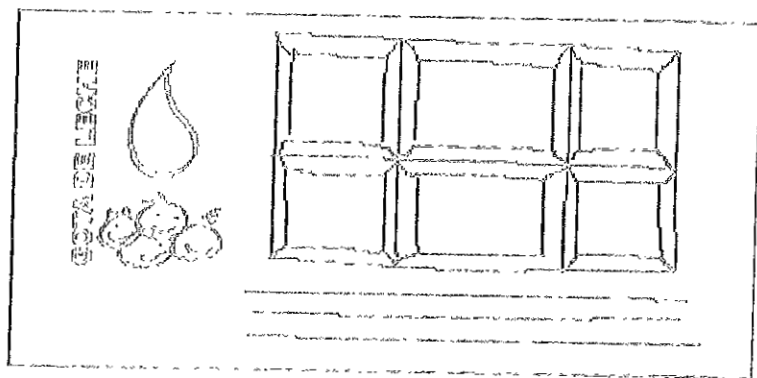
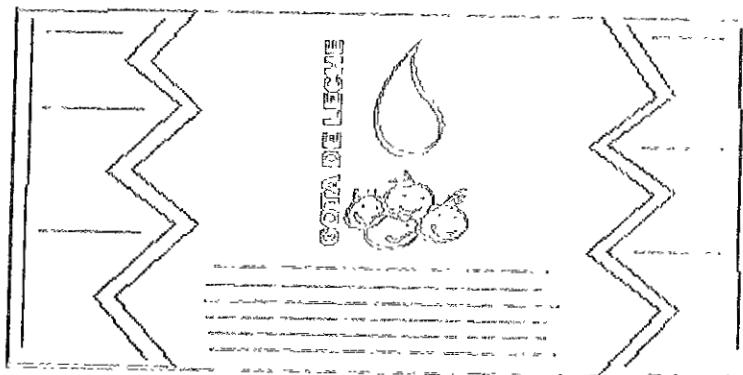
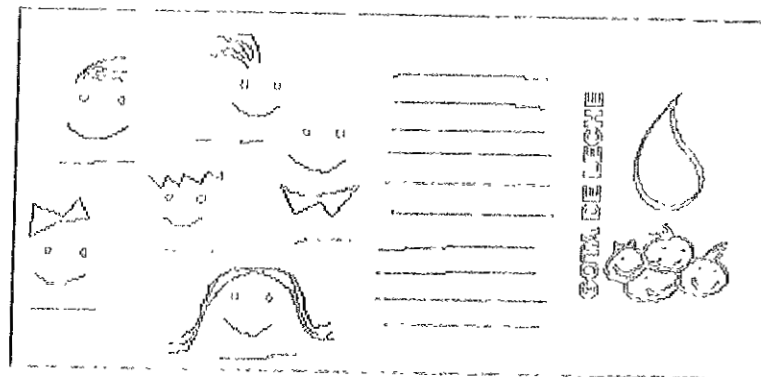
Además de un estilo gráfico común se diseñó una barra de navegación indistinta para cada una de las páginas que cuenta con una liga a cada una de ellas, facilitando así la navegación por todo el sitio en el orden en que más convenga al usuario, es este otro elemento común y de asociación dentro de la imagen.

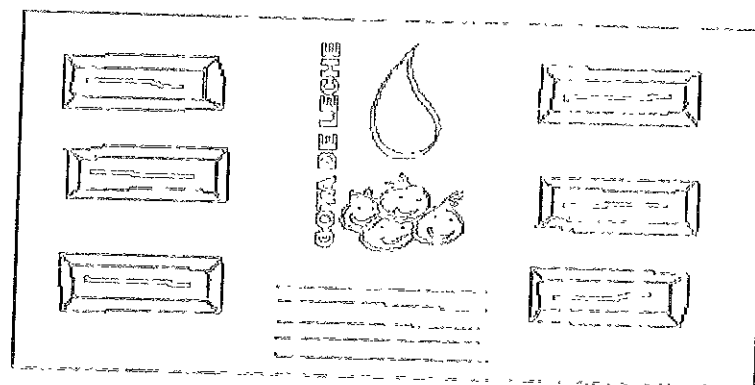
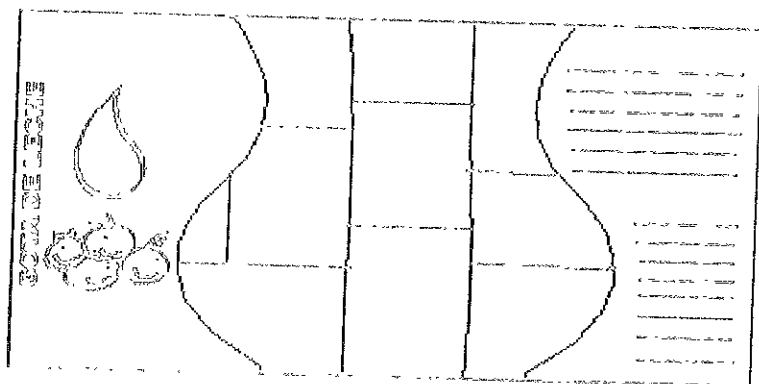
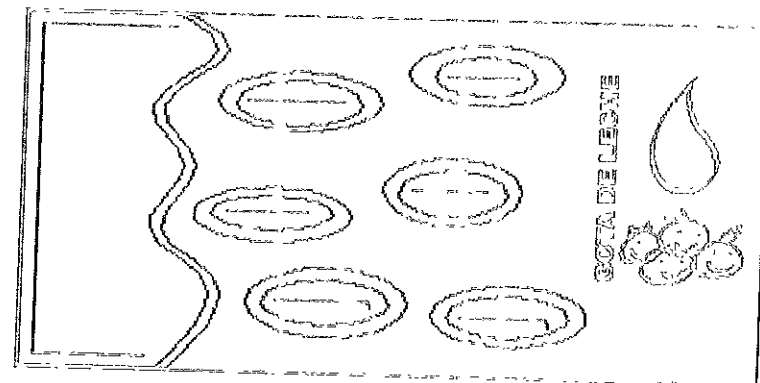
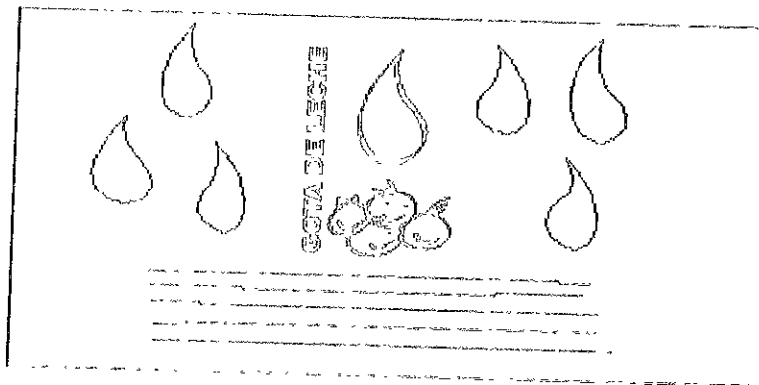
7.9. CONCEPTUALIZACIÓN

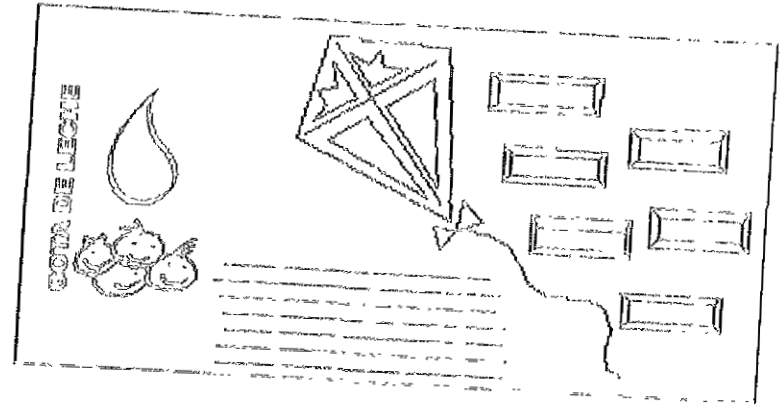
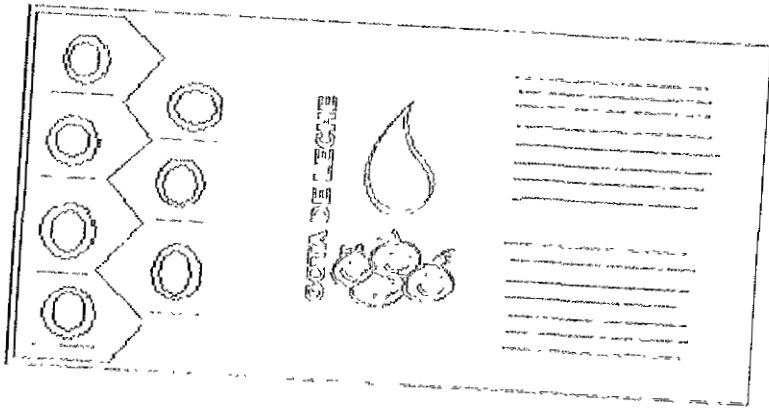
Una vez hecho un estudio de la situación de esta institución sus características, como está conformada, se tomaron en cuenta algunos factores esenciales, la seriedad que tiene y debe reflejar la Institución y por otro lado frescura y el dinamismo de la niñez.

Al ser el propósito de esta página Web recaudar fondos debe inspirar ante todo confianza formalidad y la certidumbre de que el dinero que se aporte realmente llegará al beneficiado. Esto no significa que la imagen manejada deba ser demasiado sobria y rígida porque esto resultará poco personal y dado el tema a tratar (la situación de los niños de bajos recursos), se debe buscar algo que logre involucrar al usuario con el problema que se le plantea sensibilizándolo y haciendo latente en todo momento que se está hablando de la ayuda a niños.

7.3. PROCESO DE DISEÑO PARA LA HOME PAGE (PÁGINA PRINCIPAL)
7.3.1. LLUVIA DE IDEAS

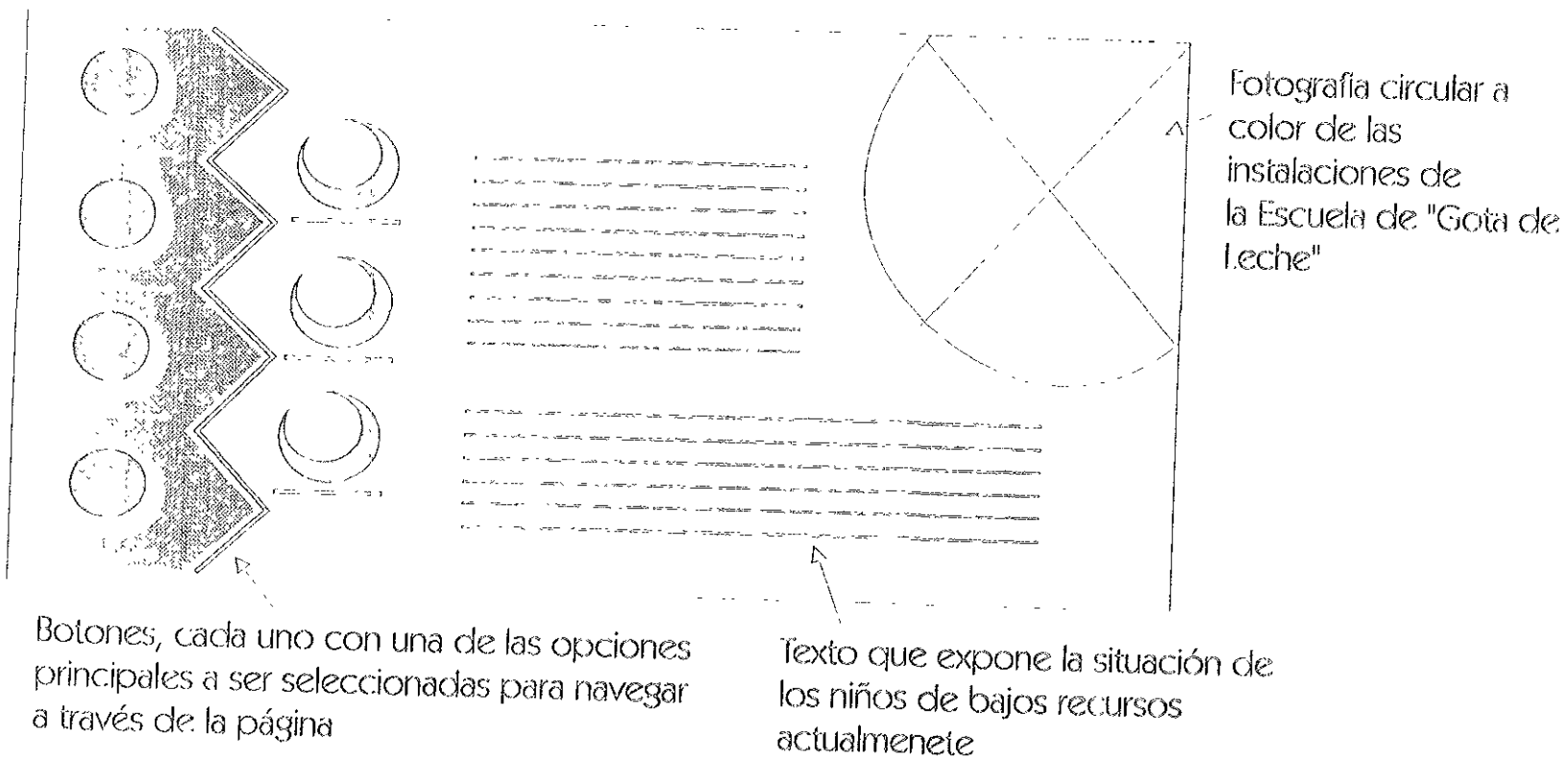


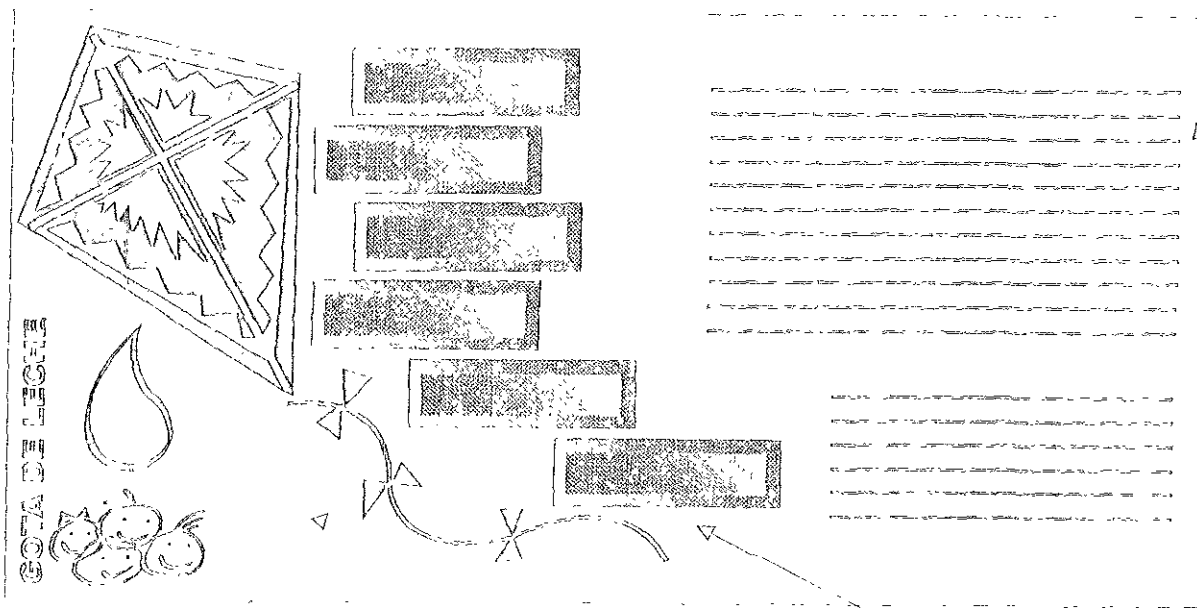




7.3.2. BOCETAJE FORMAL

Contando con la lluvia de ideas y reuniendo los mejores elementos de ella, se realizó el bocetaje formal de tres alternativas:

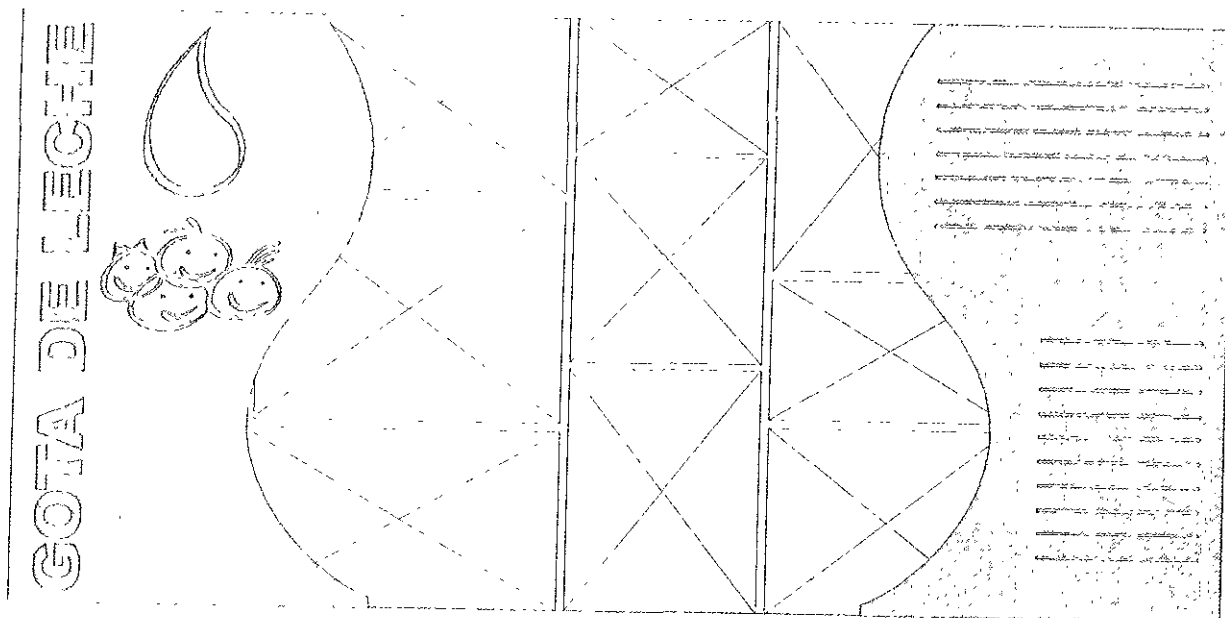




Texto que da la bienvenida a la página y expone sus propósitos .

Ilustración de un Papalote

Menú de botones con las diferentes opciones referentes a cada uno de los temas

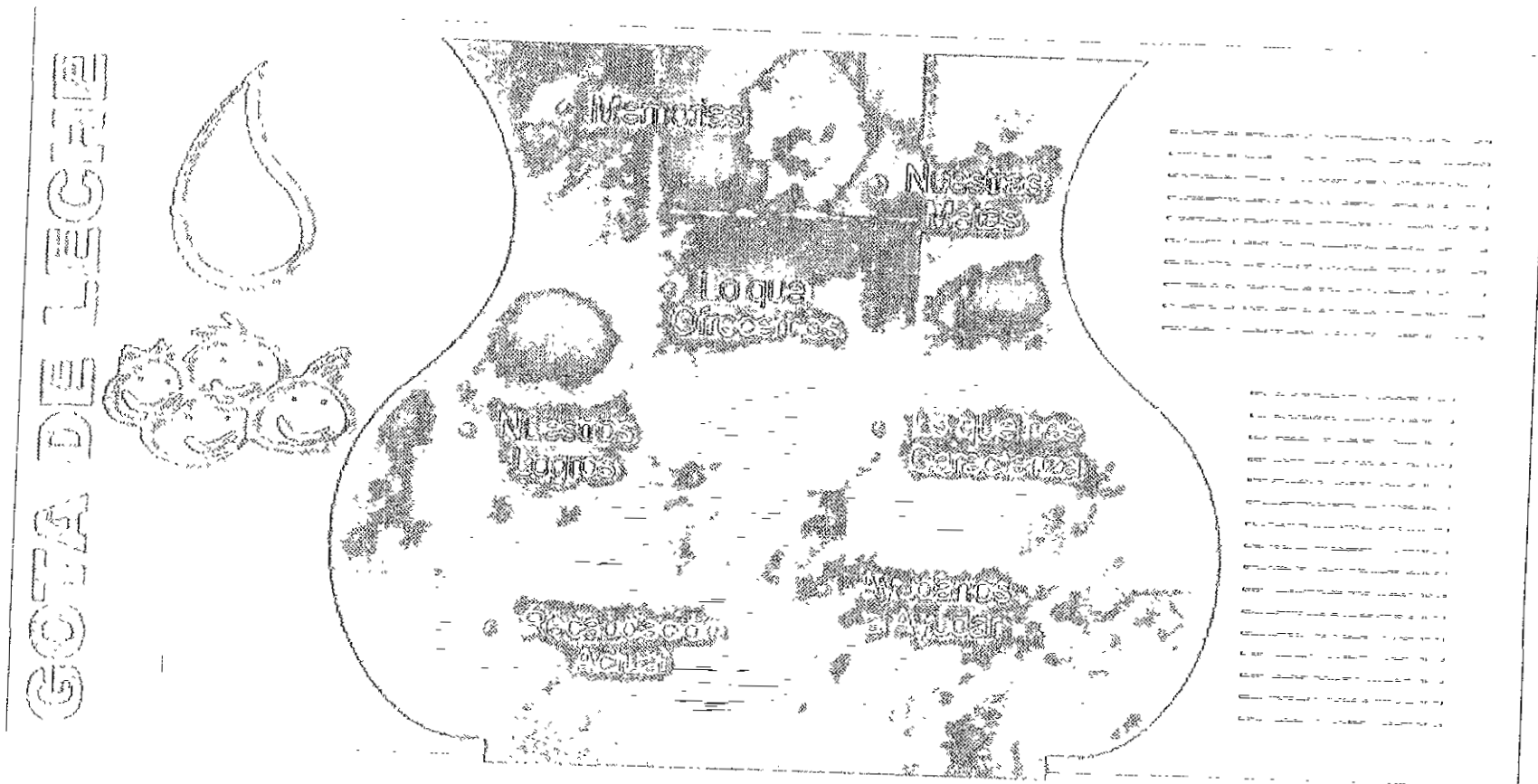


GOTA DE LECHE

Texto introductorio
a lo que es "Gota
de Leche"

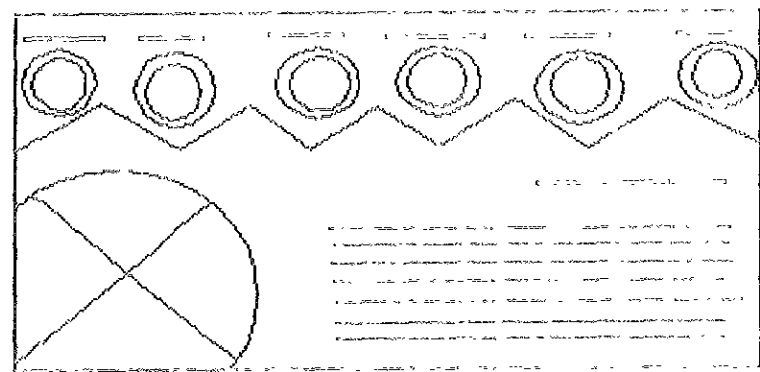
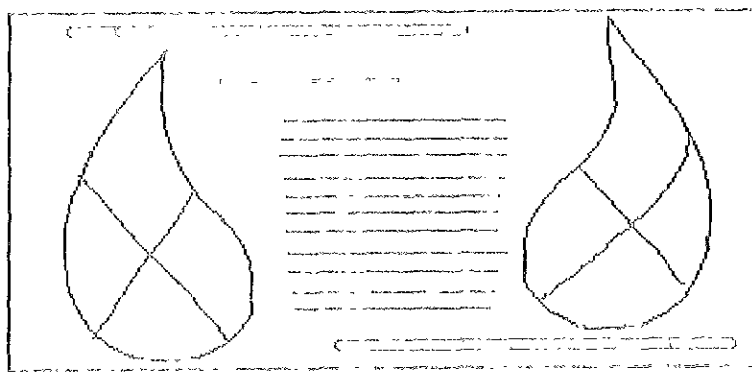
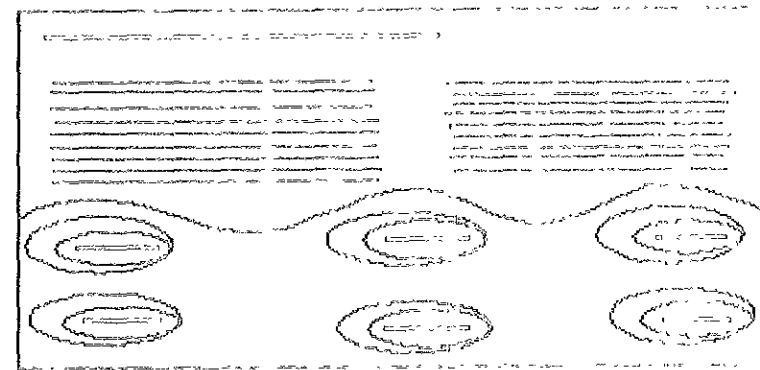
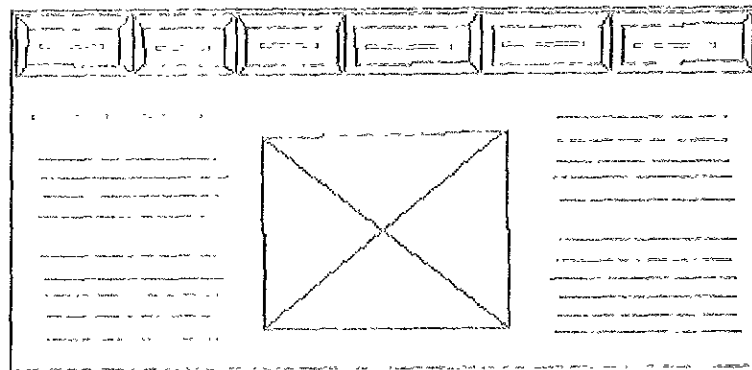
↑
Collage de fotografías monocromáticas
representativas de las necesidades de
los niños de bajos recurso con el menú
principal

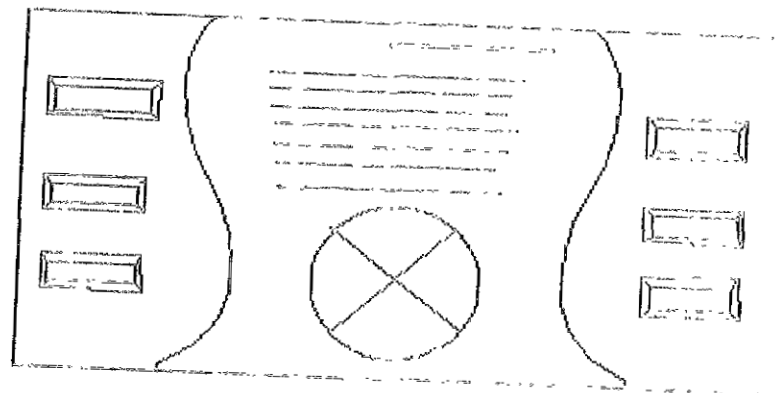
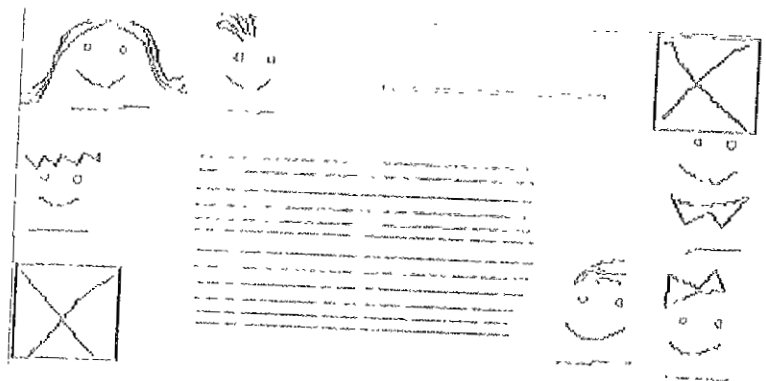
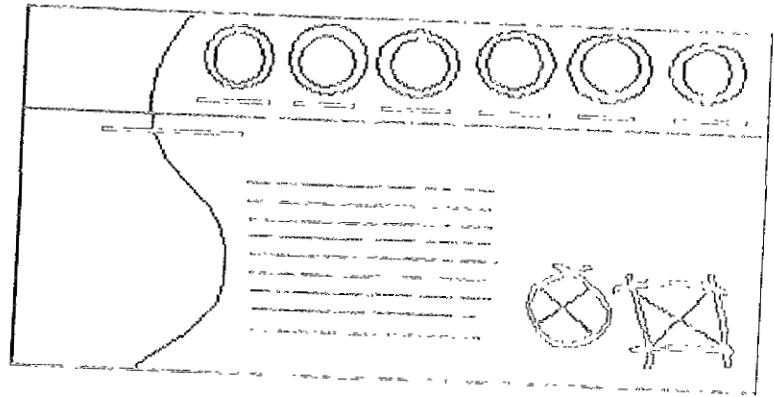
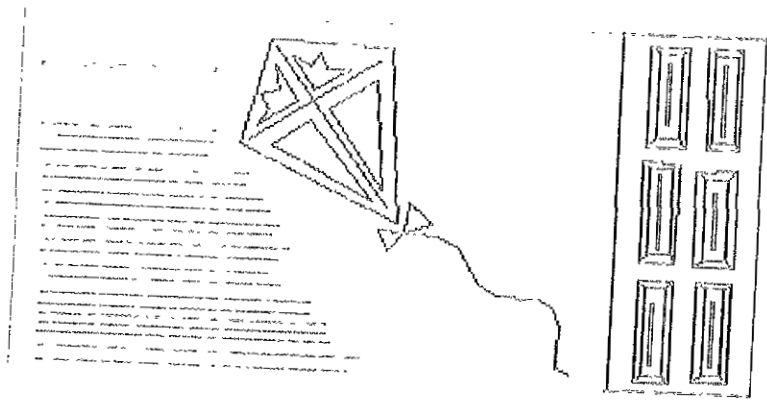
7.3.3. DISEÑO FINAL

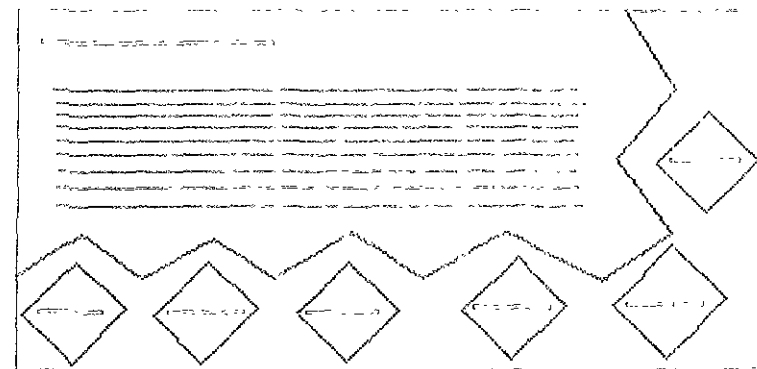
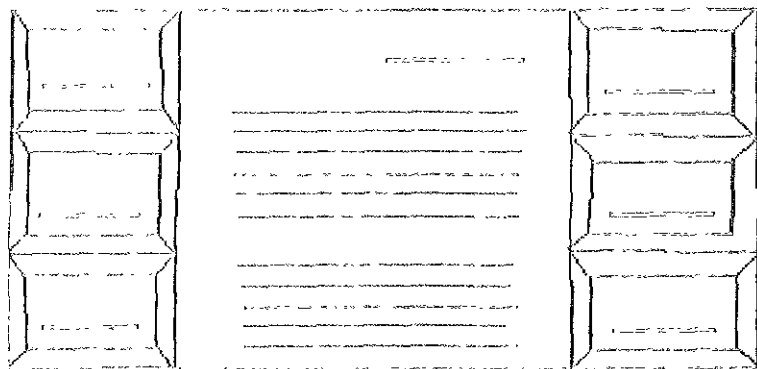


7.4. PROCESO DE DISEÑO PARA LAS PAGINAS DEL SEGUNDO NIVEL (PAGINAS SUBSECUENTES)

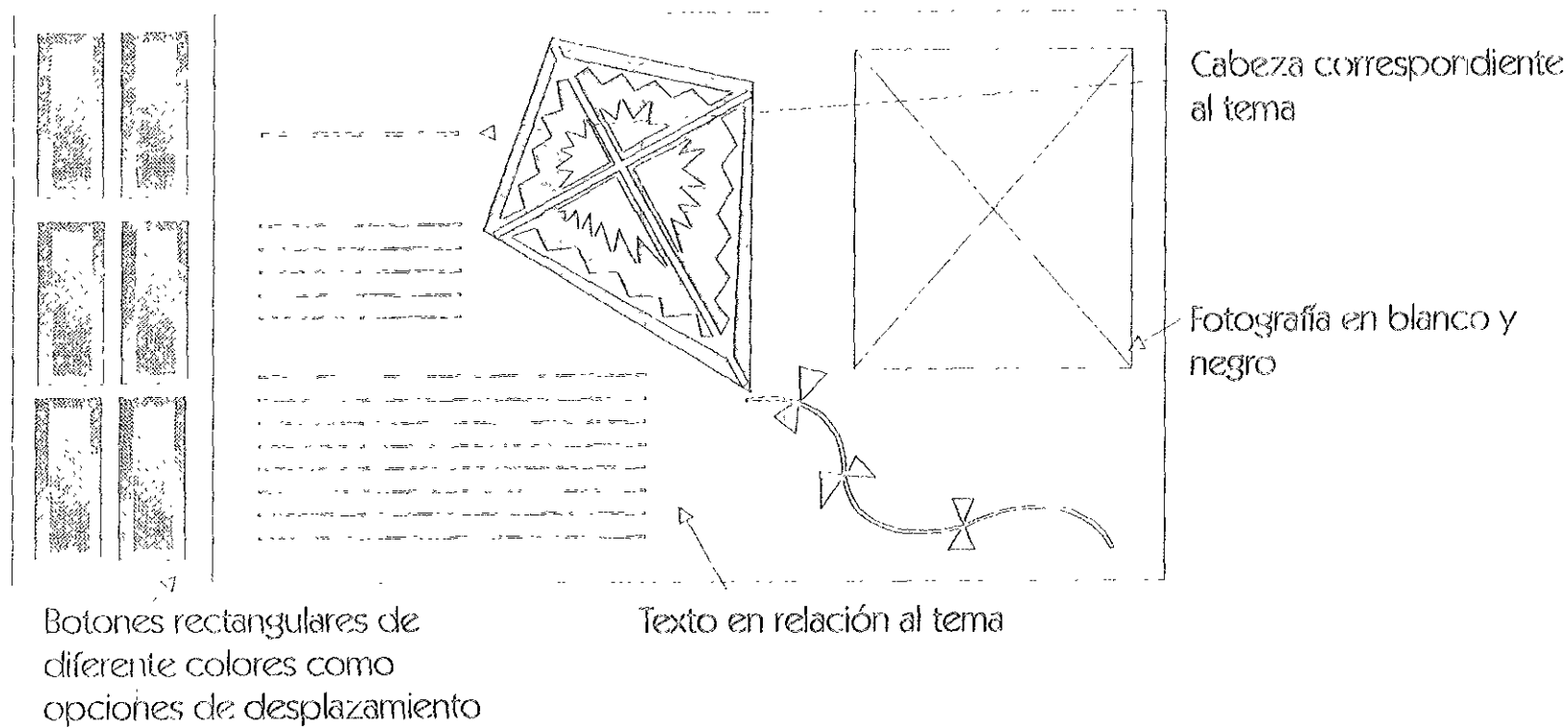
7.4.1. LLUVIA DE IDEAS

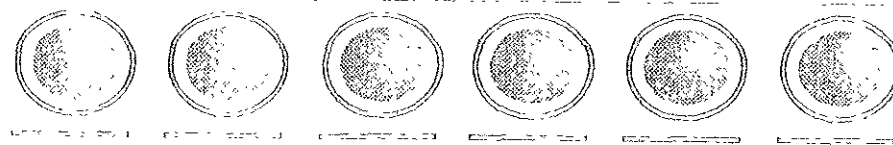




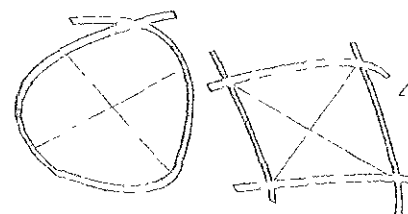
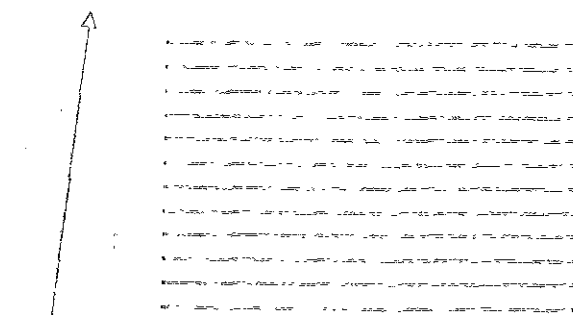


7.4.2. BOCETAJE FORMAL.





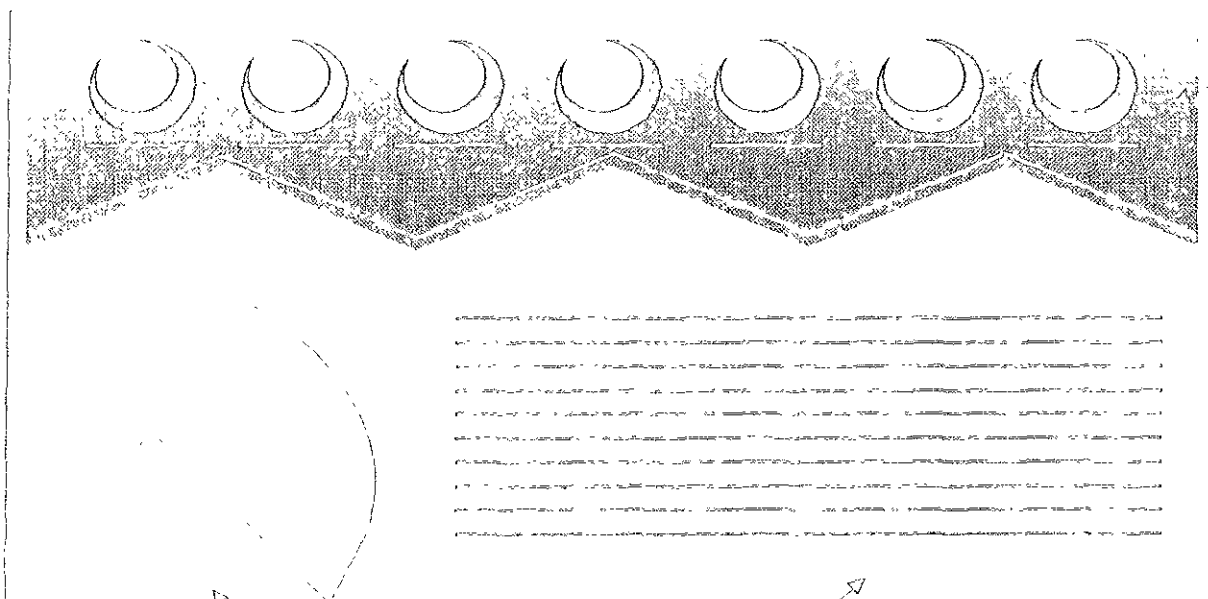
Opciones de desplazamiento a través de la página en forma de botón cada uno con una fotografía alusiva al tema



Fotografías referentes al texto con marco hecho a mano alzada

Título correspondiente al tema dividido en dos colores

Texto acerca del tema

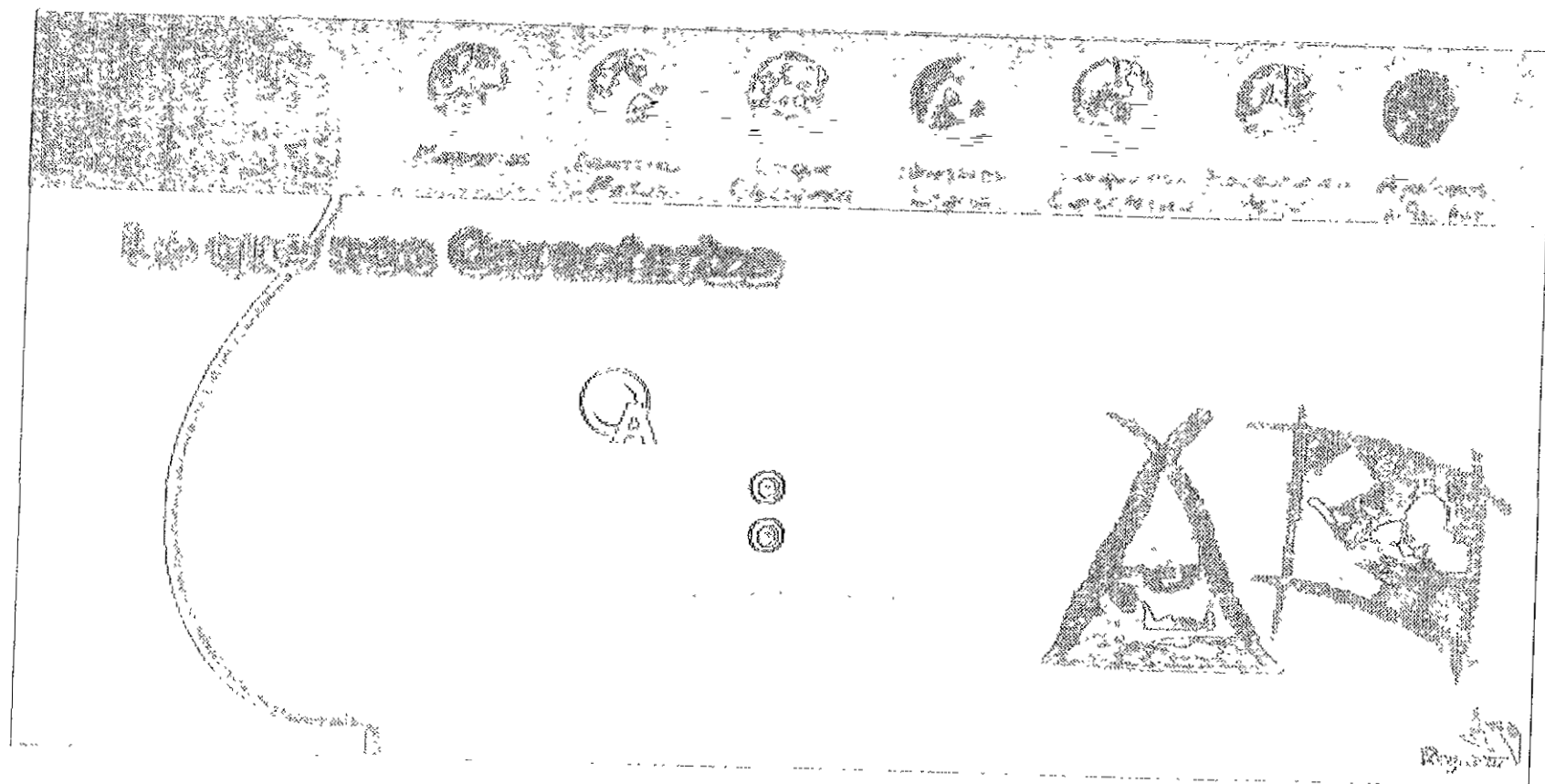


Barra de navegación abarcando los temas principales de la página web

Fotografía circular a color correspondiente al tema de la página

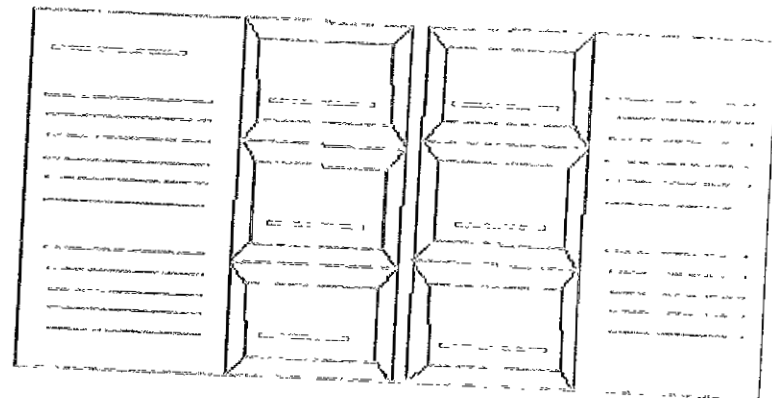
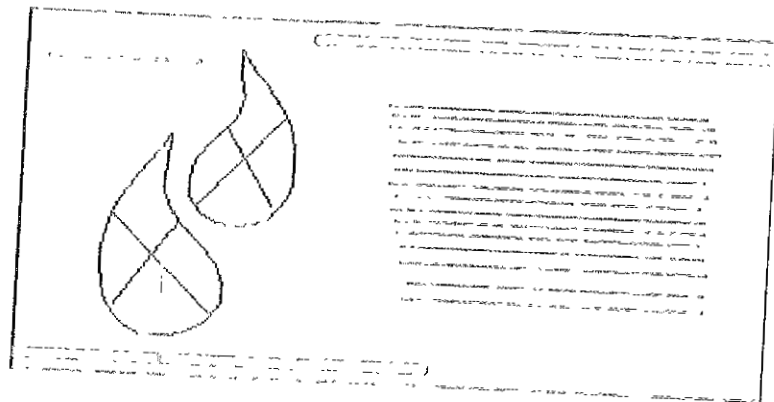
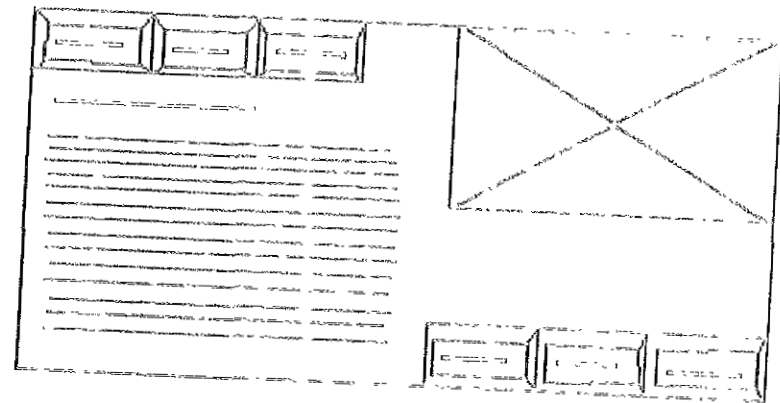
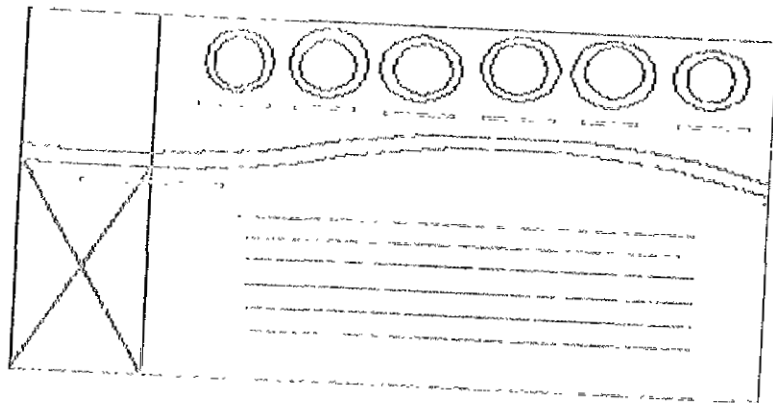
Texto acerca del tema a tratar

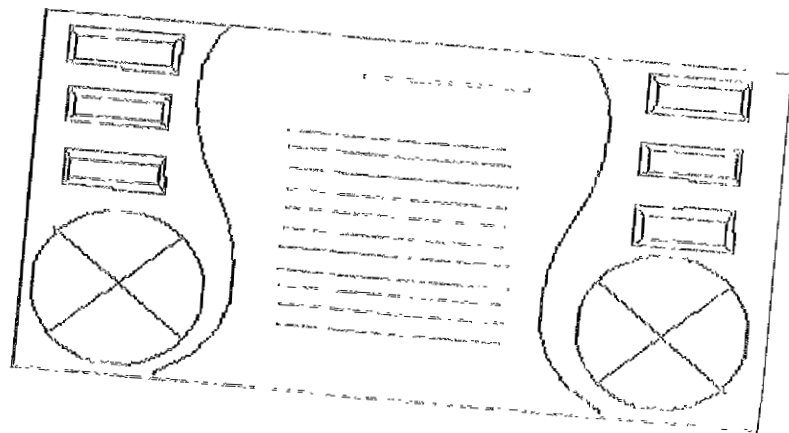
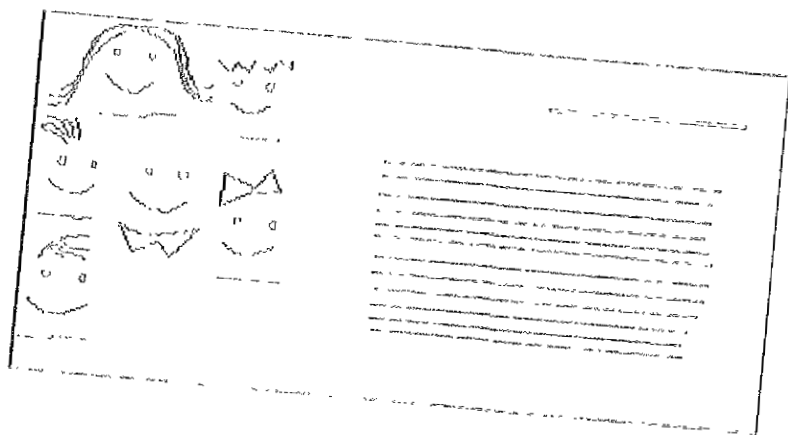
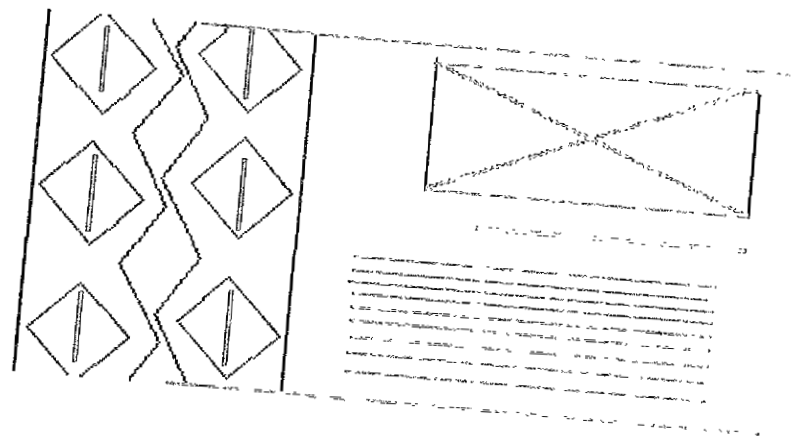
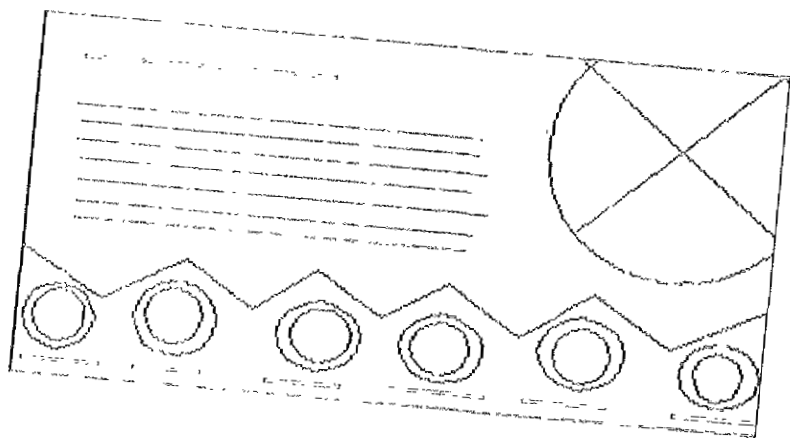
7.4.3 DISEÑO FINAL

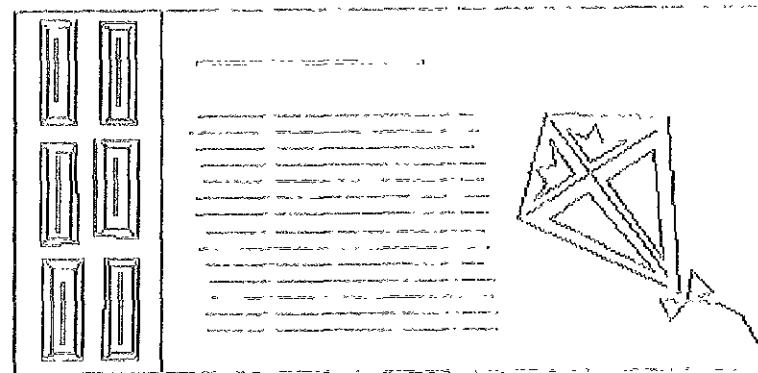
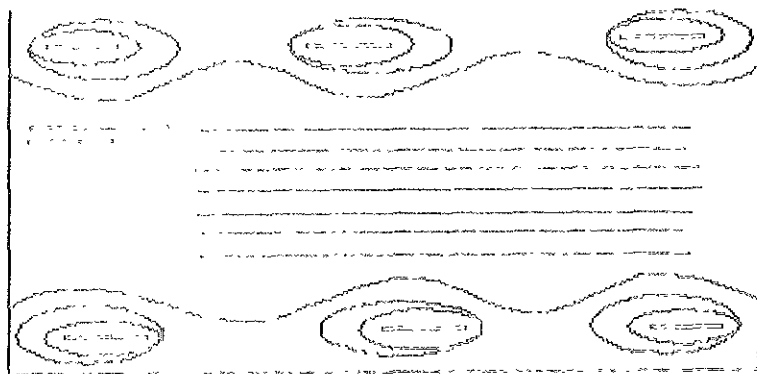


7.5. PROCESO DE DISEÑO PARA LAS PAGINAS DEL TERCER NIVEL (PAGINAS SUBSUBSECUENTES)

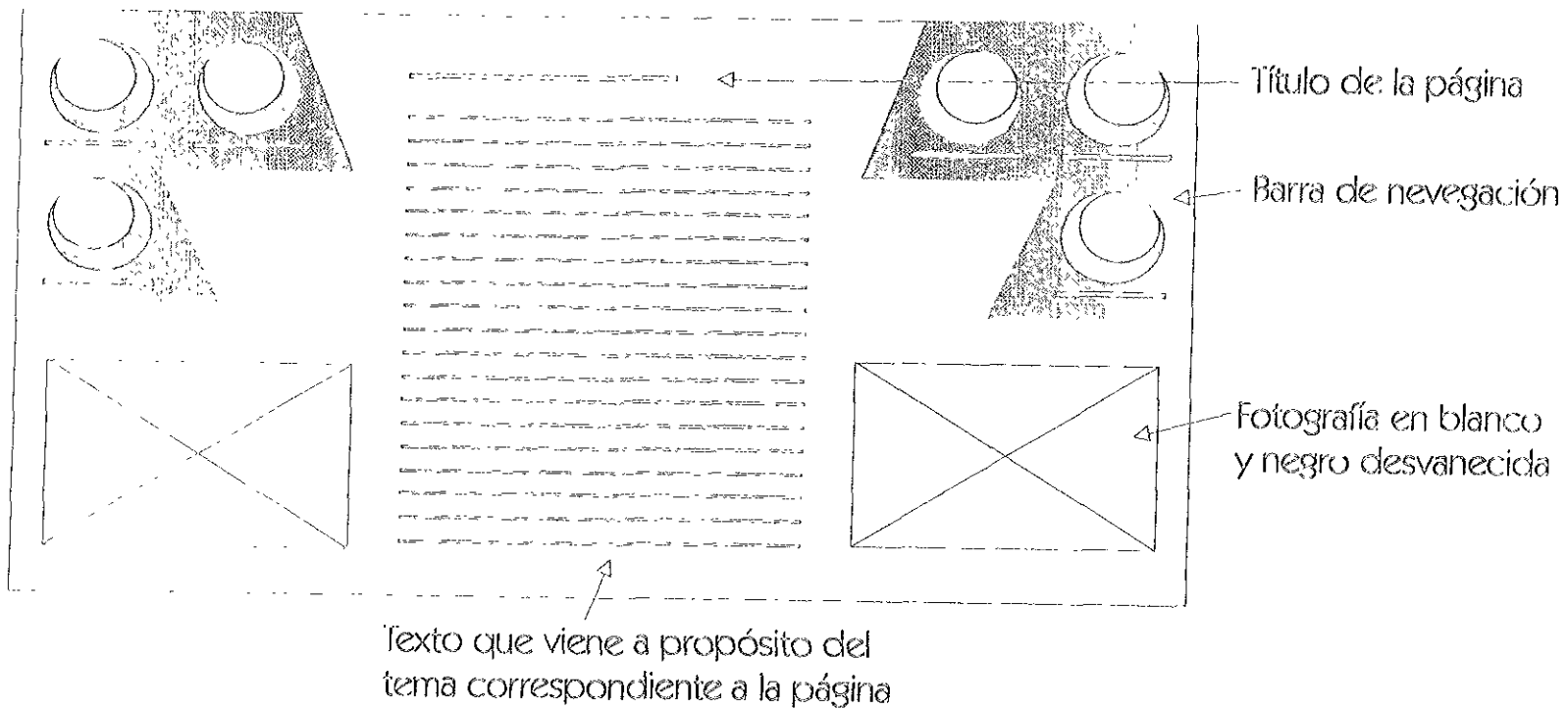
7.5.1. LLUVIA DE IDEAS

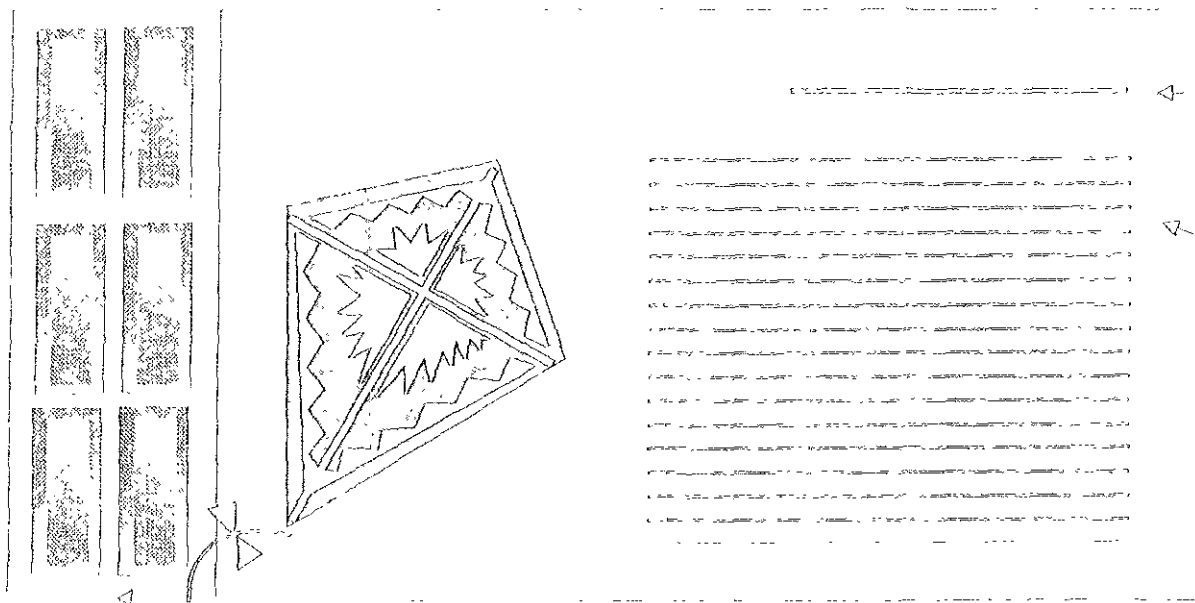






7.5.2. BOCETAJE FORMAL

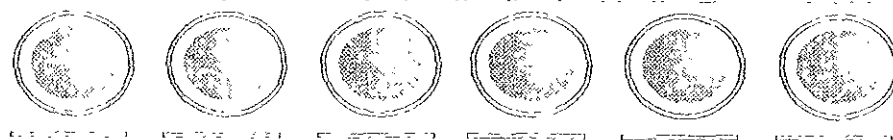




Título de la página

Texto explicativo

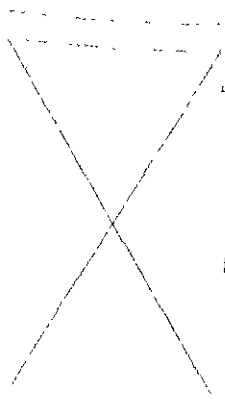
Menú de opciones de desplazamiento según el interés del usuario



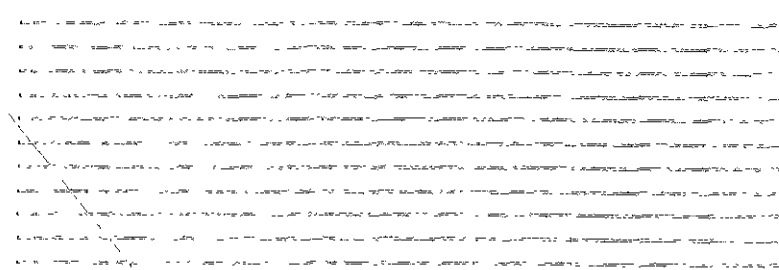
Opciones a seleccionar para navegar por la página con los temas principales

Segunda barra de navegación con los subtemas

Texto referente al tema

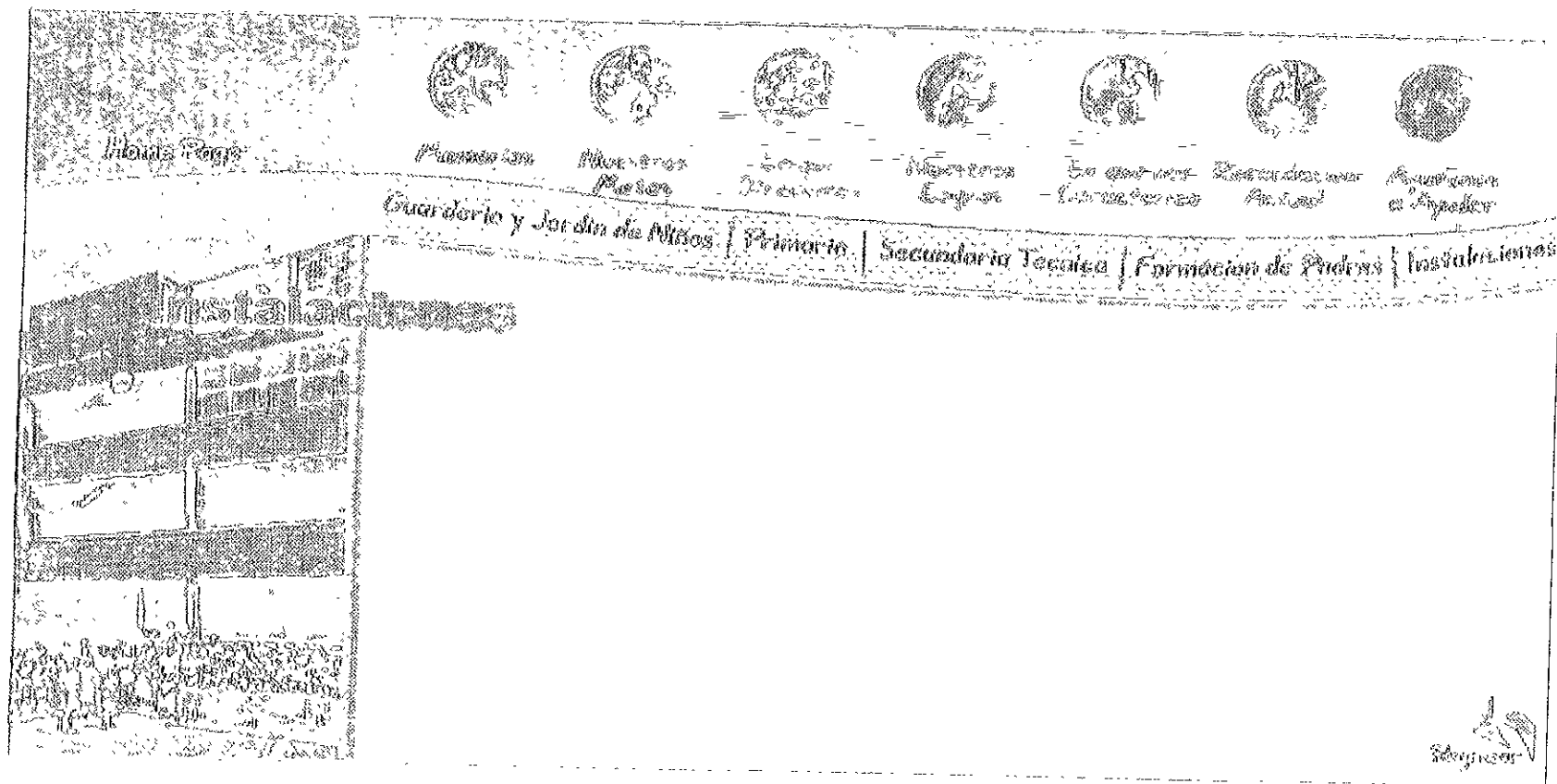


Fotografía correspondiente en monocromía



Cabeza dividida en dos colores

7.5.3 DISEÑO FINAL



7.6. JUSTIFICACION DEL DISEÑO

Home Page- Una vez hechos los bocetos preliminares y logrando una composición entre todos los factores, se optó por un diseño donde las curvas y los círculos prevalecen como un elemento de dinamismo, combinado con fotografías representativas en cada tema, aprovechando así todo lo que una fotografía es capaz de transmitir.

Páginas del Segundo Nivel- Se seleccionó la segunda alternativa debido al impacto visual que logra. La pleca curva del lado izquierdo aporta un gran dinamismo a la distribución de la página. Dando a las fotografías diferentes formas dentro de marcos irregulares se obtiene destacarlas.

Páginas del Tercer Nivel- Aunque estas páginas no llevan la misma importancia que la principal o las del segundo nivel, su papel es interesante, ya que también se enfrenta al reto de retener la atención del usuario. Buscando la integración total de diseño entre las páginas de todos los niveles para así no descontrolar al usuario se mantuvo la misma barra de navegación y textura del fondo. Se consideró de vital importancia el prestar opciones de desplazamiento no sólo por las páginas del segundo nivel, sino también por todas las del tercero, por ello se presentan estas debajo de las principales. La forma y el tamaño de la fotografía monocromática del lado izquierdo aporta equilibrio a la página.

Para el desarrollo del proyecto y la entera satisfacción de la necesidades del cliente sólo se contó

con un logotipo adquirido muy recientemente.

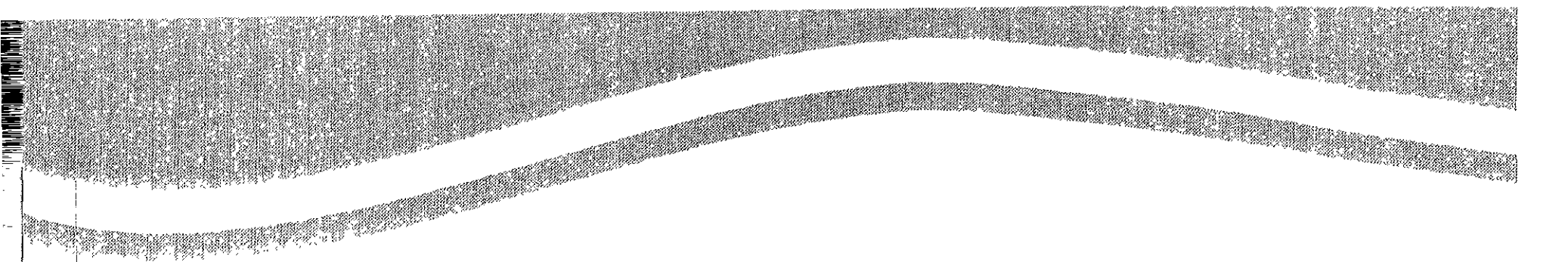
Un requisito que cumple el diseño es el hecho de que aún cuando se trata de un medio electrónico tan moderno como lo es internet, donde la tendencia por lo sofisticado y estrambótico llega a alterar la imagen y el mensaje que la empresa u organización requiere transmitir, la imagen no fue desviada, sino que se mantuvo siempre dirigida hacia lo que se requiere transmitir a través suyo.

Se mantiene un equilibrio entre la confianza y seriedad que debe inspirar un centro de beneficencia infantil y dejar una imagen acerca de los niños, pero sin desaprovechar las condiciones y ventajas que este medio electrónico nos ofrece. Se aprovecharon las cualidades de Internet en cuanto al despliegue de imágenes y la interacción con el usuario.

Muestra una imagen amable y agradable que invita al usuario a que sin miedo navegue a través de la página web e interactúe con ella.

La barra de navegación ubicada en la parte superior de las páginas del segundo y tercer nivel establece un centro de gravedad entre todos los elementos del campo, donde todas las fuerzas están en igualdad de oposición.

El diseño cuenta con un equilibrio y coherencia, la mirada es conducida con naturalidad de un



modo controlado y el efecto en general logra una armonía. Esto se da asignando a cada elemento un sitio especial, como el texto, las fotos y la pleca curva a uno o ambos lados como una apoyo visual.

La imagen se hace clara y concisa en el momento en que el fondo es más grande que cada una de las figuras y más simple, al ser de un tono neutro permite apreciar tanto a los elementos gráficos, que logran brincar a un primer plano y se perciben por contraste en el campo visual, como al texto permitiéndole una legibilidad adecuada.

Debido a la organización de los elementos visuales y en el campo que los contiene se da una sugerencia de dinamismo que busca romper con el rígido formato rectangular que ofrece la pantalla de una computadora. Esto se buscó reforzar con la aplicación de la pleca curva abarcando las páginas del segundo nivel de arriba a abajo y de derecha a izquierda en el caso de las del tercer nivel, así como los botones de la barra de navegación en forma de círculo.

Es importante también señalar que cada una de las páginas que conforman al web logran una integración entre sí, esto en Internet, como en cualquier otro medio es muy importante por que proclama la unidad en el proyecto y constancia en lo que transmite. Si esto no fuera así el usuario podría confundirse y creer, al cambiar a la siguiente página, que ha brincado a otro web que trata un tema distinto.

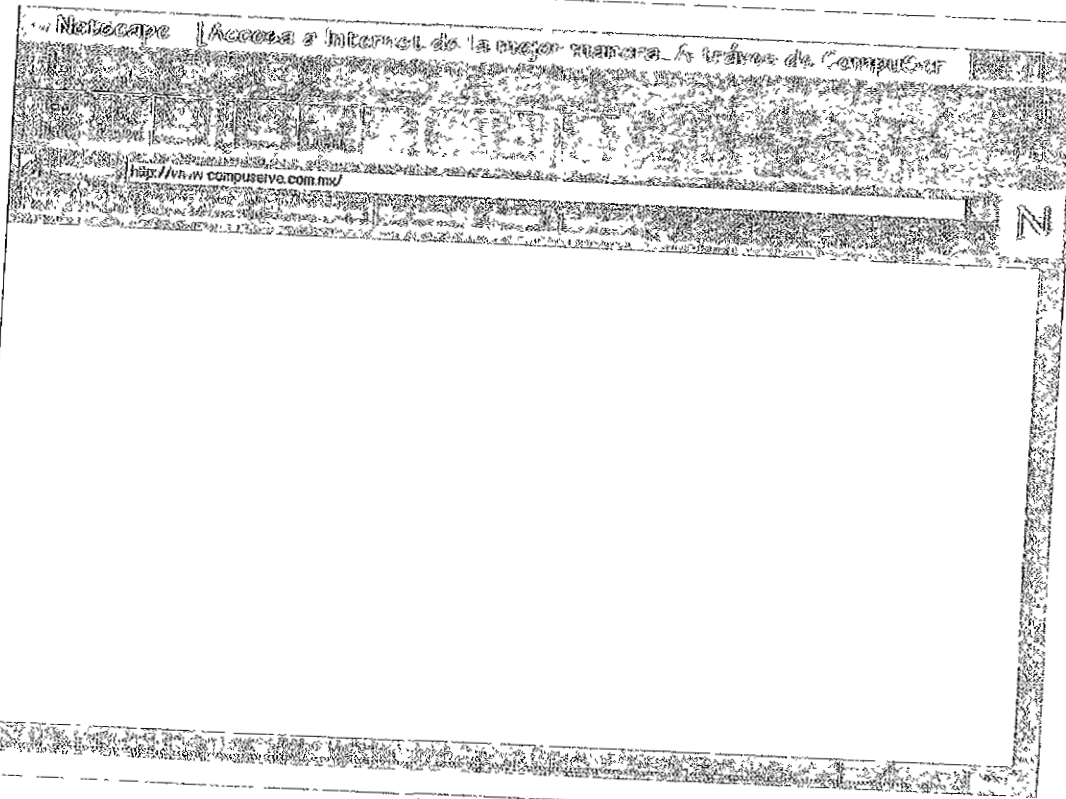
Definitivamente una imagen habla más que mil palabras, y esto es lo que se logra al ubicar fotografías desde la Home Page (o Página Principal) hasta las páginas de los niveles inferiores. Buscan sensibilizar a quien las ve ofreciendo imágenes reales de niños que carecen de ayuda o que gracias a los donativos ya cuentan con una educación. Estas fotografías fueron sometidas a un proceso de monocromía para lograr mayor contraste entre ellas y aumentar la atención del usuario.

Espero, con este trabajo, aportar a "Gota de Leche", además de un medio para la recaudación de fondos, una imagen que se identifique con ella y la respalde en su obra.

7.7. MEDIDAS

Las medidas a acatar para una página web depende de la resolución del monitor de computadora donde se vaya a recibir la imagen. En este caso se considera una de las resoluciones más comunes entre los usuarios de Internet y que ofrece mayor posibilidades para el diseño: 800 X 600 pixeles , resultando dentro del Browser una pantalla de 785 X 438 pixeles:

800 pixeles.



438 pixeles.

600 pixeles.

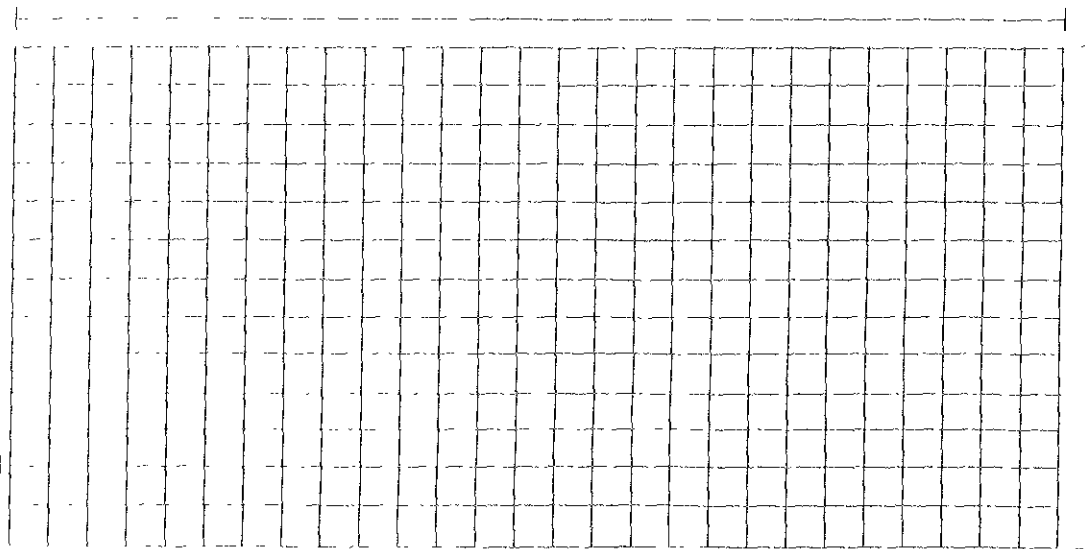
785 pixeles.

7.8. RETICULAS

Se conoce como retícula o pauta a la división geométrica de una área en espacios medidos con precisión, con el fin de ordenar la información exhibida de una forma armoniosa y legible.

Para el lay-out tanto de la Home Page (o página principal), como para las páginas del segundo y tercer nivel se utilizó la siguiente retícula:

785 pixeles.



438 pixeles.

7.9. DISEÑO TIPOGRAFICO

Dos de las características esenciales a tomar en cuenta en la elección tipográfica es la legibilidad y la visibilidad. La legibilidad permite a un tipo de letra ser empleada en textos largos que requieren de una lectura prolongada. La visibilidad se refiere a la claridad del tipo de letra, al hecho de que cada carácter esté bien definido y se identifique fácilmente.

Tomando en cuenta los requisitos antes mencionados se escogieron cuatro tipos preliminares que cumpliesen con dichas condiciones y que se integrasen con el estilo que se ha seguido:

Ayudanos a Ayudar	(Benguiat Bk BT)
Ayudamos a Ayudar	(NormandeBT)
Ayudanos a Ayudar	(Hobo BT)
Ayudanos a Ayudar	(Arial Black)

La tipografía seleccionada fue la Arial Black. El estilo de este tipo no tiene una intención protagonista, es seria y sencilla pero lo suficientemente gruesa como para captar la atención.

Por otro lado se buscó una tipografía de trazo libre, que simulara la escritura de un niño y así evocara la finalidad de este proyecto, sensibilizar al usuario. Con este fin se buscaron tipos con dicha

característica:

<i>Ayudanos a Ayudar</i>	(Kids)
<i>Ayudanos a Ayudar</i>	(QuillScript)
<i>Ayudanos a Ayudar</i>	(Enviro D)
<i>Ayudanos a Ayudar</i>	(Technical)

La QuillScript, fue la fuente elegida por que además de simular la escritura a mano libre ofrece legibilidad

7.10. TIPOS DE TEXTO

Para todos los textos informativos en general dentro de la página se utilizará la fuente tipográfica Arial Narrow con una justificación alineada hacia la derecha, debido a la facilidad de lectura que ofrece al usuario.

7.11. CARACTERISTICAS DE CABEZAS

Las cabezas son manejadas en Arial Black (antes mencionada) divididas por dos tonos de colores contrastantes entre sí que logran atraer la atención del usuario y darle la importancia, que entre los demás elementos de la página merece. Se utiliza un tamaño de 30 puntos en el caso de las páginas del segundo nivel y de 25 puntos en las páginas el tercer nivel.

7.12. TIPOS DE IMAGENES

Se emplearon dos tipos de fotografías monocromáticas y a blanco y negro. Cada una es alusiva al tema o temas de que trata cada página. Se dió un trato monocromático a algunas para lograr integrarlas al resto de los elementos por medio del color y ser más atractivas para usuario.

7.13. DETERMINACION DE GRAFISMOS

En cuanto grafismos se recurrió a degradados en forma de sombras para dar mayor realce a las

plecas curvas y en los botones para aumentar su volumen.

Como división o para resaltar algún texto fue necesario implementar una pleca, tomando en cuenta varias opciones:

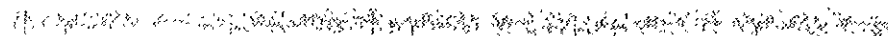
1er. alternativa



2a. alternativa



3er. alternativa



Se escogió la tercer alternativa por ser la que logra una mayor integración al resto del diseño.

Como apoyo al enumerar una lista o para destacar algún punto dentro del texto fue necesario utilizar bullets, su diseño fue elegido entre varios:

1er. alternativa



2a. alternativa



3er. alternativa



Fue elegida la alternativa número 9, coincidiendo con las características buscadas

Se requirió de un ícono con la función de retroceder a la página anteriormente consultada. Fueron creadas tres diferentes alternativas para así elegir la más apropiada:

1er. alternativa



9a. alternativa



3er. alternativa



La primer alternativa resultó la más conveniente al ser su forma la más obvia para esta función.

7.14. DISEÑO DEL COLOR

El color es un elemento importante en la integración de la imagen de una página web, una de sus finalidades es reforzar los elementos visuales que ayudan para su identificación. En algunos casos el cambio de color o empleo erróneo puede transformar el significado de una imagen.

El color crea impactos visuales instantáneos y algunas veces es captado antes que la forma.

El contraste visual constituye la base de la percepción de la forma y es fundamental para la organización visual, una de sus finalidades es reforzar los elementos visuales que ayudan para su identificación.

Los colores son fuerza, energía radiante que nos afecta positiva o negativamente. El color está cargado de fuerza y es una de las experiencias más penetrantes que todos tenemos en común, el color tiene una afinidad intensa con las emociones.

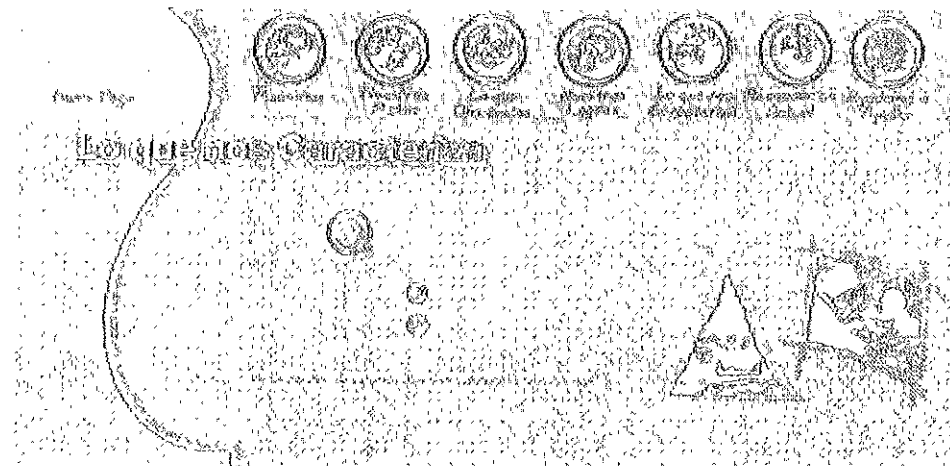
Cada color tiene la categoría de significados, por ello nos ofrece un enorme vocabulario en la comunicación visual.

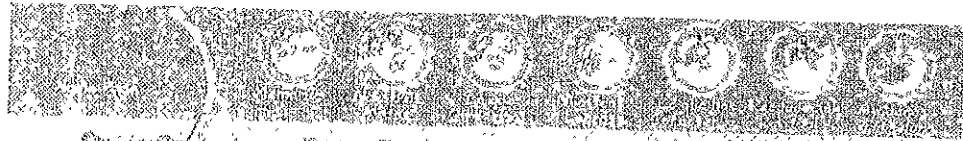
Un factor que debe ser considerado en el diseño para medios electrónicos, es que la brillantez de

los colores dependerán de la regulación en la que se encuentre el monitor de la computadora que refleja la imagen que estará regulado por el gusto o hábito del usuario. Cabe señalar de igual forma que esta variación puede llegar a ser un tanto considerable pero no al grado de cambiar los colores de una a otra paleta.

Para la selección de los colores más adecuados para el proyecto se tomaron en cuenta diferentes paletas de color: Colores Pasteles, Colores Vivos, Colores Apagados con las connotaciones que cada grupo de colores trae consigo:

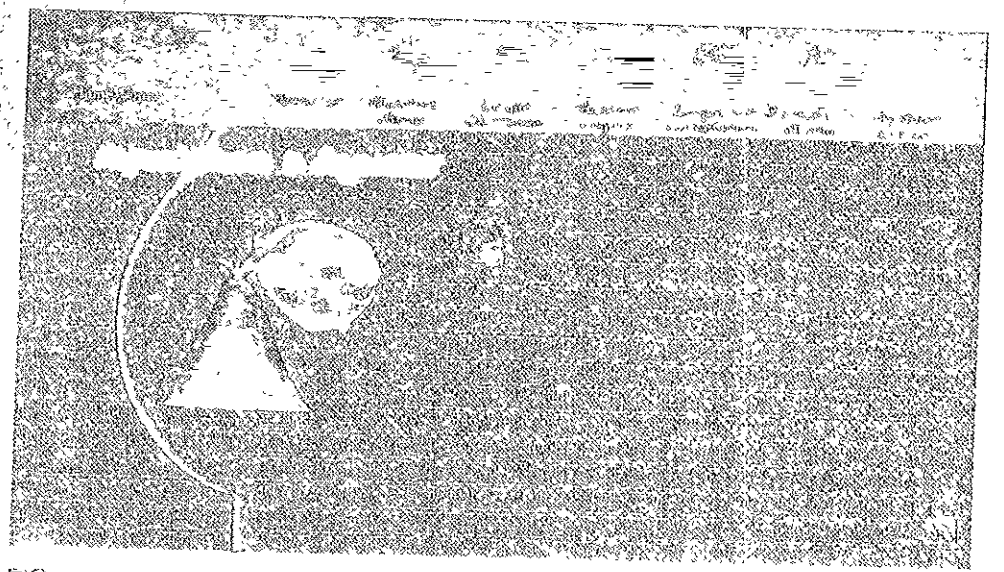
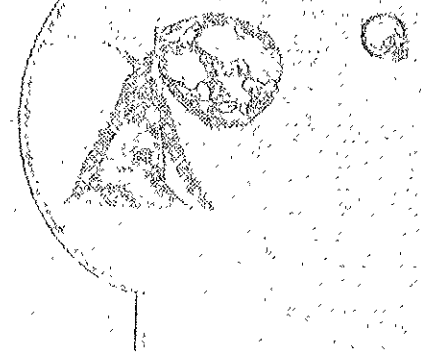
Colores Pasteles:





Colores Vivos

El mundo de los colores



Colores Apagados

7.15 DEFINITIVOS

Dada la conotación de cada uno de estos grupos de colores me incliné por los colores vivos. Estos atraen la atención, por lo que ofrecen al diseñador un poderoso medio de comunicación. Una paleta entera de ellos puede crear efectos especiales en un diseño, sugieren animación, felicidad, dinamismo y espontaneidad.

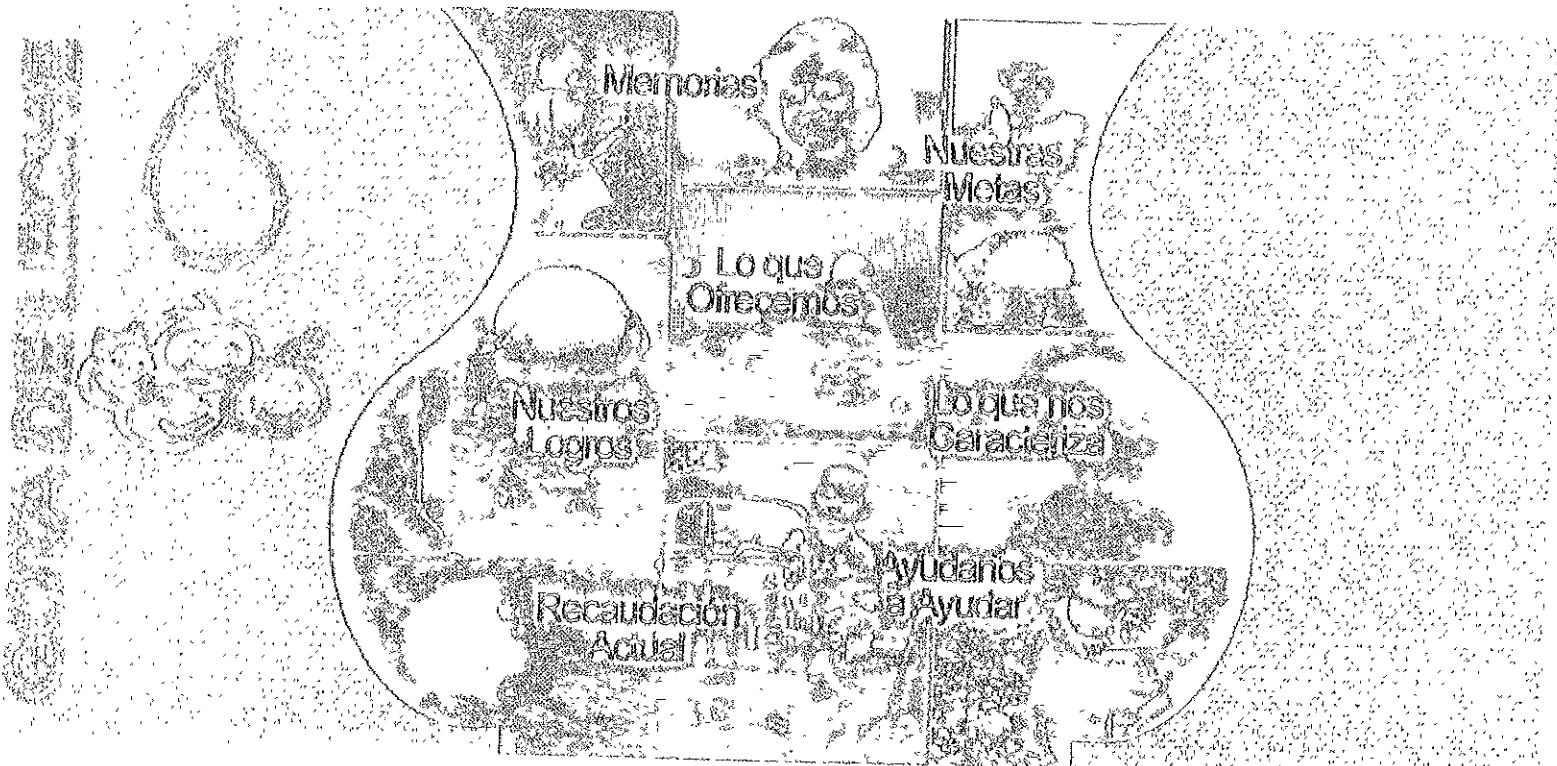
Se buscó añadir un entorno de color neutro para hacer destacar en él a cada uno de los elementos. Así pues, mirada tiende a fijarse primero en los colores vivos, con lo que se consigue centrar la atención por encima del fondo.

Para dar mayor dinamismo e interés se designó un color distinto en cada una de las páginas del Web, apoyado por otro color con el cual logra un contraste atractivo que destaca a ambos y da mayor luz a la imagen.

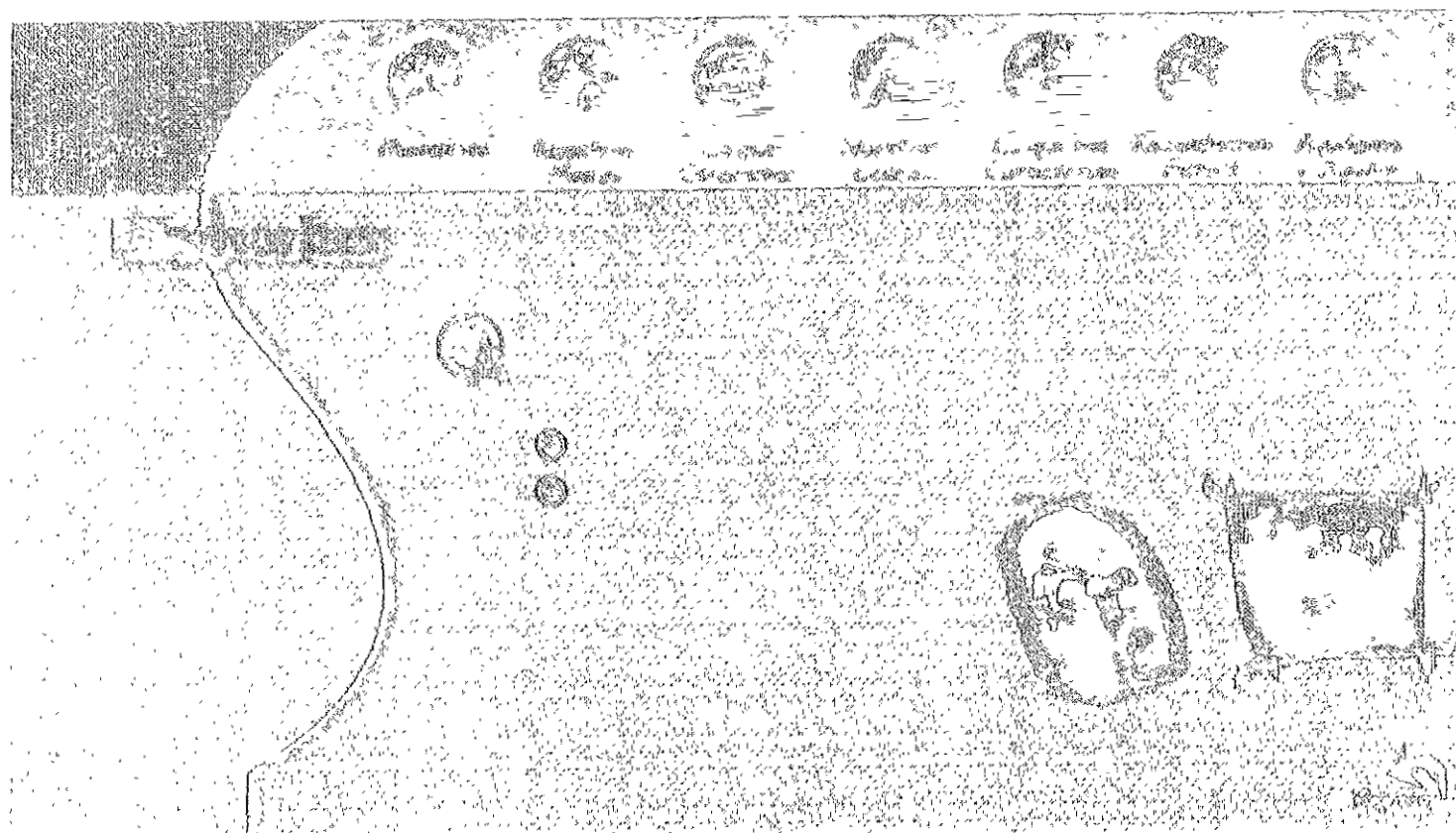
Los colores vivos, junto con las formas curvas, logran un gran dinamismo y crean un factor de atracción hacia el usuario.

Los contrastes que ofrecen estos colores entre sí dan un toque de alegría y actualidad, mientras que un color neutro de fondo aporta un equilibrio entre ellos.

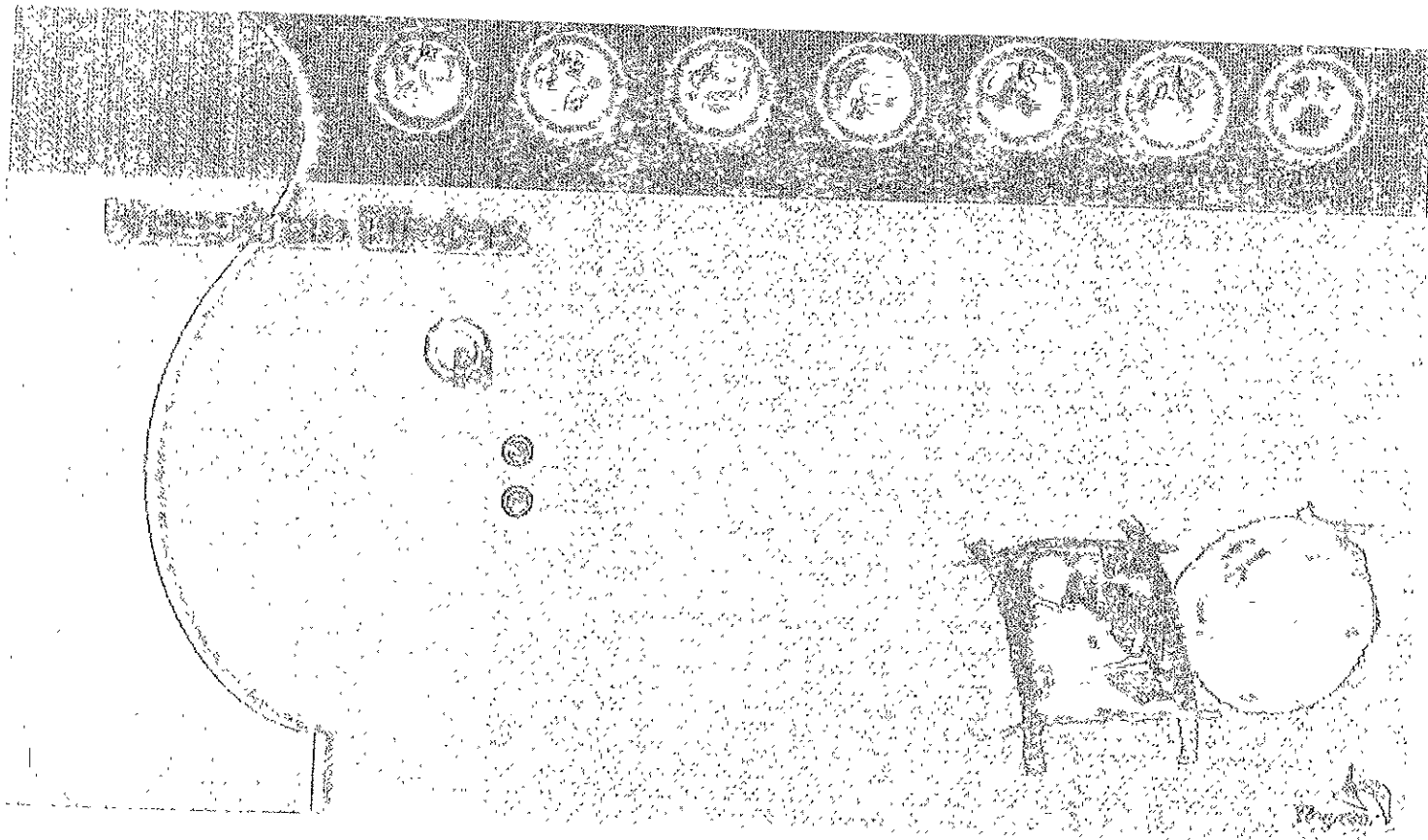
HOME PAGE

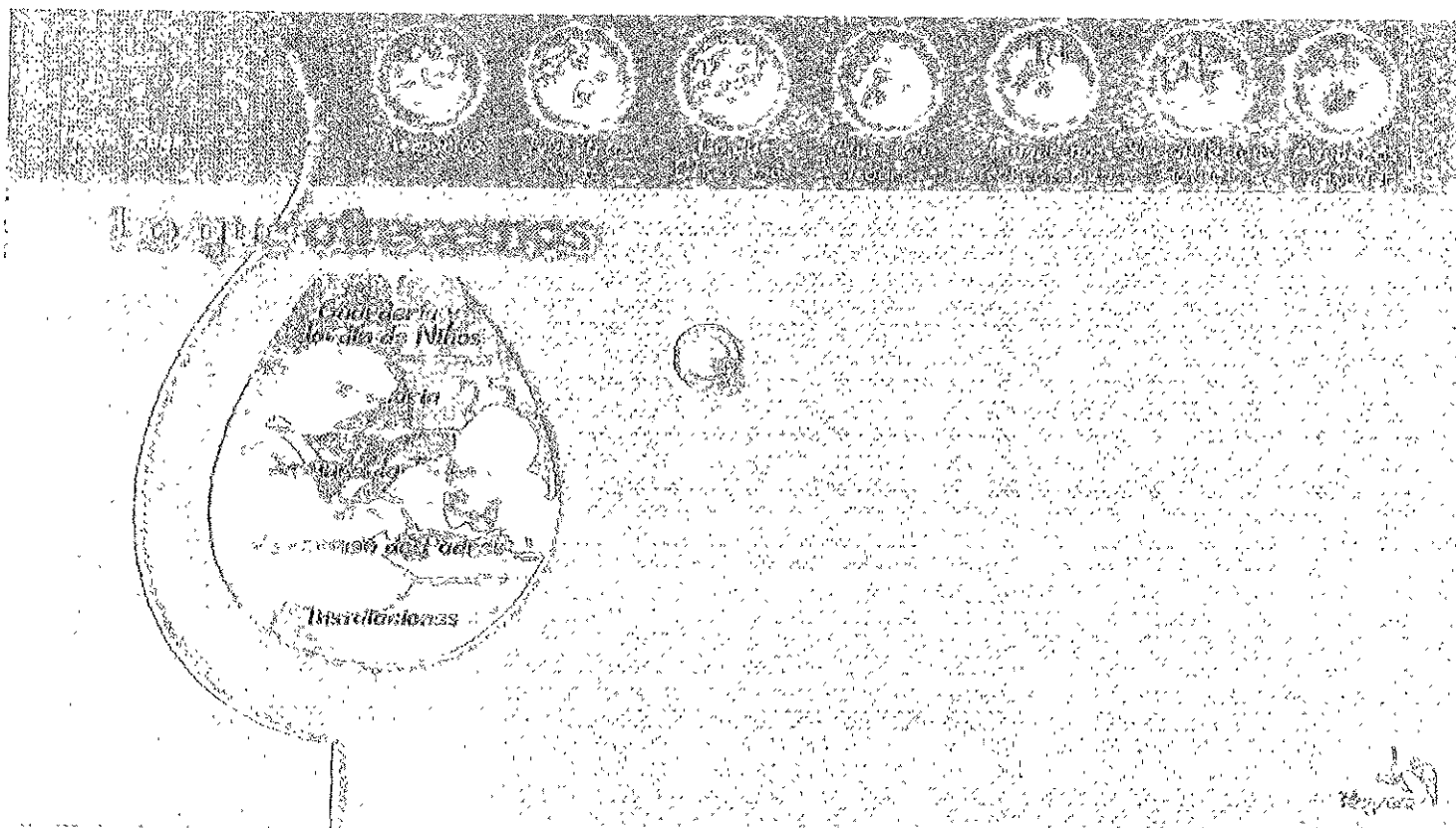


PÁGINAS DEL SEGUNDO NIVEL.



Handwritten notes in the right margin, including the word "MAYOR" and other illegible scribbles.



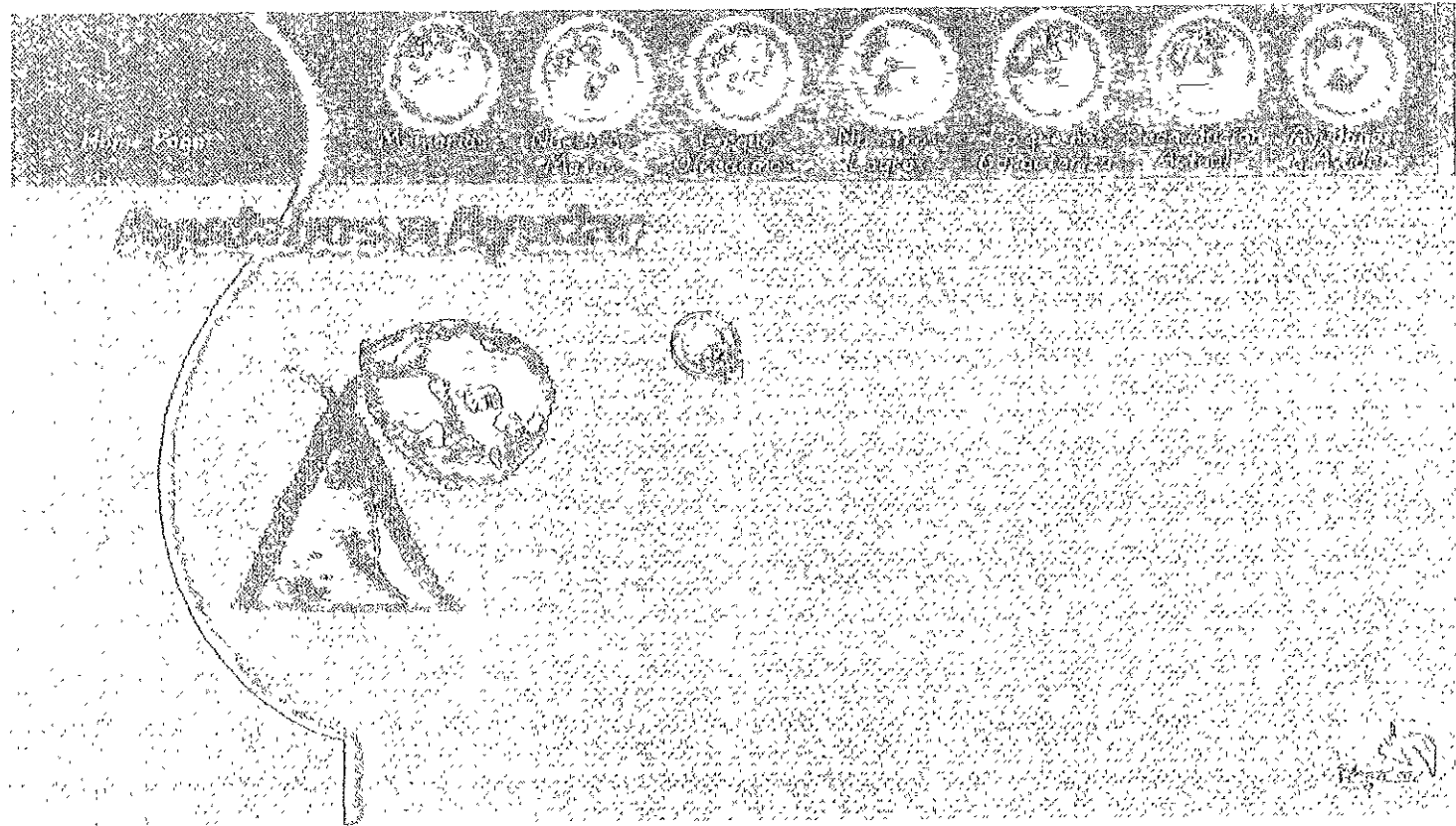


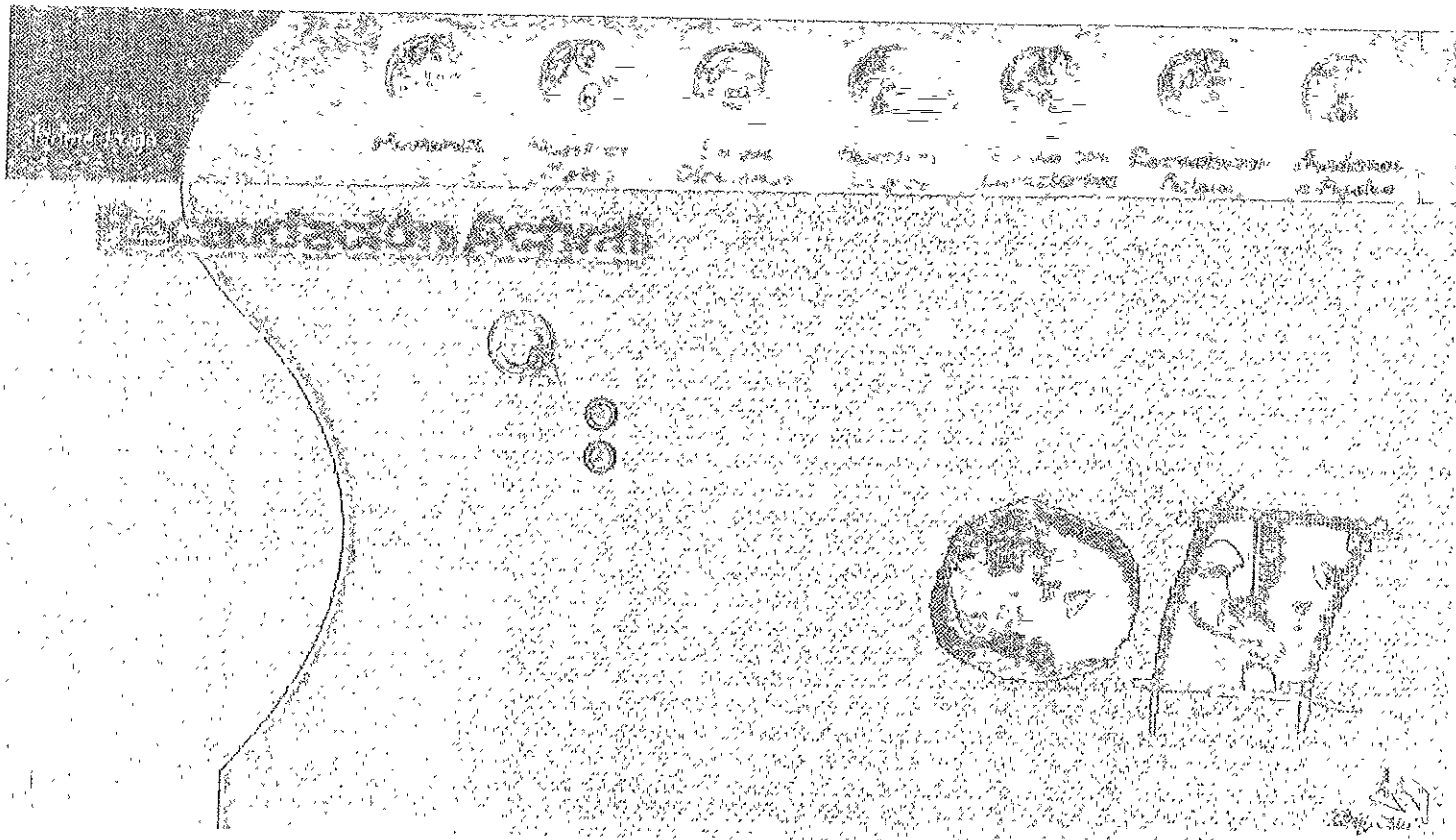


Handwritten text, possibly a signature or name, located below the decorative band.



Handwritten text or signature located at the bottom right of the page.





1911-1912

1913-1914

1915-1916

1917-1918

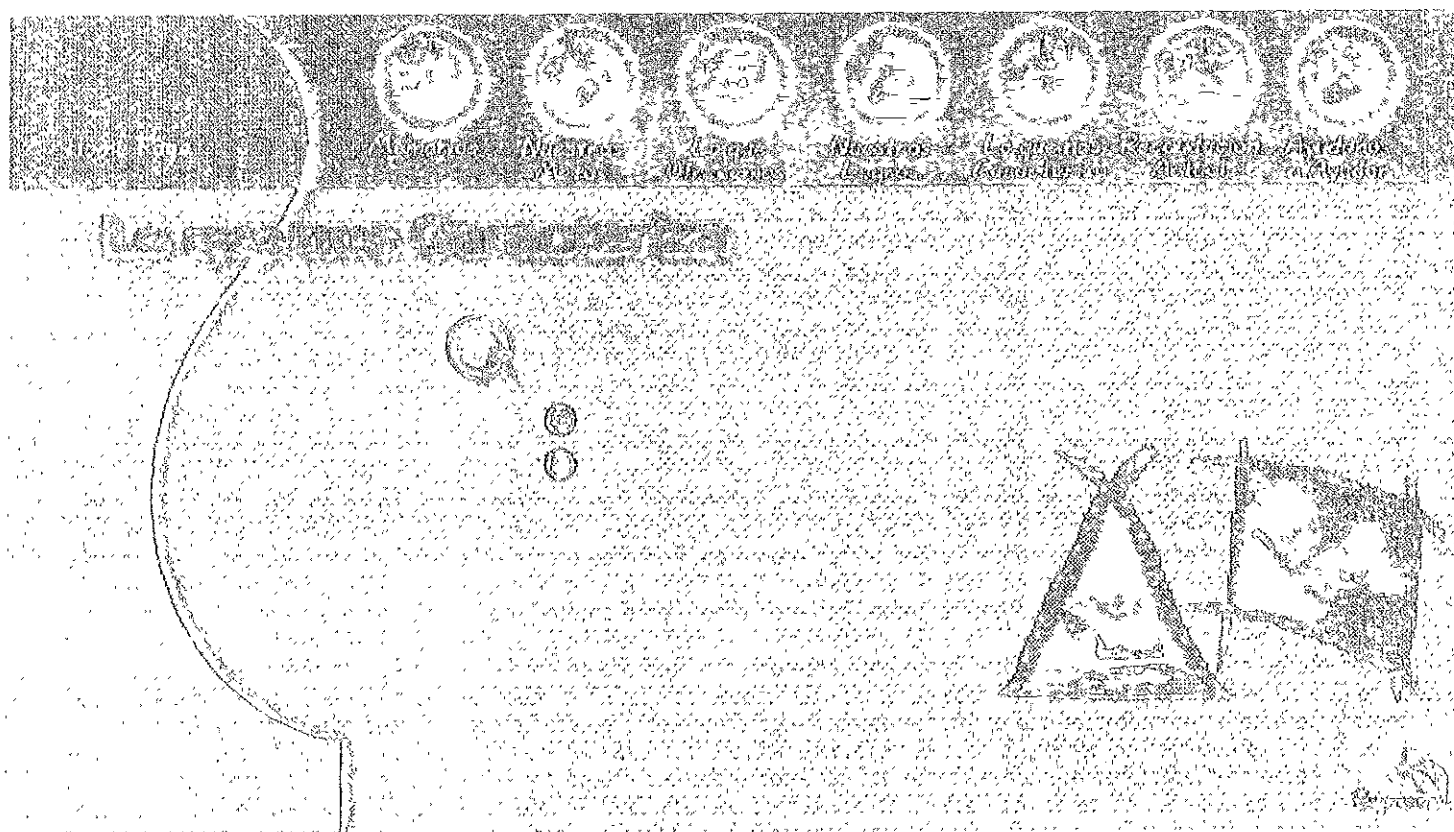
1919-1920

1921-1922

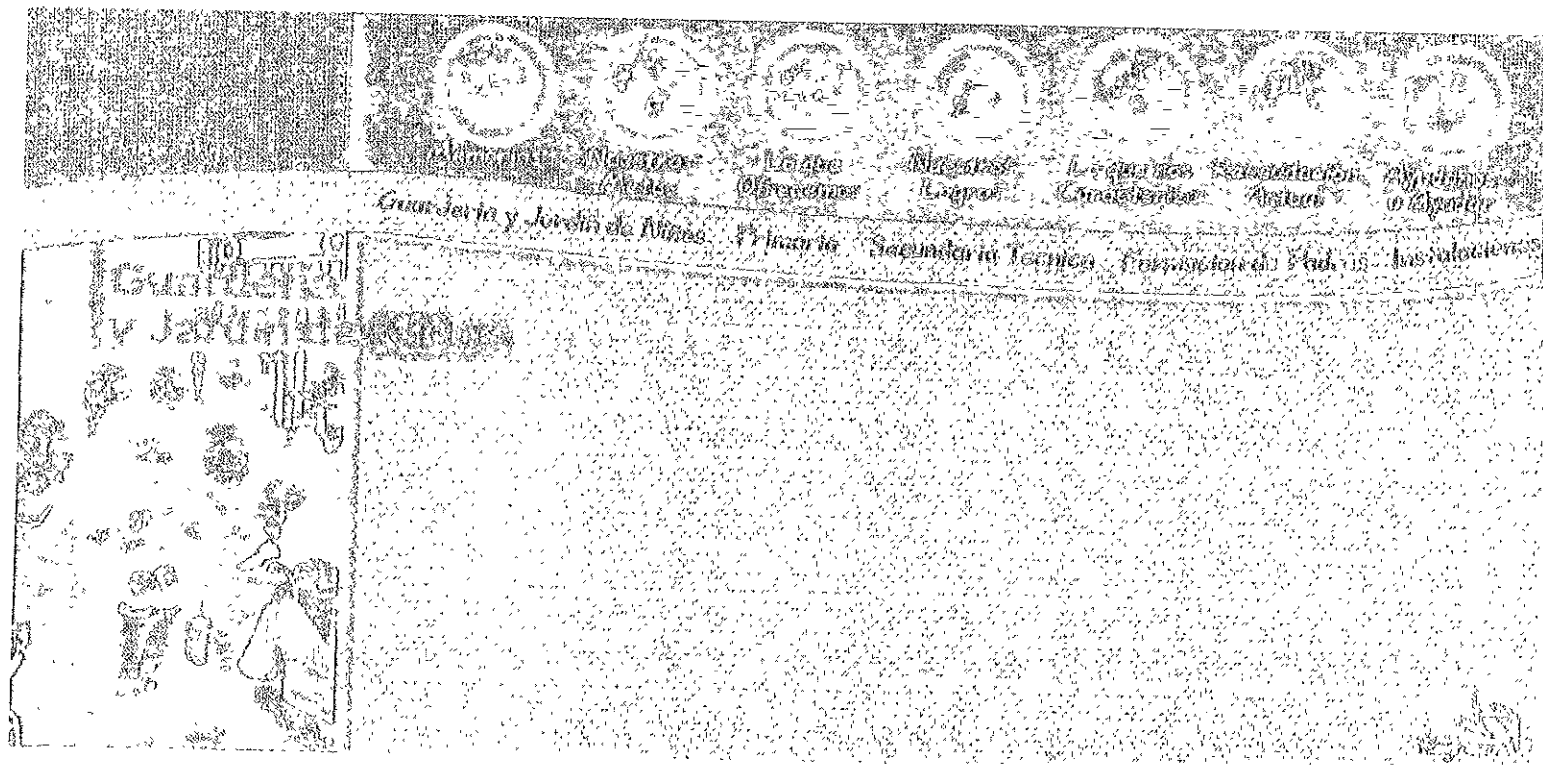
1923-1924

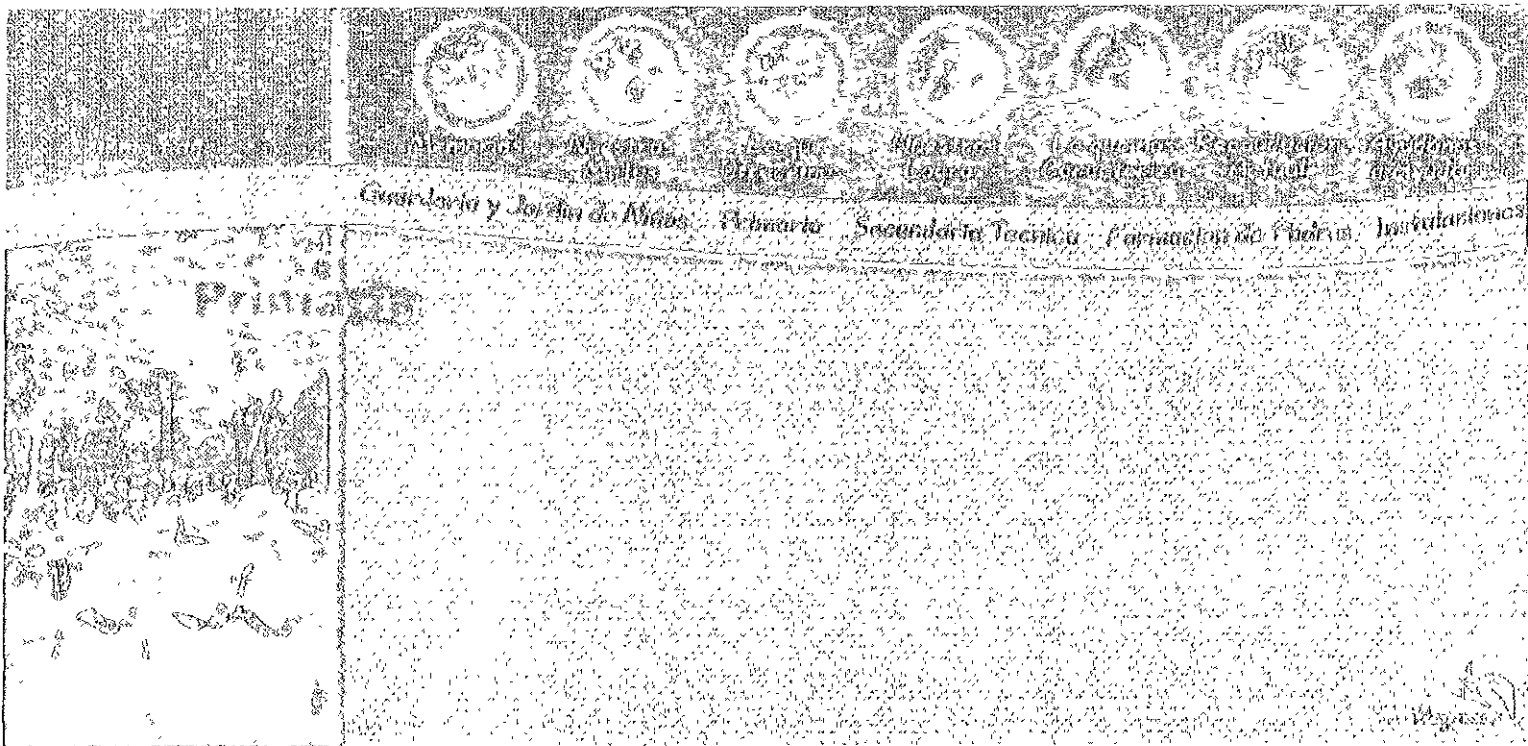
1925-1926

COMMISSION AGRI



PÁGINAS DEL TERCER NIVEL



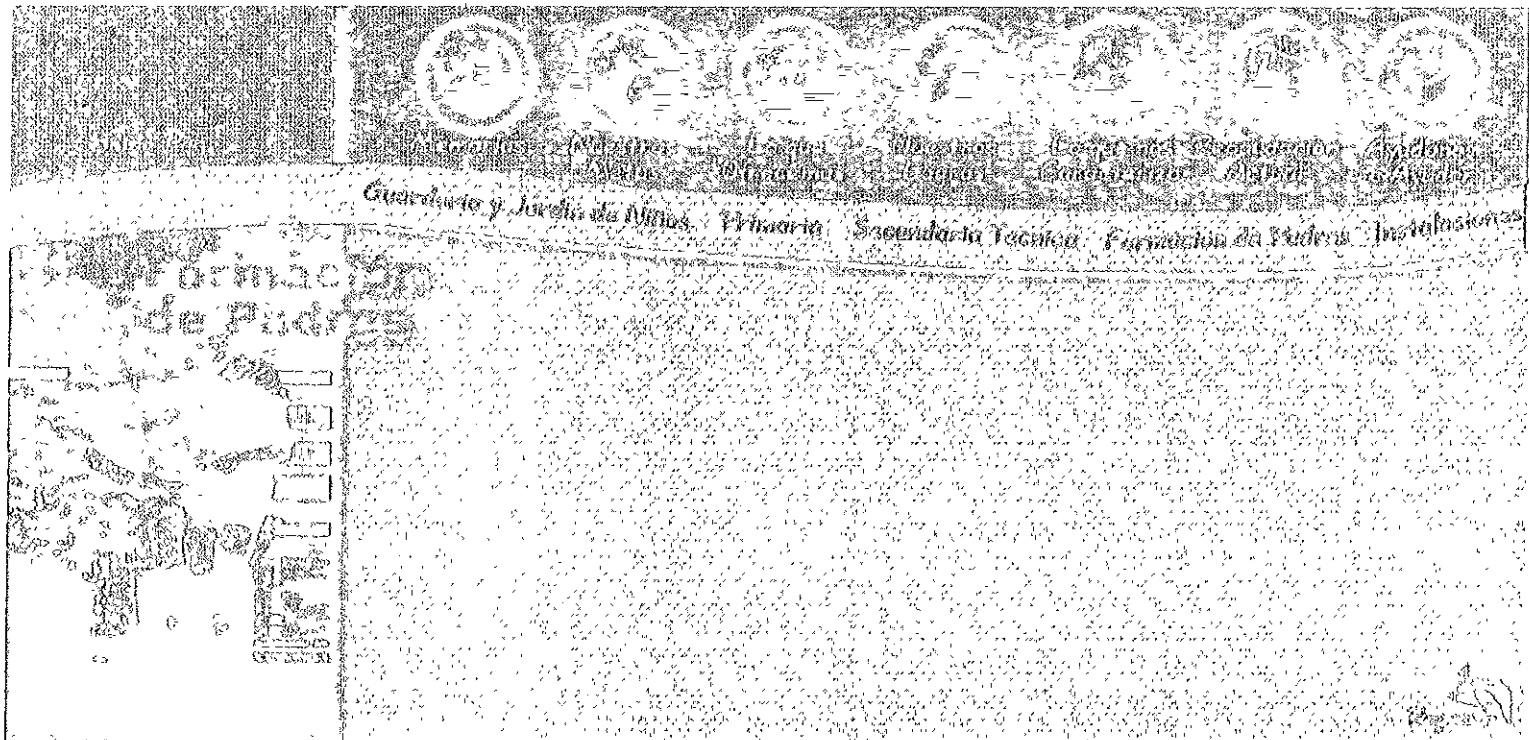




Cum doctis y Jordán de Alvega Primaria Secundaria Técnica Formación de Padres Instalaciones



[Handwritten signature]



Guardia y Jorja de Minas | Tecnología | Segunda Técnica | Permisos de Pesca | Instalaciones

Habiendo cumplido con todo el proceso de diseño debe ponerse gran atención en la forma en que se le va hacer llegar al programador de html la logística y funcionamiento de la página Web. Para esto es necesario contar con un archivo individual en formato .gif o .jpeg para cada uno de los elementos que lo componen. Por otro lado estos archivos deben ser nombrados de forma sencilla, de preferencia numéricamente, con el fin de facilitar su localización. En cuanto a la distribución de cada uno de los elementos de la página, debe tomarse en cuenta las limitaciones que el código html trae consigo.

Una forma sencilla de transmitir al programador nuestras ideas, es proporcionando una impresión de las pantallas de la página Web señalando los elementos que la forman y el nombre de su archivo y extensión.

Conclusiones

A través de este proyecto se muestra que actualmente se están abriendo nuevos campos y medios para la aplicación del diseño, las nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación: Internet y la multimedia. Con esto se rompen los esquemas surgiendo nuevos lenguajes, nuevos códigos de información, y nuevas formas de lectura que permiten una gran interacción entre el emisor y el receptor del mensaje, como es la donación de fondos.

Con este trabajo se ha dejado latente que del mismo modo que en la publicidad sobre papel, la imagen tiene vital importancia. Una página web atractiva y de cómoda navegación tiene el éxito más seguro que una página fría y estática. No olvidemos que, en la era de la imagen, el éxito de un medio como INTERNET plenamente visual depende en gran medida del trabajo de profesionales del diseño gráfico que sepa otorgar a cada Web el tratamiento adecuado.

El diseño gráfico, sobre papel, ha dado el salto al ciberespacio aplicando sobre un monitor de computadora toda la experiencia acumulada anteriormente.

bibliografía

ANÁLISIS Y DISEÑO LÓGICO

Olea, Oscar

Ed. Trillas

México, 1976

ARTE Y PERCEPCIÓN VISUAL

Arheim, Rudlof

Alianza Editorial

Madrid, 1984

COLOR AND COMUNICATION

Faure, J.P. November, A.

ABC Edition Zurich

Zurich, 1979

CORPORATE DESIGN PROGRAMS

Eksell, Olle

Ed. John Lewis

London, 1967

CROSS-CULTURAL DESIGN

Henry Steineer and Ken Haas
Thames and Houston Ltd, London
London, 1975

DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

Munari, Bruno
Ed. Gustavo Gilli
Barcelona, 1980

EL COLOR EN EL DISEÑO GRÁFICO

Swann, Alan
Ed. Gustavo Gilli
Barcelona, 1993

ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA EN INTERNET

Vassos, Tom
Prentice Hall
México, 1994

FUNDAMENTOS DE MARKETING

Stanton, William
Ed McGraw-Hill
Méico, 1980

INTERNET, MANUAL DE REGERENCIA

Hahn, Harley
Osborne McGraw-Hill
España, 1994

NOTES ON GRAPHIC DESIGN AND VISUAL COMMUNICATION

Scott & Coghters Publishing, Inc.
united States of America, 1980

SISTEMA DE RETÍCULAS

Otl, Aicher, Martin, Krampfer
Ed. Gustavo Gilli
Barcelona, 1989



THE WORLD WIDE WEB PASO A PASO

Prentice Hall

México, 1994

WWW DESIGN

Donnelly, Daniel

Rockport Publishers, Inc.

United States of America, 1997