



# **UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación  
Carrera Ciencias de la Comunicación.**

**TEMA:**

**Estudio, diseño de un prototipo y monitoreo del Banco de Recursos académicos  
en la red para la carrera de Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de  
Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad Católica Santiago  
de Guayaquil, malla curricular 2005.**

**AUTORAS:**

María Gabriela Camacho Viteri  
Paola Alexandra Peñafiel Naranjo  
Maribel de los Angeles Pinos Guerra

**TUTOR:**

Lcdo. Oliver Rosenthal Benítez

**2010**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	6
1. TEMA.....	7
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	7
1.1.1 OBJETIVO GENERAL .....	10
2. MARCO TEÓRICO .....	11
2.1 BIBLIOTECAS VIRTUALES.....	17
2.2 BANCO DE RECURSOS .....	19
2.4 SOFTWARES PARA DISEÑO DE SITIOS WEBS .....	25
2.5 USABILIDAD.....	27
2.5.1 ATRIBUTOS DE USABILIDAD.....	29
2.6 LOS CRITERIOS DE EVALUACION.....	30
2.7 DISEÑOS PARA LA APLICACIÓN.....	32
3. METODOLOGÍA .....	33
3.1 HIPÓTESIS .....	33
3.2 DISEÑO DE LAS PRUEBAS.....	33
3.2.1 GRUPOS .....	33
3.2.3 PRUEBA 2 .....	34
3.2.4 PRUEBA 3 .....	35
3.2.5 PRUEBA4 .....	36
3.3 MUESTRAS.....	36
3.3.1 DEFINICION DE LA MUESTRA .....	36
3.4 RECOLECCIÓN DE DATOS .....	38
3.4.1 INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN.....	38
4. RESULTADO .....	40
4.1 ANÁLISIS DE DATOS .....	40
4.2 SONDEO A ESTUDIANTES .....	40
4.2.1 TABULACIÓN DE DATOS .....	40
4.2.2 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA .....	43
4.3 ENTREVISTA A PROFESORES .....	43
4.3.1 TABULACIÓN DE DATOS .....	44
4.3.2 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS A LOS PROFESORES .....	48
4.4 ENTREVISTA A PORFESOR .....	49
4.4.1 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA.....	49
4.5 ENTREVISTA A DISEÑADOR .....	50
4.5.1 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA.....	50
5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	52
5.1 DIFUSIÓN DEL PORTAL WEB DE LA UNIVERSIDAD .....	52
6 PROYECTO WEB.....	53
6.1 IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO.....	53
6.2 LA GRÁFICA .....	54
6.2.1 MANEJO DEL COLOR.....	54
6.2.2 ELEMENTOS.....	55
6.2.3 ANIMACIÓN FLASH .....	55

<b>8. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>57</b>
<b>9. ANEXOS .....</b>	<b>59</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Proceso del Diseño Web Centrado en el Usuario.....	7
Tienda virtual.....	11
Portal de la Universidad Virtual del Tecnológico de Monterrey.....	12
Portal Sabetodo.com.....	13
Portal de El universo.com.....	15
Portal de la Universidad Autónoma de México (UNAM).....	15
Portal de banco de apuntes para la universidad llamado patatabrava.com.....	16
Banco de infografías gratuitas llamado consumer eroski.....	18
Banco de audio Universal-Soundbank.....	20
Banco de imágenes gratuitas.....	20
Banco de imágenes de la tierra, tomadas por los astronautas.....	20
Portal web de videoteca you tube.com.....	21
Total de usuarios de internet por provincia. (SUPERTEL, Dic. 2009).....	23
Adobe Flash CS5.....	25

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	sondeo de estudiantes .....	39
Cuadro 2	sondeo de estudiantes .....	40
Cuadro 3	sondeo de estudiantes .....	40
Cuadro 4	sondeo de estudiantes .....	41
Cuadro 5	Profesores.....	41
Cuadro 6	Profesores.....	43
Cuadro 7	Profesores.....	43
Cuadro 8	Profesores.....	44
Cuadro 9	Profesores.....	45
Cuadro 10	Profesores.....	46
Cuadro 11	Profesores.....	47

## INTRODUCCIÓN

La creación e implementación de Bancos de Recursos en la red para que los estudiantes realicen consultas se han multiplicado, debido a la necesidad constante de adquirir información. Razón por la cual, la Facultad debería ir a la par con las demandas de los alumnos y ofrecer este tipo de servicios.

Bajo este contexto, se presentará el prototipo de un portal que permita demostrar cómo funcionaría este website, según las necesidades de un estudiante regular de la carrera de Ciencias de la Comunicación. Este proyecto consiste básicamente en la redirección de los usuarios hacia recursos válidos para la carrera.

## **1. TEMA**

*Estudio, diseño de un prototipo y monitoreo del Banco de Recursos académicos en la red para la carrera de Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, malla curricular 2005.*

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1 OBJETIVO GENERAL**

Construir un portal paralelo a la página web de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (U.C. S. G.), que contenga una base de datos con los recursos aplicables a las materias de la malla curricular 2005.

#### **1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Organización y el re direccionamiento hacia recursos efectivos que proporcionen un mayor entendimiento de las materias dictadas en la carrera de Ciencias de la Comunicación.
- Convertir a la Facultad de Filosofía en la primera, de la Universidad, en incluir en su sitio web un banco de recursos bibliográficos, donde los estudiantes y profesores puedan realizar consultas en internet, sobre las materias que se dictan.
- Proveer a los estudiantes de la carrera, una alternativa a la hora de buscar una fuente de información, para sus estudios.
- Organizar los recursos ilimitados que se encuentran en internet, en un portal, que planea ser uno de los recursos principales de los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación; y, en lo posterior ser un punto de referencia para los alumnos de las Universidades externas.

### 1.1.3 JUSTIFICACIÓN

Con el paso del tiempo y los avances de la tecnología, herramientas como el internet se han convertido, en fuente primaria de información, para los estudiantes de los distintos niveles académicos. Buscadores como Google o enciclopedias como Wikipedia, son algunos de los portales virtuales más utilizados con fines educativos.

En la actualidad, la Biblioteca General de la Universidad Católica, junto a las Salas de Lecturas de las distintas facultades, poseen documentos desactualizados y en algunas ocasiones, incompletos. Asimismo, en el sitio web de la Institución, en los servicios en líneas hay un link, donde se puede hacer consultas bibliográficas de los textos existentes en la Biblioteca General y Salas de Lecturas de las distintas facultades. La limitante de esta opción, radica en que la información obtenida es tan solo la ficha bibliográfica del texto que se requiere.

Por otro lado, los estudiantes tienen acceso limitado a gran parte de la bibliografía recomendada por los profesores. Frente a esta realidad, la propuesta de la creación de un Banco de Recursos en internet aplicable a la carrera de Ciencias de la Comunicación, aparece como la solución, para que los estudiantes logren tener acceso a textos y recursos audiovisuales, que complementen la información recibida en las horas de clases. La principal dificultad a la que se enfrenta este proyecto es el poco interés que tiene el cuerpo estudiantil en los servicios que oferta el portal de la Universidad.

The screenshot shows the website for the Biblioteca UCSG. At the top, there is a header with the university's name and a navigation menu. Below the header, there is a search bar with a 'Buscar' button and a dropdown menu for 'Todas las Bibliotecas / Salas de Lectura'. A search result is displayed for the term 'Eco', showing a table with the following information:

Ubicación	UCSG-BI 701 E17o - SALA DE LECTURA - FAC. ARQUITECTURA		Ver Resumen
Autor	Eco, Umberto		Umberto Eco
Categoría	LIBRO		Obra abierta
Título	Obra abierta		
Año de Publicación	1995		
Notas			
Materia	ARTE FILOSOFIA TEORIA DE LA INFORMACION.		

Figura 1. Biblioteca UCSG. Servicios en Línea



## 1.2 ANTECEDENTES

En la página de la carrera de Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Filosofía de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil se maneja información:

- Poco actualizada.
- Se observa poco interés en visitar el sitio Web.
- Falta de material bibliográfico que complementen los temas que se imparten en clases.

La carrera de Ciencias de la Comunicación se incorporó a la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación en el año de 1995 como la Escuela de Literatura y Comunicación. Actualmente, esta carrera tiene cuatro menciones; Licenciatura en Comunicación Organizacional, Licenciatura en Audiovisuales, Licenciatura en Prensa Escrita y Licenciatura en Diseño Gráfico para Medios.

La página Web de esta Institución ha pasado por un proceso de reestructuración, tanto así, que a fines del mes de julio de 2009, los estudiantes y docentes lograron realizar consultas en línea de los textos existentes en la Biblioteca General de la Institución, así como de las distintas Salas de Lectura de las Facultades.

El portal de la U.C.S.G., además de brindar información general de la Universidad, en la viñeta de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, se muestra las carreras a las que se puede ingresar. Asimismo, se presenta información general de cada una de ellas por medio de hipervínculos como:

- Reseña Histórica
- Misión, Visión y Objetivos
- Preuniversitario
- Requisitos de Convalidación
- Perfil Profesional
- Pensum Académico
- Malla Curricular

- Docentes
- Horarios
- Nuestros Productos Audiovisuales
- Organigrama
- Nuestras Publicaciones
- Jornadas de Cine Documental

Los estudiantes poseen un usuario y contraseña, que les permite consultar asistencias, calificaciones y materias inscritas; además, de imprimir el comprobante de pago, realizar las cancelaciones de las pensiones y acceder al sistema de consultas de la Biblioteca General y Salas de Lecturas. Otro uso que se le da al portal, es la evaluación docente.

### **1.3 DEFINICIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El proyecto se desarrolla a través de una investigación aplicada, que consiste en la organización y diseño de un Banco de Recursos en internet, donde se empleen los conocimientos visuales y organizacionales de los recursos existentes en la red.

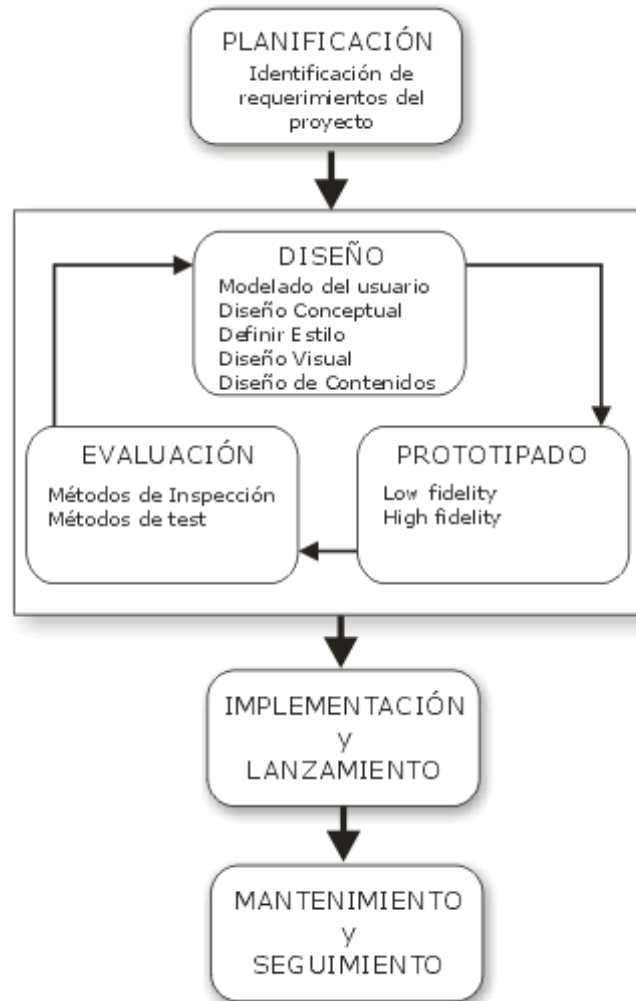
## 2. MARCO TEÓRICO

En la actualidad, el internet es una de las herramientas más importantes para acceder a la información, que se encuentra en el cyber espacio. Esta herramienta rompe fronteras geográficas, es ilimitada y en algunas ocasiones desordenada, lo que resulta ser un verdadero problema para los internautas.

En muchas ocasiones, el tener una gran cantidad de información disponible, impide contar con fuentes, que respondan de manera acertada a las interrogantes de los estudiantes. Es por ello, que el proyecto que se propone en esta tesis, cumpliría una doble función: la primera, facilitar información válida; y, la segunda, ser un filtro que proporcione información útil para el estudiante de la carrera.

Este tipo de portal lleva el nombre de *info servidores centrados*, en los que el principal objetivo es proveer de forma organizada, clara y activa el acceso a fuentes en relación a la carrera de Ciencias de la Comunicación. Para asegurar que este proyecto cumpla con los niveles de usabilidad requeridos, se tomará en cuenta la metodología Diseño Centrado en el Usuario (Norman, Draper; 1986), el cual consiste en asumir todo el proceso, desde el diseño hasta la implementación, pensando en las necesidades, características y desarrollo en los futuros usuario.

El proceso de Diseño Web Centrado en el Usuario, propuesto en este trabajo, se divide en varias fases o etapas: "búsqueda", "organización", "diseño", "prototipo" y "evaluación", las cuales son cíclicas e interactivas. Esto quiere decir, que todo lo que se diseñó, debe ser constantemente evaluado a través de su prototipo, para que se puedan corregir errores de usabilidad.



*Figura 2. Proceso del Diseño Web Centrado en el Usuario.*

## 2.1 TIPOS DE ESPACIOS WEBS, CON INTERÉS EDUACTIVO

En la red hay millones de espacios destinados a cumplir muchos fines: entretenimiento, compras, académicos, culturales, etc. Es esa la razón por la que es necesario hacer una diferenciación de los webs, que cumplen una función educativa, como lo es el proyecto del Banco de Recurso, para la carrera de Ciencias de la Comunicación.

## 2.1.1 TIENDAS VIRTUALES

Las tiendas virtuales son conocidas como espacios, destinados a la venta o distribución de materiales de todo tipo, desde ropa, hasta textos didácticos y recursos complementarios. En el caso que se deba cancelar o realizar algún pago, por los objetos deseados, este se deberá realizar a través de una tarjeta de crédito. Este servicio está disponible para el usuario las 24 horas del día y los 365 días del año. Además tiene un alto índice de consumidores, tanto así que poco a poco se ha ido convirtiendo en una de las formas favoritas de realizar compras de los internautas de la actualidad.

Según la revista Marketing y Comercio, una tienda virtual es aquella que decide utilizar este canal para vender y distribuir sus productos. Independientemente si esa tienda existía ya como tienda física (www.barrabes.com) o no (www.sportarea.com). La forma de gestionar la empresa cambia de forma radical a la hora de establecer un negocio en la Red.<sup>1</sup>

Este tipo de portales deben de luchar con muchos contratiempos, pero el principal es la desconfianza del consumidor. Para evitar este tipo de problema, se recomienda que se informe al consumidor, los principales aspectos de comprar.

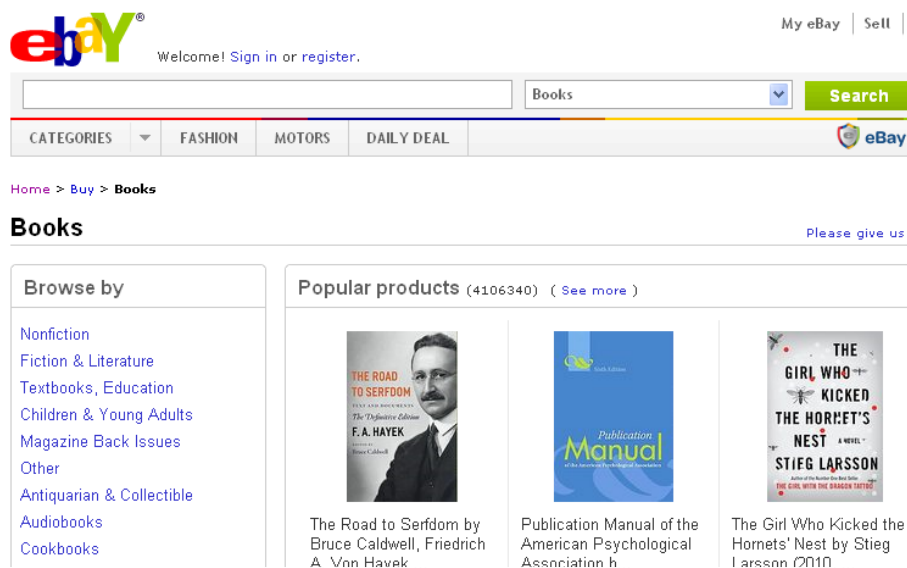


Figura 3. Tienda virtual.

<sup>1</sup> Vizuete, Manuel (1999). *Marketing: Tiendas virtuales: problemas y soluciones* [online]. Marketing y comercio. <http://www.marketingycomercio.com/numero3/tivirtual.htm>

## 2.1.2 ENTORNOS TUTORIZADOS DE TELEFORMACIÓN

Un entorno tutorizado de teleformación o cursos en línea, es considerada como una herramienta tecnológica, que tiene como objetivo único y principal generar un ambiente de aprendizaje. Este puede ser un portal o una plataforma educativa. En este sistema se establece la interacción entre profesor-alumno, alumno-alumno, alumno-contenido. En este caso, el profesor hace el papel de facilitador y guía todo el proceso enseñanza - aprendizaje a través de la plataforma tecnológica seleccionada. Para que este sistema tenga éxito, es necesario que se usen la mayor cantidad de herramientas de comunicación como: foros, chats, correo y evaluación (exámenes en línea).

Para que las Instituciones logren ofrecer este servicio preservando las tradiciones históricas de la Institución, se debe revisar el objetivo o la misión que tiene cada Institución y cómo la tecnología puede realzar esta misión. Considerando esta evolución e impacto que se ha tenido en el ámbito de las tecnologías de información, comunicación y educación, actualmente, los programas vanguardistas e innovadores, consideran esencial el desarrollo integral de sus alumnos, incursionando así en la enseñanza vía internet.



TECNOLÓGICO DE MONTERREY. CULTURA EMPRENDEDORA

Página principal | Mapa del sitio | Correo

POSGRADOS | EDUCACIÓN CONTINUA | EMPRESAS | GOBIERNO | SECTOR EDUCATIVO

### Bienvenidos a la Universidad Virtual del Tecnológico de Monterrey.

La **Universidad Virtual del Tecnológico de Monterrey** ofrece educación de calidad utilizando modelos educativos innovadores, redes de aprendizaje y tecnologías de información avanzadas, para contribuir a la integración y desarrollo de las comunidades de habla hispana.

**SESIÓN INFORMATIVA EN LÍNEA**  
Jueves 8 de julio | 19:00 horas

**SESIÓN INFORMATIVA EN LÍNEA**  
Aprovecha esta oportunidad para conocer las Maestrías en Línea del Tecnológico de Monterrey en una sesión por internet en la que aclararemos todas tus dudas.

**Figura 4. Portal de la Universidad Virtual del Tecnológico de Monterrey.**

### **2.1.3 PUBLICACIONES ELECTRÓNICAS**

Una publicación electrónica no es tan sólo un texto procesado en una computadora que está disponible en internet o en disco compacto. Se lo define como el proceso de organizar y formar información digital, siguiendo todo el ciclo de publicación. Se debe tener presente que la mayoría de las publicaciones se hacen con la intención de tener un futuro a largo plazo, por ello, es fundamental utilizar la tecnología adecuada para todo el ciclo de vida del documento, para que logre acceder a ella con el paso de los años, considerando los constantes cambios tecnológicos.

Hoy en día, existen muchas organizaciones e Instituciones que proponen una gran variedad de modelos y soluciones para la publicación electrónica. Abarcan temas generales y otros más, específicamente, para algunas áreas del conocimiento, para la realización de estas publicaciones no hay estándares, lo que quiere decir que cada quien lo puede adecuar a sus requerimientos.

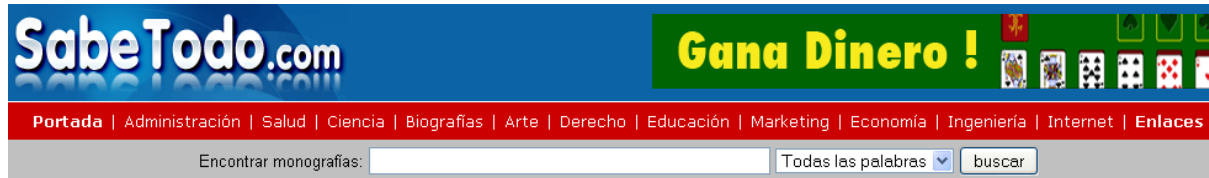
#### **2.1.3.1 MATERIALES DIDÁCTICOS ON-LINE**

Al referirse a material didáctico de educación se refiere a un conjunto de material comprensible, pedagógico, y claro. Este es básico para que todos los alumnos, ya sean niños o jóvenes entiendan con claridad lo que reciben en las aulas de clases. Para garantizar que el proceso del conocimiento, es indispensable, que a parte de lo que el profesor diga en clases, éste, entregue buen material, para que sus alumnos lo complementen con lo visto en clases.

Muchas veces sucede que los textos que se les entrega a los estudiantes no completamente didácticos, muchas veces, son materiales que hay que leerlos y releerlos varias veces, ya que la idea no está muy clara y los conceptos no tan bien definidos.

### 2.1.3.2 WEBS TEMÁTICOS

Este tipo de portales no son creados con fines educativos, pero pueden llegar a proporcionar información variada, valiosa y de interés académico, para un grupo reducido de sus visitantes. La mayor parte de webs de este tipo presentan informaciones muy específicas.



*Figura 5. Portal Sabetodo.com.*

### 2.1.3.3 PRENSA ELECTRÓNICA

Se refiere a textos informativos, solo tienen un fin, comunicar un hecho o plantear una situación. Estos recursos están digitalizados y circulan en el internet, son actualizados una vez al mes o cada hora, como es el caso de los diarios. Manejan información comprobada y coyuntural, el acceso a este tipo webs, por lo general no tiene costo.



*Figura 6. Portal de El universo.com.*



## 2.1.4 WEBS PRESENTACIÓN

Este tipo de webs, presentan oficialmente a la persona o la empresa editora de la página principal. Además suele proporcionar una serie de servicios adicionales a los miembros de una comunidad, o personas interesadas en un tema en particular.

Asimismo, en ella se publica información o actividades que realiza el titular de la página como: acceso a webs temáticos, temas de interés actual, etc.

### 2.1.4.1 WEBS DE PROFESORES

En la actualidad muchos profesores, de todos los niveles educativos, tienen una página web personal, donde publican: actividades, deberes, artículo, textos, etc. Una de las ventajas más notables de este tipo de sitios webs es que se puede lograr una verdadera interacción, profesor-alumno, logrando intercambiar opiniones y retroalimentar información.

### 2.1.4.2 WEBS DE CENTROS EDUCATIVOS

Actualmente, gran parte de los centros educativos de todos los niveles, poseen una página web central, donde se encuentra información general de la institución y otros servicios como: correo electrónico, tutorías en línea, consultas bibliográficas, etc. Este tipo de portales tienen dos funciones principales, la primera es ofrecer a los estudiantes servicios a los cuales pueden acceder desde una computadora, y la segunda, nace frente la necesidad de presentar una imagen frente al mundo.



*Figura 7. Portal de la Universidad Autónoma de México (UNAM).*

## 2.2 BIBLIOTECAS VIRTUALES

Con la digitalización de los textos y el acceso a internet, el mundo de la comunicación y el sistema de información han evolucionado. Las bibliotecas, en busca de no quedarse fuera de esta paso gigantesco, han incursionado en la red.

En la década de los 90, los primeros consorcios bibliotecarios iniciaron la transición del papel a lo digital; marcando el inicio de lo que hoy conocemos como Biblioteca Virtual. Esta es un punto de acceso a la información, la cual se puede visitar desde cualquier parte del mundo y a cualquier hora, a través del internet.

El contenido está en soporte electrónico y digital. Sus beneficios son:

- Acceso completo a la información;
- Disminución de costo de acceso y gestión;
- Los ebooks no se desgastan ni dañan ;
- Se pueden realizar otras actividades mientras se consulta la Biblioteca Digital;
- Las Biblioteca Digital no podrán desplazar a la Biblioteca Tradicional, pero marcan una alternativa para nuevos lectores, que podrán tener acceso a Bibliotecas de lugares distantes;
- No necesitan de mobiliario, ni amplios estante;
- Pueden enlazarse con otras direcciones, que permitan complementar lecturas y realizar visitas páginas de autores reconocidos.
- El copyright funciona también de manera similar.

Bajo este contexto, la página Web de la Escuela Politécnica Superior del Litoral (E.S.P.O.L.), permite a los estudiantes acceder a parte del contenido de las materias que se dictan, así como a referencias bibliográficas. De igual manera, se ofrece el servicio de *audioteca*, que consiste en poder reproducir en tiempo real algunas obras literarias.

De igual manera, se puede acceder a bibliotecas virtuales de otras universidades como la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, que a través de su portal, permite saber qué libros están disponibles en la

Biblioteca de esa Institución. Dentro del sitio web de la ESPOL hay un hipervínculo de la Biblioteca Virtual Universal, que permite tener acceso al contenido deseado por el usuario; dentro de esta opción se admite la descarga gratuita de la información.

Por otro lado, “*Patatabrava.com*” es una iniciativa que nació en febrero de 2002 de la mano de Andreu Caritg, Felip Gordillo y Oriol Solé, tres estudiantes de periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona. La web española se ha convertido en el portal con más apuntes almacenados, superando al Rincón del Vago. Más de 10.500 apuntes ordenados por universidad, asignatura y profesor pueden consultarse en este sitio que, desde comienzo de 2008, ha proporcionado más de 300.000 descargas de apuntes.<sup>2</sup>



**Figura 8. Portal de banco de apuntes para la universidad llamado patatabrava.com.**

## 2.2 BANCO DE RECURSOS

Este tipo de espacios están diseñados para que la localización de textos académicos, libros y demás contenidos didácticos, sea más sencilla. Este servicio que presta el internet, resulta siendo un inventario de contenidos que se encuentran en la red y que pueden ser utilizados, sin ningún tipo de costo. Esto lo diferencia con la biblioteca virtual, ya que estos sitios, para la publicación de los textos o ebooks, debieron haber manejado costos por temas de copyright y derechos del autor.

---

<sup>2</sup> Albiñana, Marta (2008). *Patatabrava.com, el mayor baúl de apuntes universitarios*. [online]Diario el país. [http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/Patatabrava/com/mayor/baul/apuntes/universitarios/elpepusoc/20080813elpeputec\\_1/Tes](http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/Patatabrava/com/mayor/baul/apuntes/universitarios/elpepusoc/20080813elpeputec_1/Tes)

### 2.2.1 BANCOS DE RECURSOS MULTIMEDIA

Este sitio ha sido creado con el fin de estimular y facilitar la búsqueda de materiales didácticos. Dentro de estos web site se pueden alojar varios recursos como: fotografías, ilustraciones, sonidos, animaciones, vídeos y símbolos relacionados con las áreas y materias de las distintas etapas y niveles educativos.

- Un ejemplo de esta clasificación es el Internet Archive, que está conformada por varios sitios de internet y objetos culturales en formato digital. Incluye vídeos, música en vivo, audios y textos escritos. También cuenta con un apartado dedicado a Educación.
- También está la Mediateca de Radiotelevisión Española (RTVE), este portal posee vídeos, audios y fotos. Los audios se pueden insertar en una web. También permite acceder a un servicio de suscripción a los audios de RNE.
- Videoteca Educativa de las Américas (VELA) es un sitio web creado por la Secretaría de Educación Pública del Gobierno de México. Su misión es reunir y difundir el acervo audiovisual educativo de particulares e Instituciones del Continente Americano, con el fin de proporcionar servicios en línea que no sólo permitan la consulta y la descarga de dicho material, sino que también se logre tener el acceso a herramientas didácticas para reforzar el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Wikimedia Commons, mediateca que contiene millones de archivos multimedia libres (fotografías, vídeos, animaciones, música...) clasificados por tema, formato, autor, tipo de licencia y fuente. Los archivos se pueden utilizar y copiar respetando las condiciones que indican sus autores.
- Infografías Eroski es una extensa colección de presentaciones animadas que explican temas variados como: la alimentación, medio ambiente, viajes, deportes, nuevas tecnologías, salud, economía, motor,

solidaridad, etc. Estas infografías se pueden descargar fácilmente, para utilizarse sin conexión con fines docentes y formativos.



*Figura 9. Banco de infografías gratuitas llamado consumer eroski.*

## 2.2.2 BANCOS DE COLECCIONES DE RECURSOS DE AUDIO

Recolección de datos de audios, clasificado por temas y de descarga gratuita. Se permite su publicación en internet. Algunos son:

- Soungle.com. Banco de sonidos gratuitos que se pueden utilizar en la creación de podcast.
- Goeat, es un portal semejante a YouTube pero en el que se alojan archivos de audio en MP3.
- Universal-Soundbank.com, sonoteca que alberga más de 12000 sonidos gratuitos en formato MP3, descargables y organizados en 5 secciones y alfabéticamente. Web en francés e inglés.



*Figura 10. Banco de audio Universal-Soundbank.*

## 2.2.3 BANCOS Y COLECCIONES DE IMÁGENES GRATUITAS

- Iconspedia, banco de íconos gratuitos.
- Icon Archive, amplia colección categorizada de íconos.
- Free ESL Flashcards. Recopilación de imágenes imprimibles, gratuitas, a color y en tres tamaños diferentes para la presentación y práctica de vocabulario en el aula de lenguas extranjeras, o para la preparación de juegos.



*Figura 11. Banco de imágenes gratuitas.*

## 2.2.4 BANCOS Y COLECCIONES DE IMÁGENES Y TEXTO

- Aula del mundo, es un conjunto de láminas educativas imprimibles, que poseen diversos temas (matemáticas, geografía, historia, lengua, etc). No están clasificadas bajo ningún criterio, salvo por la fecha de publicación.
- Earth from Space (NASA), Colección seleccionada de fotografías de la Tierra tomadas por astronautas. Las fotografías se proporcionan en tres resoluciones y con los datos correspondientes.



*Figura 12. Banco de imágenes de la tierra, tomadas por los astronautas.*

## 2.2.5 VIDEOTECA Y COLECCIONES DE VIDEOS

- Google vídeo, es un servicio del buscador Google, provee videos de toda índole y tema.
- Videoteca virtual de la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI), aquí se ofrecen videos con carácter educativo, cultural y científico. Para las consultas hay guías didácticas, materiales complementarios, referencias bibliográficas, y enlaces en Internet, brindando además la posibilidad de interactuar y evaluar dichos materiales.
- Youtube es un portal donde los usuarios cuelgan vídeos que se pueden utilizar para elaborar actividades de diverso tipo.



*Figura 13. Portal web de videoteca you tube.com*

## 2.3 EL INTERNET

El internet se originó como parte de un proyecto militar de los Estados Unidos, que tenía como fin, crear una red de ordenadores que unifique los centros de investigación, dedicados a labores de defensa en la década de los 60 y que pudiera seguir funcionando, a pesar de que alguno de sus nodos fuera destruido por un hipotético ataque nuclear.

Resulta más sencillo ver al Internet como un conjunto de redes de comunicación interconectadas, que para su funcionamiento utilizan dos protocolos: *TCP e IP*. Así se garantiza que las redes físicas funcionen como una red lógica única, de alcance mundial.

El servicio que más éxito obtuvo del internet, es la WWW o World Wide Web. Esta es un conjunto de protocolos que permite la consulta de archivos de *hipertexto*. Los usos que hoy se desarrollan para el Internet son constructivos, el usuario hace algo y no tiene que esperar a que el internet haga algo por él.

Paralelamente a esta, la web ofrece muchos servicios, entre los más populares se tiene:

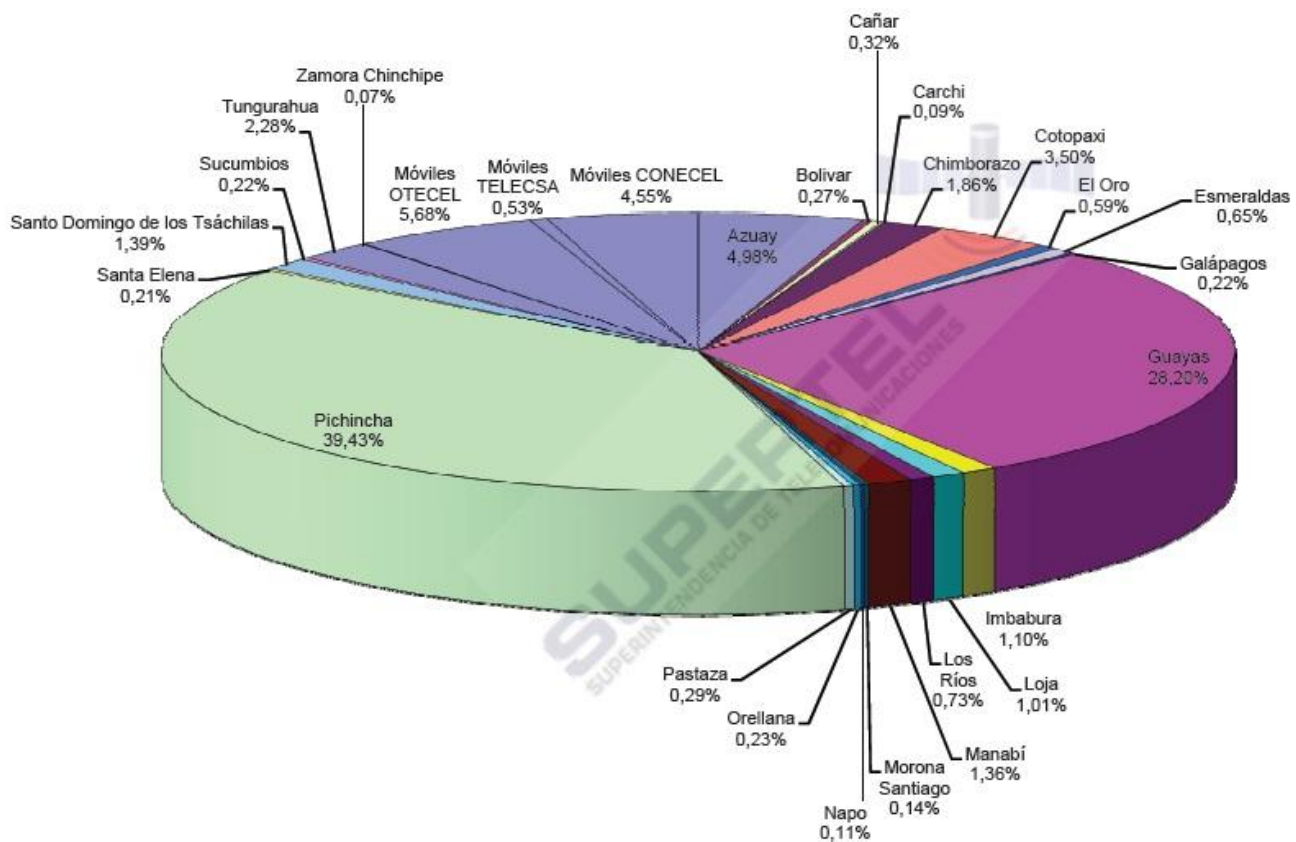
- Correo electrónico
- Conversaciones en línea
- Telefonía VioP
- Juegos en línea
- Textos digitales
- Descargas de archivos

Las razones por las que se accede al internet, han ido evolucionando a través del tiempo, ya no se lo hace por temas exclusivamente laborales, sino también por tópicos culturales o cognitivos. En este sentido, la relación entre tecnología y educación se hace más patente y necesaria; pues cada vez son más los estudiantes que realizan consultas en la red. Muchas de las actividades que se realizan en las aulas pueden ser: propuestas, desarrolladas; y, finalmente, publicadas en la web.

Según un informe de la Superintendencia de Telecomunicaciones del Ecuador (SUPERTEL), el número de usuarios de internet se ha multiplicado en estos últimos 5 años. Hasta diciembre de 2009, el número de abonados era de 1'977.687; mientras que en el 2004, había 191.903. De ese gran total de usuarios, el 10,76% corresponde a abonados de las tres operadoras de telefonía móvil que trabajan en el país: Porta, Alegro y Movistar.

La provincia que encabeza el listado es Pichincha; actualmente, tiene 779.768 usuarios conectados, representando el 39,43% del total nacional. En segundo lugar, está Guayas con 557.678 abonados, el 28,20% del total. Posteriormente, está Azuay y Cotopaxi 4,98% y 16,61%, respectivamente. Las provincias con menor acceso a Internet son las amazónicas: Zamora Chinchipe y Napo.

**Ecuador: Usuarios de internet a diciembre de 2009**



**Figura 14. Total de usuarios de internet por provincia. (SUPERTEL, Dic. 2009)**



## 2.4 SOFTWARE PARA DISEÑO DE SITIO WEB

### 2.4.1 ADOBE FLASH

Este software es una aplicación multimedia utilizada para aportar animación, vídeo e interactividad a las páginas Web. Adobe Flash se lo aplica mucho en los anuncios que circulan en la web, y para los juegos interactivos.

Este sistema "fotogramas", se los destina a la producción y entrega de contenido interactivo para las diferentes audiencias. Además, utiliza gráficos vectoriales e imágenes ráster, sonido, código de programa, flujo de vídeo y audio bidireccional (el flujo de subida sólo está disponible si se usa conjuntamente con Macromedia Flash Communication Server). En sentido estricto, Flash es el entorno y Flash Player es el programa de máquina virtual, que se utilizada para ejecutar los archivos generados con Flash.

Los archivos de Flash, tienen como extensión *SWF*, pueden aparecer en una página web para ser vista en un navegador, o pueden ser reproducidos independientemente por un reproductor Flash. Recursos basados en Flash aparecen muy a menudo como animaciones en páginas Web y sitios Web multimedia. En versiones anteriores, Macromedia amplió la utilización de Flash, convirtiéndolo en una herramienta de desarrollo completa, para crear principalmente elementos multimedia e interactivos para Internet.

Una de las principales diferencias que hay entre Flash y la animación es que este sistema utiliza las imágenes y sonidos para crear animaciones 2D, además es más fácil y con menos tiempo son utilizados en páginas web y sitios web multimedia. Por otra parte, crear animación es el hecho de darle la sensación de movimiento a dibujos o imágenes.



**Figura 15. Adobe Flash CS5**

## **2.4.2 ADOBE DREAMWEAVER**

Es una aplicación en forma de estudio, que se enfoca en la construcción y edición de sitios y aplicaciones Webs, basados en estándares. Es el programa más utilizado en el sector del diseño y la programación web, por sus amplias funcionalidades y herramientas. Se considera que su principal competidor es Microsoft Expression Web. Se lo vende como parte de la suite Adobe Creative Suite 3 y 4.

La gran ventaja de este editor es su gran poder de ampliación y personalización del mismo, puesto que en este programa, sus rutinas (como la de insertar un hipervínculo, una imagen o añadir un comportamiento) están hechas en *Javascript-C*, lo que le ofrece una gran flexibilidad en estas materias. Convirtiéndolo en un programa fluido, logrando que los programadores y editores web, hagan extensiones para su programa y lo ponga a su gusto.

Dreamweaver ha tenido un gran éxito desde finales de los 90 y actualmente mantiene el 90% del mercado de editores *HTML*. Esta aplicación está disponible tanto para la plataforma MAC como para Windows, aunque también se puede ejecutar en plataformas basadas en *UNIX* utilizando programas que implementan las *API's* de Windows, tipo *Wine*.

Este sistema permite al usuario utilizar la mayoría de los navegadores Web instalados en su ordenador, también dispone de herramientas de administración de sitios dirigidas a principiantes como, por ejemplo, la habilidad de encontrar y reemplazar líneas de texto y código por cualquier tipo de parámetro especificado, hasta el sitio web completo. El panel de comportamientos también permite crear JavaScript básico sin conocimientos de código. Un aspecto positivo de Dreamweaver es su arquitectura extensible. Es decir, permite el uso de "Extensiones". Estas son pequeños programas, que cualquier desarrollador web puede escribir y que se pueden descargar e instalar, ofreciendo así funcionalidades añadidas a la aplicación.

## 2.5 USABILIDAD

Dentro de un portal web o de cualquier publicación en el internet, es de vital importancia que esta tenga alto grados de usabilidad; esto se refiere a la facilidad de uso de una aplicación o producto interactivo. La usabilidad es un valor que puede ser medido con la sumatoria de muchos atributos como; facilidad de aprendizaje, eficiencia, cualidad de ser recordado, eficacia y satisfacción.

Es necesario crear una diferenciación entre los términos de usabilidad y utilidad. El primero se refiere a la forma en que se llega a ese recurso, mientras que la utilidad vas más ligado con los contenidos y el uso que se le da a los contenidos seleccionados. Diferenciado los conceptos, no implica que los términos vayan separados uno del otro. <sup>3</sup>

### **El diseño de sitios web deben seguir los siguientes principios:**

1. Anticipación, el sitio web debe anticiparse a las necesidades del usuario.
2. Autonomía, los usuarios deben tener el control sobre el sitio web. Los usuarios sienten que controlan un sitio web si conocen su situación en un entorno abarcable y no infinito.
3. Los colores han de utilizarse con precaución para no dificultar el acceso a los usuarios con problemas de distinción de colores (aprox. un 15% del total).

---

<sup>3</sup> Hassan, Monteros, Yusef; Santamaría, Ortega, Sergio (2009). *Informe APEI sobre usabilidad*. [online]. <http://www.nosolousabilidad.com/manual/index.htm>

4. Consistencia, las aplicaciones deben ser consistentes con las expectativas de los usuarios, es decir, con su aprendizaje previo.
5. Eficiencia del usuario, los sitios web se deben centrar en la productividad del usuario, no en la del propio sitio web. Por ejemplo, en ocasiones tareas con mayor número de pasos son más rápidas de realizar para una persona que otras tareas con menos pasos, pero más complejas.
6. Reversibilidad, un sitio web ha de permitir deshacer las acciones realizadas.
7. Ley de Fitts indica que el tiempo para alcanzar un objetivo con el ratón esta en función de la distancia y el tamaño del objetivo. A menor distancia y mayor tamaño, más facilidad para usar un mecanismo de interacción.
8. Reducción del tiempo de latencia. Hace posible optimizar el tiempo de espera del usuario, permitiendo la realización de otras tareas mientras se completa la previa e informando al usuario del tiempo pendiente para la finalización de la tarea.
9. Aprendizaje, los sitios web deben requerir un mínimo proceso de aprendizaje y deben poder ser utilizados desde el primer momento.
10. El uso adecuado de metáforas facilita el aprendizaje de un sitio web, pero un uso inadecuado de estas puede dificultar enormemente el aprendizaje.
11. La protección del trabajo de los usuarios es prioritario, se debe asegurar que los usuarios nunca pierden su trabajo como consecuencia de un error.
12. Legibilidad, el color de los textos debe contrastar con el del fondo, y el tamaño de fuente debe ser suficientemente grande.
13. Seguimiento de las acciones del usuario. Conociendo y almacenando información sobre su comportamiento previo se ha de permitir al usuario realizar operaciones frecuentes de manera más rápida.
14. Interfaz visible. Se deben evitar elementos invisibles de navegación que han de ser inferidos por los usuarios, menús desplegados, indicaciones ocultas, etc.

**Otros principios para el diseño de sitios web son:**

- a) Los usuarios deben ser capaces de alcanzar sus objetivos con un mínimo esfuerzo y unos resultados máximos.
- b) Un sitio web no ha de tratar al usuario de manera hostil. Cuando el usuario comete un error el sistema ha de solucionar el problema, o en su defecto sugerir varias soluciones posibles, pero no emitir respuestas que meramente informen del error culpando al usuario.
- c) En ningún caso un sitio web puede venirse abajo o producir un resultado inesperado. Por ejemplo no deben existir enlaces rotos.
- d) Un sitio web debe ajustarse a los usuarios. La libertad en el uso de un sitio web es un término peligroso, cuanto mayor sea el número de acciones que un usuario pueda realizar, mayor es la probabilidad que cometa un error. Limitando el número de acciones al público objetivo se facilita el uso de un sitio web.
- e) Los usuarios no deben sufrir sobrecarga de información. Cuando un usuario visita un sitio web y no sabe donde comenzar a leer, existe sobrecarga de información.
- f) Un sitio web debe ser consistente en todos los pasos del proceso. Aunque pueda parecer apropiado que diferentes áreas tengan diseños diferentes, la consistencia entre los diseños facilita al usuario el uso de un sitio.
- g) Un sitio web debe proveer de un *feedback* a los usuarios, de manera que éstos siempre conozcan y comprendan lo que sucede en todos los pasos del proceso.<sup>4</sup>

**2.5.1 ATRIBUTOS DE USUABILIDAD**

- Eficiencia.- Los usuarios podrían realizar varias acciones cotidianas, estas deben de ser posibles con unos cuantos pasos.

---

<sup>4</sup> Manchón, Eduardo. (2003). Principios generales de usabilidad en sitios web. [online]. Desarroloweb.com. <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1133.php>

- Calidad de ser recordado.- Los usuarios deben de ser capaces de utilizar su experiencia previa, para navegar en otro recurso
- Eficacia.- Que los usuarios pueden culminar sus actividades, obteniendo los resultado requeridos.
- Satisfacción Subjetiva.-. Los usuarios deben de sentirse satisfechos con los resultados obtenidos, este atributo se suma con el valor de la estética
- Facilidad de Aprendizaje.- Se espera que los usuarios entiendan el mecanismo de la página a primera vista, estos pueden realizar actividades comunes solas.

## 2.6 LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Existen muchas propuestas diferentes de qué es lo que se debe evaluar, que van desde las que pormenorizan hasta el detalle (Codina (2000a) hace referencia a un estudio que identificó hasta 509 criterios de evaluación posibles y en otro lugar expresa la necesidad de pormenorizar si se pretende conseguir un mínimo de rigor científico) hasta las que se fijan meramente en unos pocos aspectos. En la contribución de Graván (2001), se resumen algunos ejemplos de lo expuesto.

En el mundo anglosajón se hace referencia en multitud de ocasiones a los “cinco criterios clásicos”: authority, accuracy, objectivity, currency, coverage (aunque con matizaciones dependiendo de los autores) que podríamos traducir como autoridad, rigor, objetividad, actualidad y cobertura. Partiremos de estos criterios para hacer nuestra primera aproximación al tema. Es importante destacar que autores diferentes llaman de distinta manera a lo mismo, e incluso a veces utilizan el mismo término para indicar cosas diferentes; pero la mayor parte se refiere a los mismos criterios. También ocurre que los criterios (o algunos de sus aspectos) se solapan, probablemente porque no son compartimentos estancos y se influyen unos a otros.

Autoridad: Es un criterio fundamental, que está orientado a identificar quién es el responsable intelectual de la información y el grado de capacidad que tiene para tratarlo. Incluye tanto al autor como al editor, e incluso la existencia de patrocinadores. La influencia de éstos que se puede analizar desde dos vertientes: positiva,

cuando tiene una imagen respetable que le interesa mantener y difundir; negativa, cuando sospechamos que sus intereses están influyendo en alguna medida en la información presentada.

Información sobre el autor: Este criterio es muy importante, incluso hemos tratado de que los recursos cuenten con un breve currículum, o datos suficientes para indicarnos qué nivel de capacitación puede tener el autor en el tema que trata. Es conveniente tener en cuenta, no obstante, que los autores conocidos no lo son desde la cuna, y que el currículum sea corto o inexistente no siempre es indicativo de que la información no sea importante o relevante. También disponemos de otros criterios de evaluación:

- Rigor: Este criterio está ligado a las ideas de precisión, exactitud y relevancia. Teniendo en cuenta siempre la audiencia a la que se dirige, y la finalidad para la que se creó. Hemos considerado además, si el recurso es una fuente de información primaria o no y en este último caso de dónde proviene.
- Objetividad: El conocimiento del grado de objetividad es siempre un elemento fundamental. Hemos evitado los recursos que muestren información sesgada, sino más bien perspectivas diferentes y equilibradas.
- Actualidad: Se refiere al momento en que se ha elaborado la información; pero también al grado de actualidad de los contenidos: una obra escrita en 2005 puede estar basada en fuentes de 1990. Para algunos campos de la ciencia esto es fundamental porque el índice de obsolescencia de sus contenidos es muy alto; en otros, su importancia es relativa. Ya que nos ha permitido identificar si el recurso responde a nuestras necesidades o no. Es por ello muy importante reconocer claramente la fecha de creación, y la de sus fuentes.
- Cobertura: Se refiere a la amplitud de la información en dos sentidos: el de la cantidad de información presentada, y el de los temas que trata (teniendo en cuenta ámbitos cronológicos, espaciales, de

lengua, etc.). En este criterio, hemos analizado cómo se profundiza en ellos, qué aporta como nuevo u original, o si se corresponde con el objetivo que buscamos.

## **2.7 DISEÑOS PARA LA APLICACIÓN**

Estudio y ordenamiento de los recursos bibliográficos contenidos en internet, con el fin de crear un banco de información que sirva para la consulta e investigación de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social. Además del diseño del sitio Web que contenga todos los datos antes mencionados.



### 3. METODOLOGÍA

#### 3.1 HIPÓTESIS

- La Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, no ofrece a sus estudiantes todas las vías necesarias para realizar consultas académicas.
- Los estudiantes de la carrera de comunicación necesitan acceder a la información del banco de recurso en internet, los cuales están ordenados según sus necesidades.

#### 3.2 DISEÑO DE LAS PRUEBAS

##### 3.2.1 GRUPOS

Trabajaremos con dos grupos. El primero, estudiantes de diversos ciclos de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. El segundo, profesores de la carrera quienes, a través de encuestas, nos dirán si utilizan recursos sacados de internet para el desarrollo de su cátedra.

Dentro de este marco, también se realizarán entrevistas a expertos en el campo de las nuevas tecnologías, y diseño y programación de *website*; sus conocimientos contribuirán en esta tesis.

##### 3.2.2 Prueba 1

Sondeo realizado a estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la U.C.S.G.

##### 3.2.2.1 Problema a investigar

- ¿Los estudiantes estarían dispuestos a acceder a una web que les provea de recursos?
- ¿Cuántos estudiantes acceden a Internet desde sus hogares?

### **3.2.2.2 OBJETIVOS**

- Determinar si los estudiantes acceden a internet para realizar consultas.
- Conocer la predisposición que tienen los estudiantes para visitar un website que provea de material valido en la red para realizar consultas.

### **3.2.2.3 DEFINICIÓN DE LA PRUEBA**

Esta prueba consiste en el desarrollo de un sondeo a los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación, que nos ayude a proyectar cuántos estudiantes utilizan la web como medio de consulta.

## **3.2.3 PRUEBA 2**

Sondeo realizado a los profesores de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

### **3.2.3.1 PROBLEMA A INVESTIGAR**

- ¿Los profesores de la carrera de Ciencias de la Comunicación utilizan recursos en la red como material para dictar sus clases?
- ¿Cuáles son los criterios que utilizan para determinar que un material sea bueno o malo?

### **3.2.3.2 OBJETIVOS**

- Definir si los profesores utilizan textos publicados en Internet para el desarrollo de sus clases.
- Determinar cuáles son los criterios utilizados por los docentes para calificar los textos publicados en la red.

- Conocer en qué porcentaje utilizan los recursos publicados en internet para el desarrollo de sus clases.

### **3.2.3.3 DEFINICIÓN DE LA PRUEBA**

Esta prueba consiste en la realización de una encuesta, a través del correo electrónico, o vía telefónica, a los profesores de la carrera para saber si utilizan artículos publicados en Internet, y qué criterios utilizan para determinar la validez del texto.

## **3.2.4 PRUEBA 3**

Entrevista a Ronny Jiménez, profesor de la materia de Nuevas Tecnologías de la Información.

### **3.2.4.1 PROBLEMA A INVESTIGAR**

- ¿Qué tan importante es la utilización del internet y los recursos publicados para el desarrollo de las materias?
- ¿Cómo saber si la información publicada en la red es válida?
- ¿Qué debe de tener un portal para que sea visitado por múltiples usuarios? Factores.

### **3.2.4.2 OBJETIVOS**

- Definir la importancia del internet en el desarrollo educativo.
- Determinar los beneficios que representaría la creación de un Banco de Recursos en la red para la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UCSG.
- Conocer el grado de relevancia que tienen portales similares.

### **3.2.4.3 DEFINICIÓN DE LA PRUEBA**

Esta prueba consiste en la realización de una entrevista al actual profesor de la cátedra de Nuevas Tecnologías de la Información, a fin de conocer la relevancia del internet en

el sistema educativo, y los parámetros o criterios considerados para calificar la navegabilidad y usabilidad de una web.

### **3.2.5 PRUEBA 4**

Entrevista a David Ortega, experto en diseño y programación de páginas web.

#### **3.2.5.1 PROBLEMA A INVESTIGAR**

- ¿Cuáles son los elementos de diseño recomendados para el desarrollo de un Banco de Recursos en internet?
- ¿Cómo hacer para que la navegabilidad del sitio sea buena, en un portal que agrupa cientos de link con información de las materias?

#### **3.2.5.2 OBJETIVOS**

- Definir los parámetros de diseños más adecuados para la implementación de un Banco de Recursos en Internet.
- Determinar la navegabilidad en el *website*.

#### **3.2.5.3 DEFINICIÓN DE LA PRUEBA (EXPLICACIÓN DE LA ENTREVISTA)**

Esta prueba consiste en la realización de una entrevista al diseñador y programador de *website*; sus conocimientos servirán para definir la navegabilidad y los recursos que se requieren para la construcción de un Banco de Recursos en internet.

## **3.3 MUESTRAS**

### **3.3.1 DEFINICIÓN DE LA MUESTRA**

A fin de ejecutar las pruebas antes detalladas, utilizaremos muestras probabilísticas y no probabilísticas, de acuerdo a los objetivos que buscan cada una.

Para las encuestas a los alumnos y profesores de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (U.C.S.G.) se emplearán muestras aleatorias de tipo probabilísticas, ya que se los sujetos a encuestar tienen la misma posibilidad de ser seleccionados para integrar la muestra.

En tanto, en el caso de las entrevistas a los profesionales, docente y diseñador, se empleará un tipo de muestra no probabilística, ya que las personas fueron escogidas para que den a conocer sus criterios personales y opiniones relacionadas a la temática de la tesis.

#### **3.3.1.1. DEFINICIÓN DE LA MUESTRA DE LA PRUEBA 1**

La primera prueba es probabilística ya que los sujetos a encuestar solo tendrán que tener en común ser estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (U.C.S.G.). Lo que se busca con esta muestra es saber qué tan importante es para ellos la búsqueda de recursos académicos en internet, y con qué frecuencia acceden al portal de la UCSG.

#### **3.3.1.2. DEFINICIÓN DE LA MUESTRA DE LA PRUEBA 2**

La segunda prueba también utilizará una muestra probabilística, ya que a todos los docentes se les remitió la encuesta vía mail, y se escogieron nombres al azar del grupo de profesores que enviaron la encuesta. En este contexto, lo que se requiere es determinar sus experiencias con los recursos académicos publicados en el internet: el grado de importancia y los criterios que utilizan para definir si un texto es válido o útil.

### **3.3.1.3. DEFINICIÓN DE LA MUESTRA DE LA PRUEBA 3**

La tercera prueba requerirá de una muestra no probabilística, ya que el entrevistado fue seleccionado por sus conocimientos sobre nuevas tecnologías de la información y el diseño de páginas web.

### **3.3.1.4. DEFINICIÓN DE LA MUESTRA DE LA PRUEBA 4**

La cuarta prueba también utilizará una muestra no probabilística, porque el entrevistado fue escogido por sus conocimientos en programación y diseños de páginas web.

## **3.4 RECOLECCIÓN DE DATOS**

### **3.4.1 INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN**

A fin de tabular los datos de las pruebas antes expuestas, se utilizarán varios tipos de mediciones.

#### **3.4.1.1 PRUEBA 1**

El sondeo realizado a los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UCSG abordará los siguientes puntos:

- Determinar la disponibilidad de los estudiantes para visitar un *website* que provea de material valido en la red para realizar consultas.
- Conocer la predisposición que tienen los estudiantes de acceder al portal de la Universidad.

#### **3.4.1.2 PRUEBA 2**

La encuesta a realizar a los profesores de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UCSG, busca conocer los criterios de evaluación que ellos tienen para calificar una página web, y el recurso académico que sirve como apoyo en su cátedra. Asimismo, servirá para determinar en qué porcentaje utilizan los recursos publicados en la red.

#### **3.4.1.3 PRUEBA 3**

Se empleará a la entrevista como instrumento de medición. Se realizarán preguntas abiertas al profesor que imparte la cátedra de Nuevas Tecnologías de la Información, Ronny Jiménez; con el objetivo de obtener información y criterios acerca de la importancia del internet y de los textos publicados en la red. Además, contribuirá con sus conocimientos acerca de la navegabilidad y usabilidad del Banco de Recursos en la actualidad.

#### **3.4.1.4 PRUEBA 4**

En esta prueba también se utilizará una entrevista abierta para la medición sobre el diseño y programación del Banco de Recursos académicos en la red.

## 4. RESULTADO

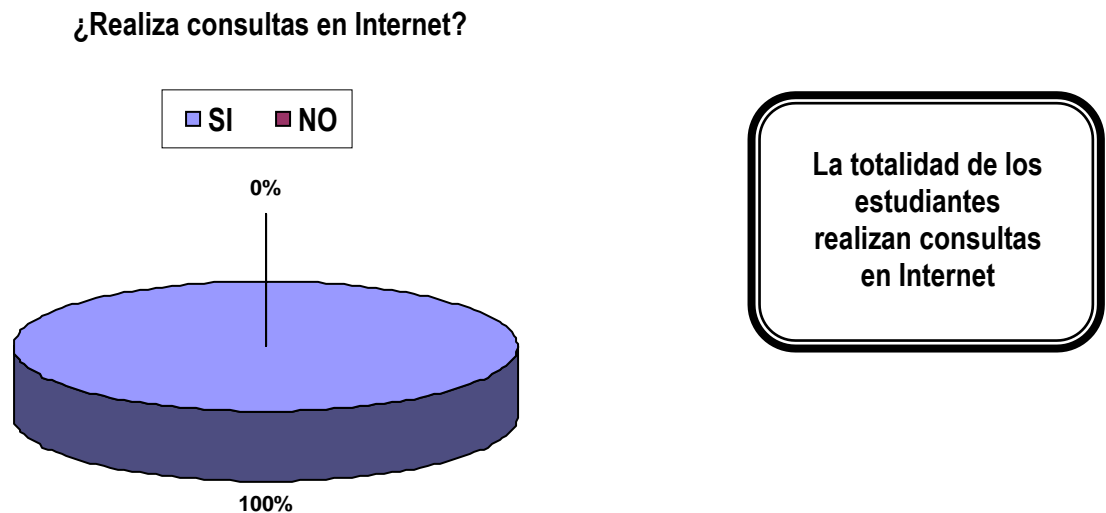
### 4.1 ANÁLISIS DE DATOS

En esta fase de análisis de datos, se utilizaron herramientas de medición tanto cualitativa como cuantitativa, de acuerdo a la pregunta realizada en las encuestas. Mientras que, en el caso de las entrevistas, se utilizaron exclusivamente herramientas de medición cualitativas debido al tipo de información que nos planteamos obtener de éstas.

El análisis de los datos nos permitirá comprobar la veracidad de nuestras hipótesis, y a la vez recabar información sobre la accesibilidad que tienen los estudiantes al Internet, y la valoración de los profesores a los recursos encontrados en ella.

### 4.2 SONDEO A ESTUDIANTES

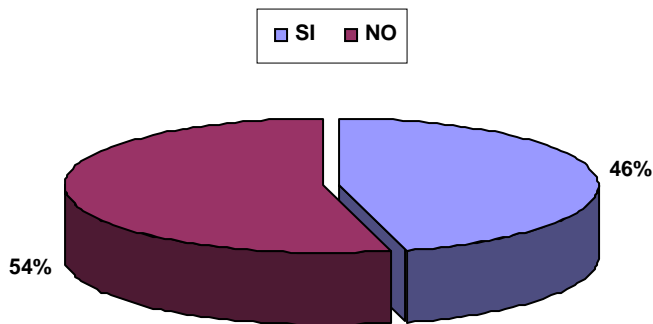
#### 4.2.1 TABULACIÓN DE DATOS



Cuadro 1. Resultado de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil



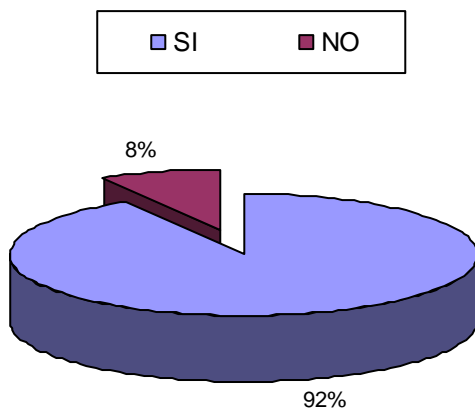
¿Ingresa al portal web de la Universidad?



Más de la mitad de los estudiantes no visitan el portal web de la Universidad

Cuadro 2. Resultado de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

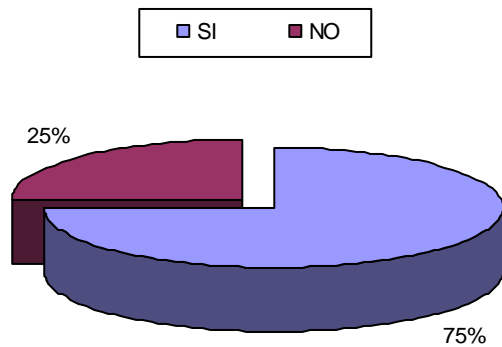
¿Si la página web de la Universidad, ofreciera un banco de recursos en Internet que sirva para reforzar el material dado en clases, usaría este servicio?



Casi la totalidad de los estudiantes, utilizarían un banco de recursos, si el portal web de la Universidad lo ofreciera.

Cuadro 3. Resultado de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

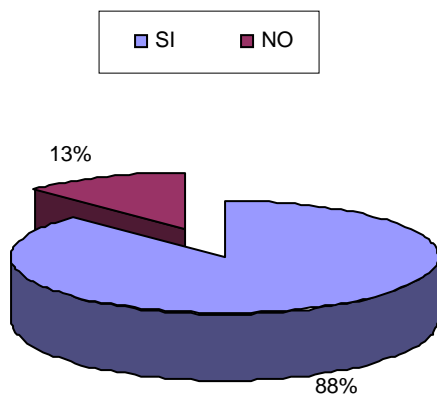
**¿Considera que la Biblioteca General y las Salas de Lectura, poseen el material necesario para realizar sus consultas?**



La tercera parte de los estudiantes, considera que la Biblioteca General, y las Salas de Lectura de la Universidad, poseen el material adecuado y

**Cuadro 4. Resultado de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil**

**¿Tiene acceso a Internet en casa ?**



Casi todos los estudiantes encuestados poseen acceso a Internet desde sus casas.

**Cuadro 5. Resultado de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil**

#### 4.2.2 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

El fin principal de realizar este sondeo a los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación, fue conocer qué tan importante es para ellos realizar consultas en Internet, y si estarían dispuestos a utilizar un banco de recursos, si la carrera lo ofreciera. Por otro lado, consultamos la accesibilidad que tienen al Internet, y la frecuencia con que visitan el portal de la Universidad.

Comprobamos que el 100% de los estudiantes encuestados, realizan constantemente consultas en Internet para reforzar el contenido aprendido en clases, y para el desarrollo de tareas.

El portal web de la Universidad, es visitado por un poco menos de la mitad de los estudiantes encuestados, pues solo el 46% lo visita con regularidad, mientras que el 45% afirma que no ingresa a este portal.

Un banco de recursos sería el método que haría que los estudiantes visiten el portal de la Universidad, pues el 92% de los estudiantes encuestados, afirma que si la página web de la Universidad, ofreciera un banco de recursos en Internet, que sirva para reforzar el material dado en clases, lo utilizarían; mientras que un 8% indicó que no.

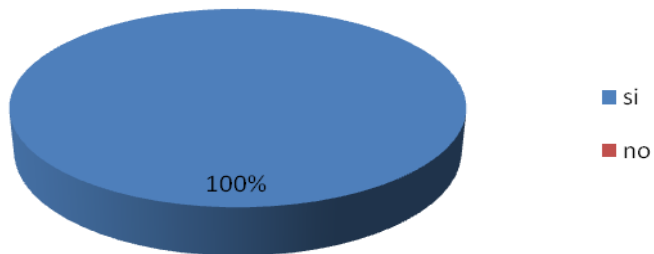
La mayoría de los encuestados, con un 75%, consideran que la Biblioteca General y las Salas de lectura de la Universidad, poseen el material necesario para realizar sus consultas, frente a un 25% de estudiantes que mencionaron que no.

Esta encuesta demostró además, que la mayoría de los estudiantes en la actualidad tienen mayor facilidad para acceder al Internet. El 88% de los alumnos encuestados, dijo tener acceso a Internet desde la comodidad de su hogar, mientras que el 13% dijo no poseer esta oportunidad.

De esta manera, se demuestra que los estudiantes harían de un banco de recursos, su principal fuente de consulta para reforzar los contenidos aprendidos en clases. Pero sobretodo, lo harían si encontrara dentro del portal de la Universidad, tal como se lo propone en esta monografía.

### 4.3 ENTREVISTA A PROFESORES 4.3.1 TABULACIÓN DE DATOS

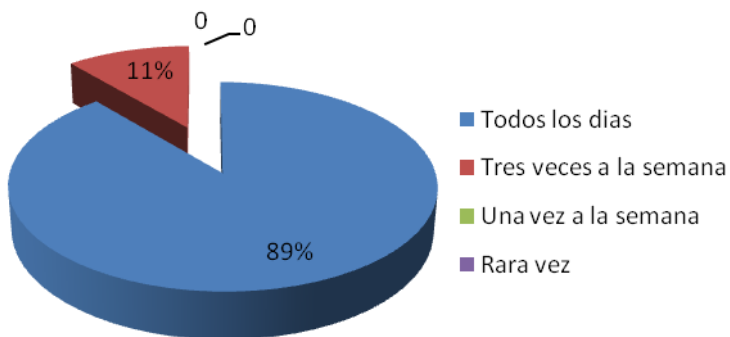
#### ¿Utiliza internet?



La totalidad de los profesores consultados utilizan internet.

Cuadro 6. Resultado de la encuesta realizada a los profesores de la carrera de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

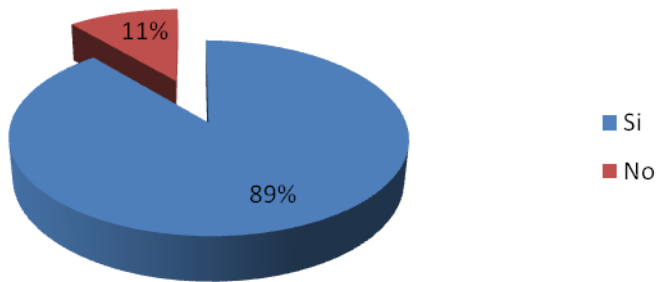
#### ¿Con qué frecuencia utiliza este recurso tecnológico?



Casi la totalidad de los profesores consultados utilizan el internet diariamente.

Cuadro 7. Resultado de la encuesta realizada a los profesores de la carrera de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

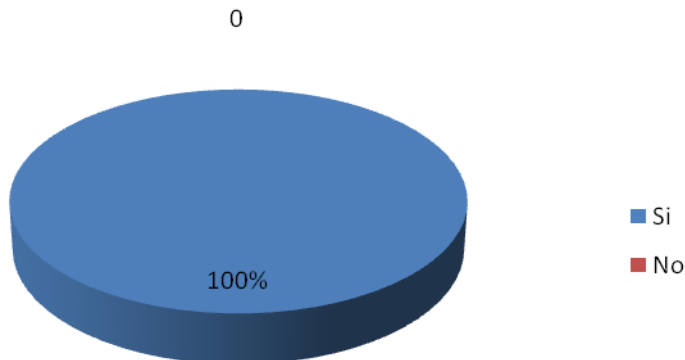
### ¿Considera usted que el internet puede agregar recursos valiosos para la materia que dicta?



Para la mayoría de los profesores encuestados, el internet agrega recursos valiosos a su materia.

Cuadro 8. Resultado de la encuesta realizada a los profesores de la carrera de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

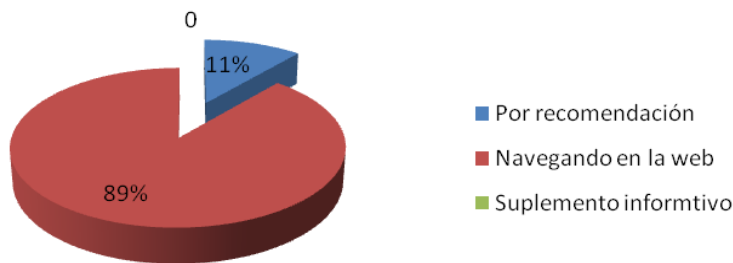
### ¿Usted hace uso de los recursos de la web, para complementar el material académico de sus clases?



Todos los profesores consultados, utilizan los recursos del internet como complemento para sus materias.

Cuadro 9. Resultado de la encuesta realizada a los profesores de la carrera de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

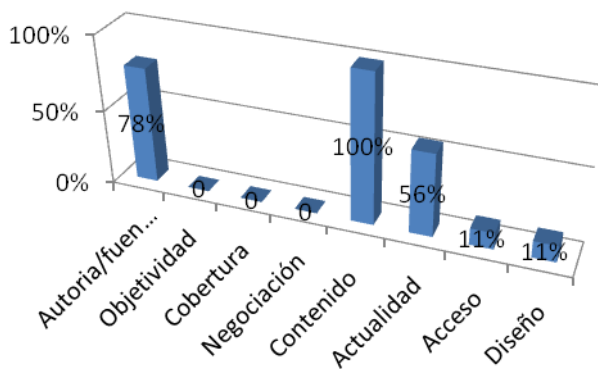
### ¿Cómo supo de los recursos que se encuentran en internet, que utiliza o utilizará en su materia?



La mayoría de los profesores, encuentran los recursos que utilizan para complemento de sus materias, navegando en la web.

Cuadro 10. Resultado de la encuesta realizada a los profesores de la carrera de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

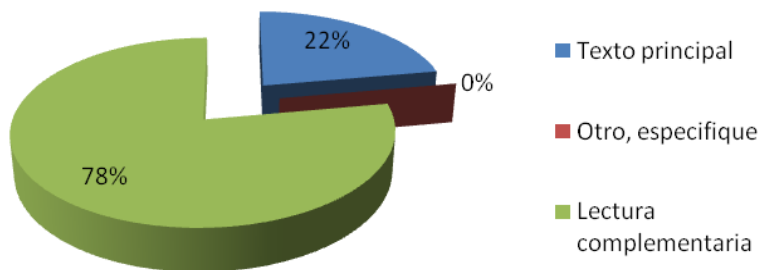
### ¿Qué tipo de características o criterios toma en cuenta al calificar un recurso en internet?



Todos los profesores, analizan primero el contenido de un recurso encontrado, antes de valorarlo. A su vez, dan importancia a la fuente, y su actualidad.

Cuadro 11. Resultado de la encuesta realizada a los profesores de la carrera de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

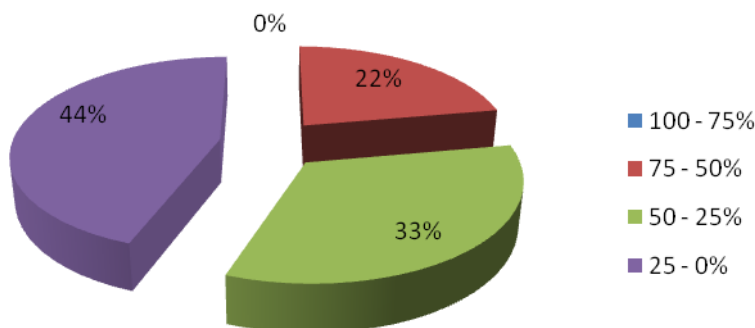
### ¿Cuándo recomienda un recurso virtual, lo hace como...?



Casi el 80% de los profesores consultados recomiendan recursos virtuales, como lectura complementaria.

Cuadro 12. Resultado de la encuesta realizada a los profesores de la carrera de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

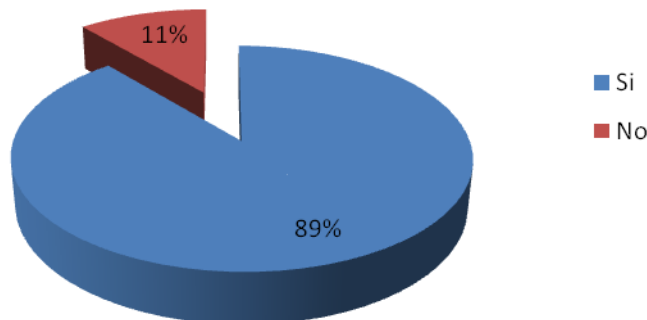
### ¿Qué porcentaje porta el internet al conjunto de recursos utilizados en clases?



La mayoría de los profesores consideran que el internet aporta con el 25% del material utilizado en clase.

Cuadro 13. Resultado de la encuesta realizada a los profesores de la carrera de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

### ¿Ha ingresado a una biblioteca virtual?



Casi todos los profesores consultados, han ingresado a una biblioteca virtual.

Cuadro 14. Resultado de la encuesta realizada a los profesores de la carrera de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

#### 4.3.1 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS A LOS PROFESORES

Con esta encuesta a los profesores de la carrera de Ciencias de la Comunicación, buscamos conocer la utilidad que le dan a los recursos que se encuentran en la web, y el valor que estos le dan a la cátedra que imparten. Además, quisimos indagar con qué frecuencia consultan el internet, y si han visitado bibliotecas virtuales.

Nos encontramos con que la totalidad de los profesores encuestados, utilizan el internet. Un 89% lo frecuentan todos los días, mientras que el 11% lo hace un mínimo de tres veces por semana.

La mayoría de los profesores que respondieron a esta encuesta, considera que el internet puede agregar recursos valiosos en la materia que dictan. El 89% de los docentes opina de esta manera, mientras que el 11% opina lo contrario.

Además, comprobamos que la totalidad de los profesores encuestados, utiliza los recursos encontrados en la web, como complemento al material académico que aplica en sus clases.

La mayoría de los encuestados, con un 89%, conoció de los recursos en internet que utiliza, a través de la navegación en la web; mientras que el 11% lo hizo a través de la recomendación de terceras personas.



La encuesta además, nos permitió conocer que el 100% de los profesores consultados, para calificar un recurso encontrado en la web, toma en cuenta principalmente el contenido; el segundo criterio importante es la autoría o fuente, con un 78%; le sigue la actualidad con un 56%, y finalmente, consideran el acceso y diseño con un 11%.

El 78% de los docentes consultados, recomienda recursos virtuales, pero como lectura complementaria al material impartido en clases, mientras que el 22% sí lo sugiere como texto principal. Por su parte, el 44% de los profesores consideran que el internet aporta, hasta un 25%, al material utilizado en clase. El 33% cree que el internet les aporte en clases, entre un 25 y 50%; y el 22% de los docentes afirma que entre un 50 y 75%, es lo que el internet les aporta a su cátedra. Por otro lado, el 89% de los profesores, han ingresado a una biblioteca virtual; el 11% no.

#### **4.4 ENTREVISTA A PROFESOR**

##### **4.4.1 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA**

La tecnología aplicada a la educación es el tema de la nueva era, en cuanto el tema, el Lcdo. Ronny Jiménez, profesor de la materia de Nuevas tecnologías, asegura que no puede existir una comunicación efectiva si las personas no se adaptan a los nuevos canales que brinda la tecnología. No hay excusa para no comunicar. Junto a este aspecto, cree que el internet, ya es una herramienta en el aula y asevera que ningún profesor puede divorciarse de las nuevas tecnologías, es parte de la evolución.

Por otro lado, comenta que las aulas virtuales, Bibliotecas digitales, modelos de e-learning como el *SCORM*, son una muestra de la tecnología aplicada a la educación, el ignorar que existen y no implementarlas sería anclarse en el pasado. Además, señala que las ventajas son enormes, por ejemplo, permite clasificar los recursos, delimitar los contenidos, integrar materias, crear modelos de agregación, hacer seguimiento de los estudiantes, incorporar herramientas multimedia, en la que los estudiantes interactúen con el contenido y dejen la monotonía de las clases unilaterales.

Asimismo menciona que todo recurso debe seguir un modelo, como ejemplo pone el SCORM, este sistema permite agregar contenidos y a un ambiente de ejecución, tener una mayor compatibilidad que sumada a un modelo de secuencia y navegación dan como resultado un dinamismo en lo que a educación virtual se refiere.

## **4.5 ENTREVISTA A ESPECIALISTA EN DISEÑO DE PÁGINAS WEBS**

### **4.5.1 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA**

El experto en Diseño y programación de páginas webs, David Ortega, señala que a la hora de diseñar un sitio web, lo primero que se debe tener en cuenta son los requerimientos del usuario, es decir que el proyecto debe ser de fácil acceso, y sencillo de navegar. Asimismo, debe ser lo más liviano posible, para evitarle contratiempos al cibernauta, en el caso de que no se alcancen a cargar los elementos y recursos del sitio.

En este proyecto, en el cual se plantea la creación de un Banco de Recursos para la carrera de Ciencias de la Comunicación, el diseñador resalta la importancia de los estilos, fuentes e imágenes a utilizar en el proceso de creación e implementación del prototipo. Señala que los colores a utilizar deben ser sobrios, ya que al ser un portal con fines académicos, no puede cansar la visión de los visitantes, razón por la cual se recomienda no utilizar colores brillantes.

De igual manera, indica que a la hora de diseñar portales webs, se debe de tener en cuenta muchos detalles, uno de ellos es la fuente a implementar, debido a que muchas veces a la hora de cargar las páginas, el navegador puede tener conflictos con la tipología escogida, provocando que la página no se cargue correctamente. Frente a este punto, recomienda que el tipo de fuente que se utilice para este proyecto sea: Verdana, Arial, Time new Roman o San Serif, dado a que estas son comunes y de rápida lectura.

Menciona como una ventaja del proyecto, el hecho de que los recursos no se monten en el prototipo, sino que desde ahí se re direcciona al usuario, ya que esto hace más liviano el portal, dando más libertades para el diseño.

Finalmente, señala que se debe de verificar la permanente disponibilidad de los recursos, para evitar problemas en las actualizaciones del portal. Por otro lado, menciona que la clave del éxito de una página web, no es solo su diseño, sino también la campaña de difusión que se cree en su entorno.

## **5. CONCLUSIONES GENERALES Y RECOMENDACIONES**

La creación de un banco de recursos, soluciona directamente el problema de gran parte de los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación, ya que en la mayoría de los casos, estos no tienen total acceso a la bibliografía recomendada por los profesores. Además se muestra como una alternativa, a la hora de buscar recursos, que complementen los contenidos recibidos en las aulas. Asimismo, este proyecto se lo puede denominar como complementario, ya que aporta diversidad al servicio de consultas en línea, de la Biblioteca General de la Universidad.

Por otro lado, este proyecto podría servir como un incentivo para que los estudiantes, visiten más seguido el portal de la Universidad, y así difundir con más éxito este web site. De igual manera, propone la creación de un punto de encuentro virtual para profesores y estudiantes de la carrera, que estén interesados en buscar referencias, en cuanto a un tema en particular. En el futuro se convertiría en la principal herramienta de búsqueda y consultas de los estudiantes de la carrera de UCSG y de otras instituciones.

Además, este proyecto se lo vería como propulsor de este servicio para otras facultades de la misma institución.

### **5.1 DIFUSIÓN DEL PORTAL WEB DE LA UNIVERSIDAD**

Un aspecto negativo que puede afectar directamente al banco de recursos es la falta de interés que hay por parte los estudiantes, en visitar el sitio web, razón por la cual se recomienda:

En el caso de que se decida implementar y extender este proyecto, se recomienda que se planifique paralelamente una estrategia de comunicación, con el fin de crear una campaña informativa, que informe los beneficios de este servicio además, que incentive a los estudiantes para que accedan al portal de la universidad.

## 6 PROYECTO WEB

### 6.1 IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO

Partiendo de los resultados obtenidos en el sondeo hecho a los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación, donde se reflejó que el 100% de los encuestados, consultan en internet temas relacionados a la carrera y a los contenidos que reciben en clases, el banco de recursos en internet, aplicables a la malla curricular de 2005, se implementaría en la página web de la institución, [www.ucsq.edu.ec](http://www.ucsq.edu.ec).

Este prototipo sería parte de los servicios que la facultad ofrece a los estudiantes de la carrera, sirviendo también como enganche para promocionar los beneficios que ofrece la universidad para las futuras generaciones. Por otro lado, el proyecto posee tres materias habilitadas por cada ciclo, incluyendo las menciones de las Licenciaturas en las diferentes áreas: Comunicación Organizacional, Audiovisual y Diseño de sitios webs. Cada tema y subtema de las materias seleccionadas contiene dos recursos recomendados.

El link, estaría ubicado en la sección que le corresponde a la facultad de Filosofía y Letras, y llevaría a los usuarios al portal llamado Banco de Recursos. En este sitio los ciclos están ubicados en unas viñetas en la parte superior del web site. Tan solo con hacer un click, se despliegan las materias que corresponden al ciclo deseado, estas son hipervínculos que llevarán al internauta al syllabus de la asignatura. Una vez ahí, se podrá seleccionar un tópico y aparecerán las ficha de los recursos recomendados para el tema, donde están habilitadas las direcciones *URL* del los recursos, con el fin de tener acceso directo a estos, desde el portal de la universidad. Tras haber revisado el material, el usuario tendrá que llenar una mini encuesta, con el fin de conocer la funcionalidad de la información, y la usabilidad del portal.

De esta manera, se pretende que los usuarios de la página web de la Universidad puedan acceder por medio de un link a un sitio donde se provea de información válida, y que se ajuste a las necesidades de los estudiantes, asimismo se les ofrece una alternativa, a la hora de buscar información en la web.

Como este es un prototipo, están disponibles un número determinado de materias; pero en el caso de que la Facultad decida implementar completamente el proyecto, se tendría que solicitar a los profesores

titulares de cada una de las materias el syllabus de los contenidos a tratar en clases, junto a un listado de recursos recomendados.

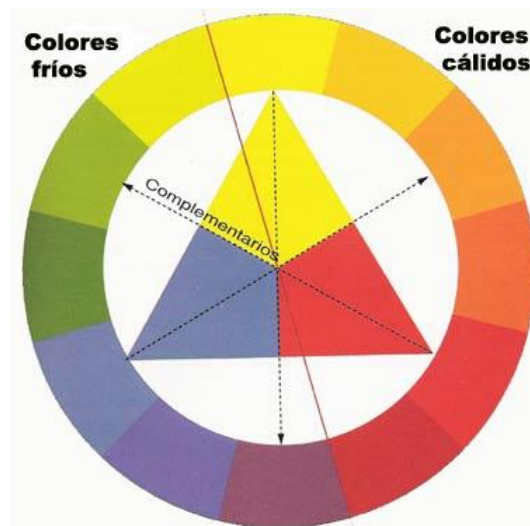
## 6.2 LA GRÁFICA

El portal diseñado, no tiene relación alguna con el estilo de la página de la Universidad debido a que es servicio adicional al que ya existe en los servicios en línea, además es dirigido especialmente a los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación. Por otro lado, se desea marcar una diferencia, incluyendo colores atractivos que reflejen una imagen moderna.

### 6.2.1 MANEJO DEL COLOR

Se trabaja en un fondo gris, con recuadros negros. En la parte superior hay un pequeño logo que posee los colores: naranja, celeste, verde y gris. Se han incluido colores cálidos y fríos, que como indica la ley del color; el amarillo, el rojo, el naranja y la púrpura en menor medida, dan sensación de actividad, de alegría, de dinamismo, de confianza y amistad.

Mientras que colores como el azul, verde, azul verdoso, violeta, cian, aqua, y a veces el celeste, dan sensación de tranquilidad, seriedad, distanciamiento.



*Figura 4. Colores cálidos y fríos*

### 6.2.2 ELEMENTOS

En la parte inferior del portal se han incluido hipervínculos con información general del sitio, para que los internautas conozcan el origen y alcances de este Banco de Recursos.

- Mapa del sitio, contiene la estructura general del portal.
- La idea, explicación de la problemática y planteamiento del proyecto.
- Contacto, servicio de email, con el administrador del portal, en el caso de alguna consulta.
- Acerca de nosotros, trata de una breve descripción de las autoras del proyecto.
- La universidad, re direccionamiento al portal principal de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
- Productos audiovisuales, link al portal donde se reproducen los productos audiovisuales que se han realizado en el Centro de Producciones Audiovisuales (CPA), de la carrera de Ciencias de la Comunicación de UCSG.
- Malla curricular, muestra la malla curricular, en la cual está basado el proyecto.

### 6.2.3 ANIMACIÓN FLASH

Flash es una aplicación que trabaja sobre fotogramas y está destinado a la creación de animaciones, como las que se pueden ver en el portal. La lista de las materias es desplegable, así como los elementos que contienen información general del portal.

Adobe Flash es actualmente escrito y distribuido por Adobe Systems, utiliza gráficos vectoriales, flujo de video, y audio bidimensional. Este recurso es muy utilizado en las páginas webs y sitios webs multimedia, también es utilizado para los anuncios en la web.

## 6.2.4 TIPOGRAFÍA

En proyecto se ha utilizado como tipo de fuente Verdana, ya que según las recomendaciones de David Ortega, Experto en diseño de páginas web, ésta debe de ser lo más sencilla posible, con el fin de presentar al usuario un texto sobrio, donde la fuente no confunda y que se facilite su lectura.

En los textos impresos tradicionales, las fuentes con serifas (serif), o pequeños adornos, suelen facilitar la lectura ya que las serifas ayudan a los lectores a seguir el texto.

Pero no se recomienda usar serifas en Internet porque, dependiendo de la definición de la pantalla del usuario, pueden deformarse y parecer garabatos que obstaculizan la lectura. Por lo tanto, es una opción más adecuada usar fuentes de palo seco o sin serifas (sans-serif) más redondeadas.

Por último, tenga en cuenta que con las fuentes no estándar se corre el riesgo de que no se visualicen correctamente en algunas pantallas. Si se desea crear títulos con este tipo de fuente y para evitar la limitación mencionada antes, se pueden crear imágenes transparentes que contengan el texto.



## 8. BIBLIOGRAFÍA

- Vizúete, Manuel (1999). *Marketing: Tiendas virtuales: problemas y soluciones* [online]. Marketing y comercio. <http://www.marketingycomercio.com/numero3/tivirtual.htm>
- SUPERTEL. (2009). *Usuarios de internet del 2009*. [online]. Superintendencia de Telecomunicaciones. <http://www.supertel.gov.ec/index.php/component/content/article/132>
- Albiñana, Marta (2008). *Patatabrava.com, el mayor baúl de apuntes universitarios*. [online] Diario el país. [http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/Patatabrava/com/mayor/baul/apuntes/universitarios/elpepusoc/20080813elpeputec\\_1/Tes](http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/Patatabrava/com/mayor/baul/apuntes/universitarios/elpepusoc/20080813elpeputec_1/Tes)
- Hassan, Monteros, Yusef; Santamaría, Ortega, Sergio (2009). *Informe APEI sobre usabilidad*. [online]. <http://www.nosolousabilidad.com/manual/index.htm>
- Hassan, Yusef; J. Martín, Fernández, Francisco; Iazza, Ghzala. (2004). *Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información*.
- Hassa, Yusef; J. Martín Fernández, Francisco; Iazza, Ghzala. (2004). *Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información Usabilidad y Arquitectura de la Información*. [online]. *Hipertext.net* <http://www.hipertext.net/web/pag206.htm>

- Hassa, Yusef; J. Martín Fernández, Francisco; Iazza, Ghzala; Martínez, Oscar. (2004). *Arquitectura de la Información en los entornos virtuales de aprendizaje. Aplicación de la técnica Card Sorting y análisis cuantitativo de los resultados*. [online]. El Profesional de la Información. <http://www.nosolousabilidad.com/hassan/cardsorting.pdf>
- Manchón, Eduardo. (2003). Principios generales de usabilidad en sitios web. [online]. Desarrollo web.com. <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1133.php>
- Calderón, Andoni. (2006). *La evaluación de las páginas webs*. [online] Educación, observatorio tecnológico. <http://observatorio.cnicemec.es/modules.php?op=.modload&name=News&file=article&sid=334&mode=thread>

## 9. ANEXOS

### Anexo 1. Modelo de ficha bibliográfica

<b>Autor:</b>	Justo Fernández López
<b>Título:</b>	Partes de la oración
<b>Publicación/ URL:</b>	<a href="http://culturitalia.uibk.ac.at/hispanoteca/lexikon%20der%20linguistik/o/ORACIONES%20BIMEMBRES%20y%20UNIMEMBRES.htm">http://culturitalia.uibk.ac.at/hispanoteca/lexikon%20der%20linguistik/o/ORACIONES%20BIMEMBRES%20y%20UNIMEMBRES.htm</a>
<b>Tema:</b>	Oraciones bimembres

Anexo 2. Ejemplo de búsqueda de recursos en la Página Web



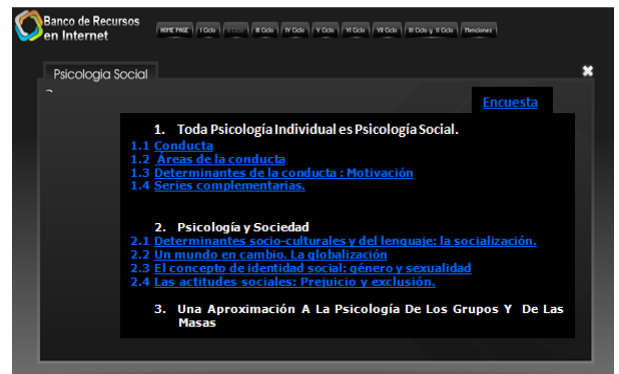
Clic  
→



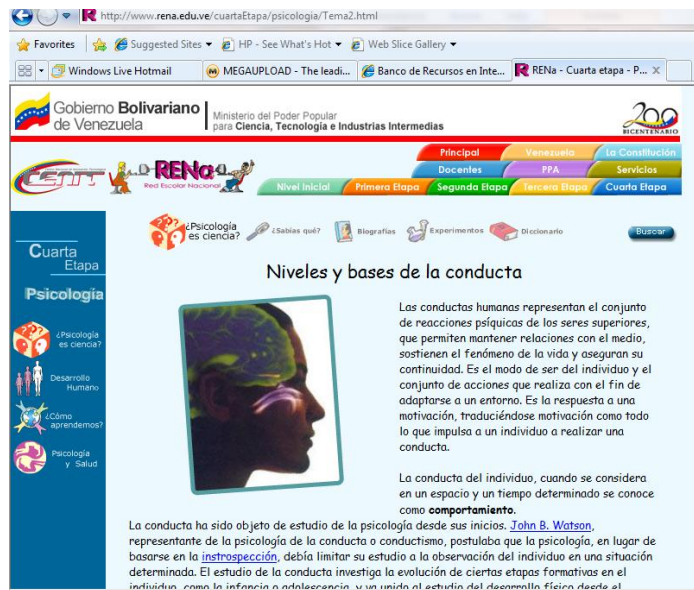
↓ Clic



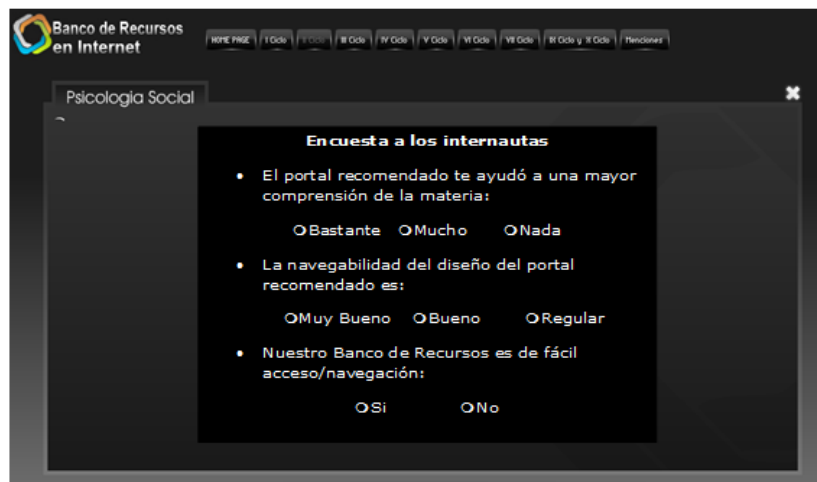
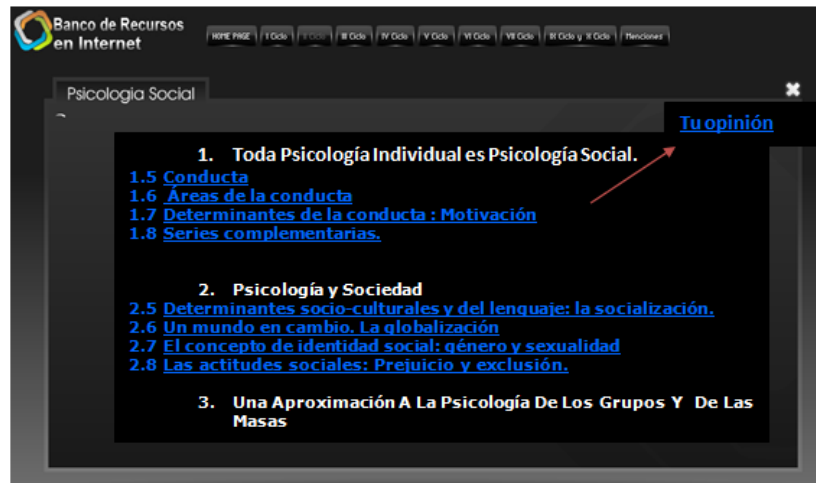
Clic  
←



→



### Anexo 3. Proceso de calificación de los recursos por parte de los usuarios



## **Anexo 4. Pensum académico / malla curricular de la carrera Ciencias de la comunicación**

### **CICLO I**

- Introducción a la Comunicación
- Fotografía I
- Teatro
- Idioma Español
- Teología I
- IPC

### **CICLO II**

- Psicología Social
- Fotografía II
- Tecnología Audiovisual
- Aproximación a la Literatura Contemporánea
- Taller de Redacción I
- Teología II
- Antropología Cultural

### **CICLO III**

- Teorías de la Comunicación
- Semiótica I
- Psicología de la Comunicación
- Técnicas de Entrevista

- Análisis de la Imagen
- Redacción Periodística
- Técnicas de Investigación
- Taller de Redacción II

#### **CICLO IV**

- Teoría del Periodismo
- Semiótica II
- Redacción de Revista
- Diagramación
- Comunicación Audiovisual
- Comunicación Radiofónica
- Estudios Contemporáneos
- Observatorio de Medios

#### **CICLO V**

- Animación Cultural I
- Publicidad y Difusión de Proyectos
- Narrativa Audiovisual
- Narrativa Radiofónica
- Composición Creativa
- Cine
- Estética y Arte
- Optativa I

## **CICLO VI**

- Animación Cultural II
- Legislación Profesional
- Proyecto Periodístico Escrito
- Composición de Guiones y Libretos
- Locución
- Comunicación y Estudios Ecuatorianos
- Ética
- Optativa II

## **CICLO VII**

- Edición y Producción
- Economía y el Periodismo
- Práctica

## **CICLO VIII**

- Análisis de Prensa
- Seminarios
- Práctica

## **CICLO IX - CICLO X**

Investigación y las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación

Guía de Tesis



## Análisis y Crítica del Discurso

### Menciones

- **1. – Organizacional**
  - Comunicación Organizacional
  - Planificación Estratégica
  - Enfoque Comunicacional y Marketing
  - Taller: Comunicación y Mercadeo Interno
- **2 – Audiovisual**
  - (Documentales) Producción de Audiovisuales I
  - Seminarios I
  - (Documentales) Producción de Audiovisuales II
  - Seminarios II
- **3 – Diseño Gráfico para Medios de Comunicación**
  - Fundamentos Básicos de Diseño
  - Publicidad y Diseño
  - Diseño de Medios
  - Producción Web
- **4 - Prensa Escrita**
  - Diseño Gráfico y Creativo y Manejo de textos
  - Políticas Editoriales y otros géneros periodísticos
  - Periodismo Escrito y los nuevos contextos

Anexo 5.

**EVALUACIÓN DE PAGINAS WEB**

<b>INFO GENERAL</b>					
Dirección URL:	<input type="text"/>				
Título del Espacio web	<input type="text"/>				
Autores/Productores:	<input type="text"/>				
Patrocinadores:	<input type="text"/>				
	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Malo
<b>ASPECTOS FUNCIONALES</b>					
Relevancia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Múltiples enlaces externos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servicio de apoyo on line	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Créditos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Publicidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>ASPECTOS TÉCNICOS Y ESTÉTICOS</b>					
Diseño	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Elementos multimedia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estructura y navegación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Velocidad de acceso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>VALORACIÓN GLOBAL DE LA PÁGINA</b>					
Funcionalidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Calidad técnica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atractivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>