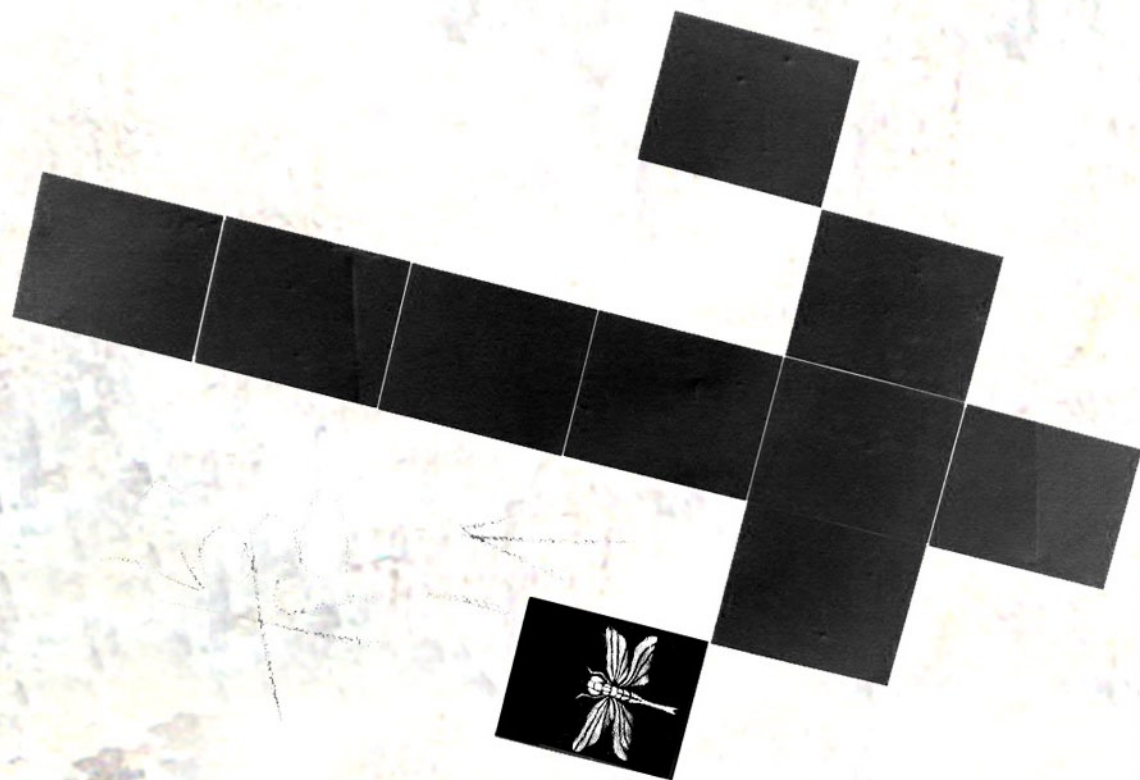




Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Diseño



**Revista
electrónica
online (ezine)
que rescata:
gráfica,
elementos
y experiencias
visuales de la
cultura urbana.**

Proyecto para optar al título de Diseñador mención Gráfico.

Autor: Luis Felipe Salas Ortiz.

Prof. Guía: Juan Calderon Reyes.

Diciembre 2004, Santiago de Chile.

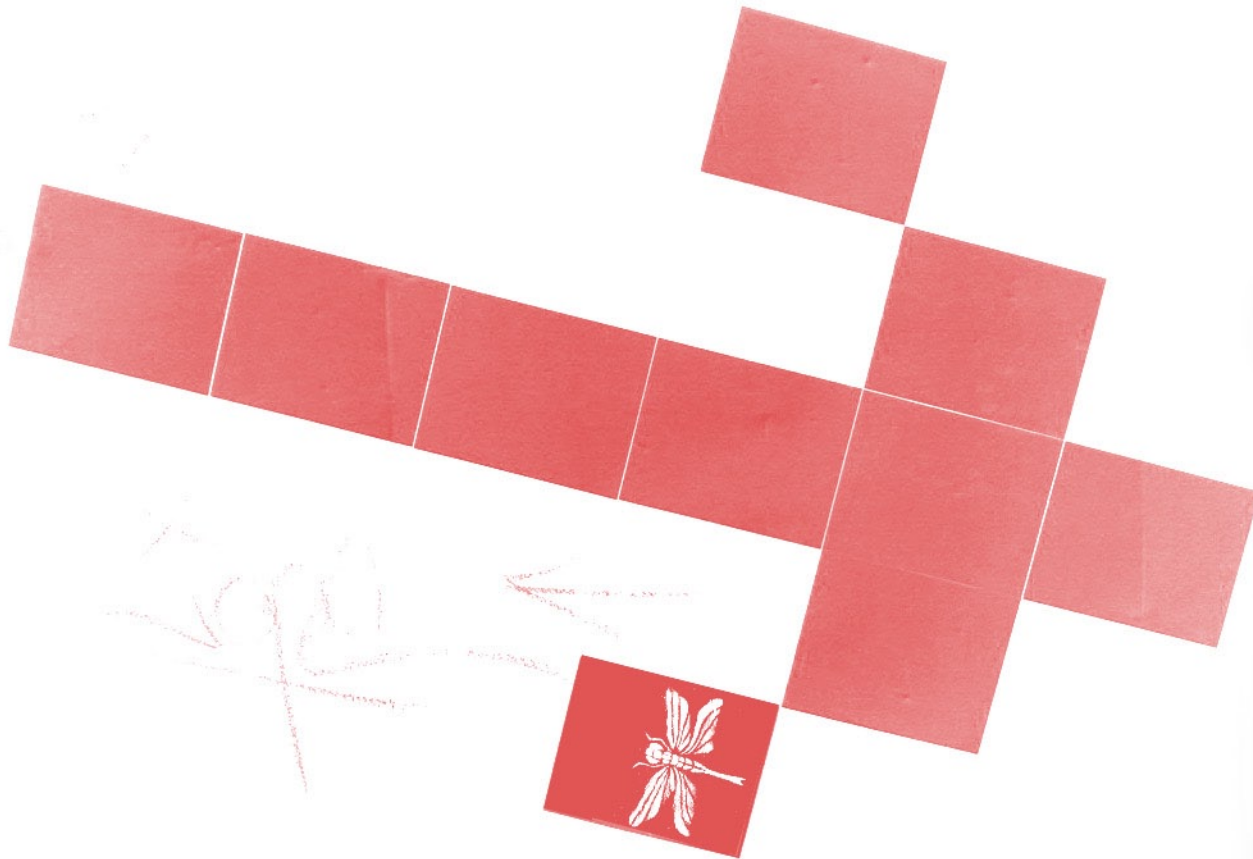


Muchas gracias Blanca Ortiz, gracias por todo, gracias mamá.
Gracias Alejandra por ser quien eres y por todo tu apoyo.
Gracias tía Blanca por toda la ayuda del mundo.
Y gracias a todas las tías de la Escuela Dental, gracias por todas las molestias, gracias.
A mis amigos y familia del alma, gracias por estar conmigo.

Dedicado a todos ellos, los quiero.
Diciembre 2004, Santiago de Chile.



Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Diseño



**Revista
electrónica
online (ezine)
que rescata:
gráfica,
elementos
y experiencias
visuales de la
cultura urbana.**

Proyecto para optar al título de Diseñador mención Gráfico.
Autor: Luis Felipe Salas Ortiz.
Prof. Guía: Juan Calderon Reyes.

Diciembre 2004, Santiago de Chile.



Índice

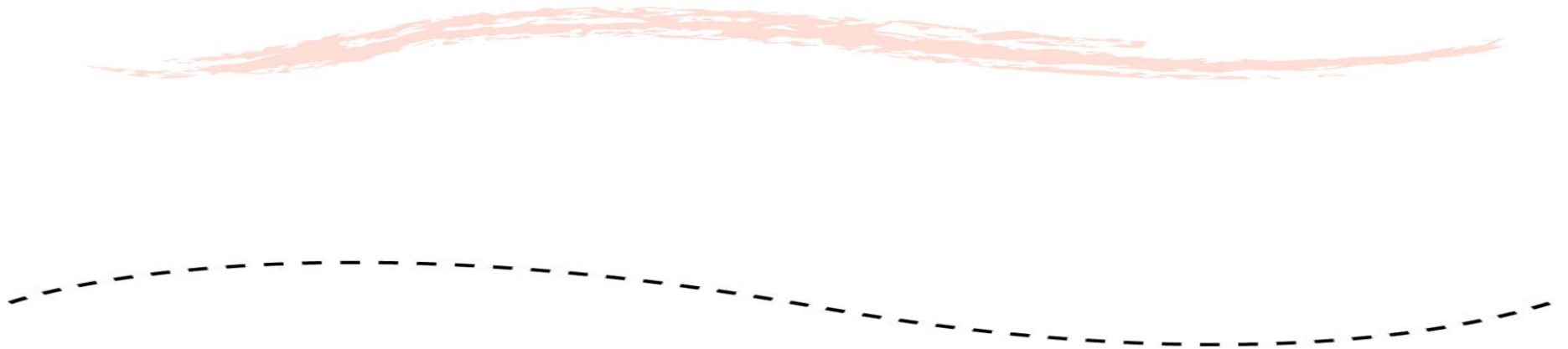
Resumen	Pág. 7
Introducción	Pág. 8
Marco Teórico	Pág. 9
Principios para entender el concepto de Cultura Urbana	Pág. 23
Desarrollo del Proyecto	Pág. 27
Marco Conceptual	Pág. 31
Proyección Económica	Pág. 46
Conceptualización	Pág. 56
Realización de Diseño	Pág. 58
Elección del Contenido	Pág. 62
Fundamentos Gráficos	Pág. 68
Conclusiones	Pág. 90
Bibliografía	Pág. 92

Resumen

Este informe pretende desarrollar el proceso que se llevo a cabo para el diseño de una revista electrónica que rescata la gráfica, los elementos y las experiencias visuales que existen dentro de la cultura urbana y que forman parte del patrimonio cultural de la ciudad y del país.

Para este proyecto se investigaron fuentes relacionadas con el desarrollo y diseño de una revista digital, estudios sobre las nuevas subculturas urbanas o tribus para poder entender la temática de la revista.

Y por último se presentó parte del proceso creativo para estructurar, desarrollar y diseñar una publicación electrónica online (ezine).



Introducción

El patrimonio cultural de una ciudad es una de sus principales riquezas, debido a que logra diferenciarla a través de distintos elementos, como por ejemplo, sus monumentos, sus atractivos turísticos, la arquitectura, o sea el patrimonio tangible. Pero existen algunos elementos dentro del patrimonio cultural que forman parte del patrimonio cultural vivo o intangible que por lo general no reciben el reconocimiento que debieran tener, como por ejemplo la cultura urbana y más exactamente la expresión visual de ella, elemento que desde la perspectiva del diseñador genera interés y se transforma en una fuente de inspiración para el quehacer profesional.

De este modo, un rescate de estas expresiones visuales urbanas, a través de una revista electrónica, les daría un reconocimiento desde el punto de vista gráfico y además una publicación digital acercaría estos elementos y experiencias estéticas para su apreciación debido a la cobertura y acceso que Internet posee.



MARCO TEORICO

A continuación se presentará el marco teórico resultado de la investigación de fuentes sobre el proceso de desarrollo de publicaciones electrónicas.

Las Revistas Electrónicas

¿Qué es una revista electrónica?

La publicación electrónica es en términos generales similar a una publicación tradicional en papel. La diferencia radica principalmente en la forma de hacer llegar la información a los lectores. Por la vía tradicional es necesario imprimir físicamente los documentos y hacérselos llegar al público. En la publicación electrónica, la información puede accederse más rápidamente a través de Internet, sin que necesariamente medie algún tipo de documento impreso.

En un principio la publicación electrónica se consideraba como una especie de suplemento a la versión impresa, un añadido al formato tradicional de la publicación. En realidad era un fiel reflejo del producto impreso a nivel de formato variando quizás en la extensión del contenido pero la principal diferencia estaba en el soporte de la información. Su aparición hace algunos años fue dentro de la comunidad científica como un complemento de las revistas de difusión de este tipo, pero luego se fue diversificando el contenido hasta llegar a abarcar casi todas las áreas temáticas en la actualidad.

Características

Las revistas electrónicas son también revistas en su sentido tradicional, entendiendo por estas últimas las publicaciones de aparición periódica, con secciones previamente establecidas. Pero las revistas electrónicas, por su condición de documentos digitales, no deben ser identificadas plenamente con las publicaciones periódicas ordinarias, que emplean el papel como soporte. Aunque los contenidos de ambos tipos de revistas son los mismos, los formatos empleados y los medios de difusión son diferentes. También es importante dejar constancia de que cualquier

información electrónica sobre una revista no equivale a una publicación periódica electrónica. Es decir, la información que una editorial o institución ponga en línea sobre una revista no significa que la misma sea una revista electrónica. Para que una revista electrónica sea considerada como tal debe cumplir un requisito fundamental: que todo su contenido esté en un formato electrónico, ya sea para su consulta gratuita o por medio de servicios comerciales y recibe actualmente el nombre de EZINE. Por tanto, hay que diferenciar entre información electrónica sobre revistas, publicaciones electrónicas propiamente dichas y servicios de acceso a las revistas electrónicas. El primer concepto se refiere a los recursos que dan información sobre una publicación periódica, tanto datos sobre su editorial, su frecuencia, su contenido, etc., como sobre los sumarios de los distintos números publicados. La información electrónica sobre revistas y las fuentes de información electrónica sobre revistas son conceptos sinónimos, por tanto. En cambio, hay que entender por revistas electrónicas propiamente dichas la información que se ofrecen en los sitios web que los editores emplean para dar acceso a los artículos incluidos en cada volumen de una publicación periódica. Además, los servicios de acceso a las revistas electrónicas son las distintas interfaces, servidores y productos que empresas e instituciones desarrollan para consultar el contenido de las revistas que están accesibles en línea.

Si bien durante algunos años atrás las tecnologías no se ajustaban a una constante actualización y rapidez en el proceso de localización y carga de la información, en la actualidad puede afirmarse que las condiciones necesarias para la expansión de las revistas electrónicas se cumplen holgadamente: existen tecnologías específicas, usuarios inclinados a su uso y preparados para el mismo y suficientes medios para la producción de ellas.

Diseño de Revistas Digitales

Como ya se ha definido lo que son las revistas electrónicas ahora corresponde establecer los criterios que van a ser claves en el proceso de su diseño no sólo desde una perspectiva técnica o estética, sino que hay que tener presente unos criterios de carácter pedagógico y socio-cultural que, por un lado, faciliten la contextualización de los contenidos que se abordan, y por otro, se adapten al colectivo de potenciales usuarios a los que se dirigen las mismas, dado que de ello dependerá el éxito y la aceptación de éstas.

Los puntos que se deben considerar son los siguientes:

“Definir previamente la arquitectura de las mismas, para que posibilite la organización interna de los contenidos, con objeto de proporcionar al usuario el apoyo necesario para que se lleve a cabo una navegación significativa.

“Establecer un marco de referencia que guíe al usuario y estructure su progreso, permitiéndole realizar asociaciones, profundizar en tareas o avanzar hacia otras que puedan estar relacionadas.

“Propiciar la utilización de organizadores previos que permitan estructurar las secciones y contenidos de los que conste.

“Contemplar la utilización de índices, mapas conceptuales y elementos para la síntesis y organización de la información.

“Incluir ayudas instruccionales para facilitar la selección, organización e integración de la información.

“Usar metáforas familiares para expresar el contenido de la información y diseñar la interfaz.

“Presentar la información utilizando múltiples y complementarios símbolos, formatos y perspectivas, que se adapten a la temática, y que ilustren las diversas posibilidades de actuación.

“Estructurar las presentaciones e interacciones para complementar los procesos cognitivos y reducir la complejidad del procesamiento de la información.

“Ofrecer distintos tipos de asistencia táctica, instruccional y de procedimientos (de un modo intuitivo).

“En último término, apostar por una adaptación dinámica de la interfaz tanto a los usuarios como a los contenidos, capaz de generar un entorno de aprendizaje significativo, cuyas características reviertan en:

- Una facilidad de manejo, es decir, que no sea difícil encontrar el modo de ponerlo en funcionamiento;
- Que sea original, capaz de motivar y de sorprender al usuario;
- Transparente, que implique claridad tanto en la presentación de la estructura interna de los contenidos, como en las ayudas y en las estrategias que utilice;
- Ágil, dinámico;
- Homogénea, que incorpore la misma estructura o parecida a lo largo de toda la aplicación;
- Versátil, capaz de adaptarse a distintos tipos de actividades dentro de la misma aplicación;
- Adaptable, que permita un uso personalizado en función de los distintos tipos de usuarios.
- Multimedial, que establezca una integración de información a través de distintos formatos (texto, audio, vídeo, animaciones).



Matizando un poco más en los aspectos que deben tenerse en cuenta al diseñar una revista digital multimedia, debemos atender a distintos aspectos:

Características relativas al usuario y sus exigencias:

“Se debe lograr que éste pueda realizar rápidamente las acciones, con un bajo porcentaje de errores, y una alta satisfacción.

“Es preciso saber a priori si dichos usuarios poseen el conocimiento necesario para realizar la tarea que resuelve el problema planteado, o por el contrario, se debe incluir un tutorial, a modo de ayuda, con una pormenorizada explicación.

“Evitar en la planificación de la solución los retrasos innecesarios en el acceso a la información solicitada.

“Eliminar los elementos que puedan distraer al usuario de lo que queremos que atienda.

“Reducir el nivel de ansiedad que puede generar en el usuario, para que éste no se bloquee, o pierda el interés en la realización de las actividades propuestas.

“Incluir elementos atractivos y estimulantes con el fin de que sean capaces de llegar a ejecutar diversas tareas que se les presentan.

“Evitar los errores, o al menos si éstos se producen, que exista una solución sencilla para subsanarlos.

Particularidades de la aplicación “on line”:

Respecto a la velocidad:

“Disponer de distintas velocidades de ejecución en función de los usuarios (novatos y expertos).

“Incrementar la velocidad en la realización de las actividades en la medida que las tareas sean más familiares y comprensibles para los usuarios.

Respecto al proceso de búsqueda dentro del sistema:

“Especificar la información objetivo junto a sus restricciones y parámetros.

“Indicar las características estructurales (capítulos o secciones).

“Decidir el itinerario a seguir para llegar a la información.

“Extraer los detalles apropiados de cada destino relevante.

“Integrar los detalles extraídos, y evaluar si cumplen las especificaciones y los objetivos anteriores.

“Permitir la repetición del proceso si la evaluación fuese negativa.



Introducción

En este punto se explica cuales son los aspectos de diseño que participan en un Sitio Web, como influyen y los pasos que se deben dar para desarrollar la estructura de un sitio y su forma.

Para comenzar el desarrollo de un sitio web, en este caso una publicación digital se deben empezar por definir los contenidos, organizar la información, tanto visual como escrita, de este modo aparece lo que se llama la Arquitectura de la Información, que a continuación se presentará:

Arquitectura de Información

Es el conjunto de métodos y herramientas que permiten organizar los contenidos, para ser encontrados y utilizados por los usuarios, de manera simple y directa.

La Arquitectura de Información estará cumpliendo sus objetivos cuando un usuario entre por primera vez al sitio y pueda reconocer a quién pertenece el Sitio Web; lo pueda entender en forma rápida y sin esfuerzo y encontrar la información ofrecida fácilmente. Adicionalmente eso entregará el beneficio de que quienes producen el sitio podrán ubicar la nueva información sin tener que crear nuevas estructuras y al mismo tiempo tendrán la libertad de incorporar nuevas iniciativas al sitio sin tener que partir de cero.

Los elementos que se muestran a continuación constituyen la metodología de la Arquitectura de Información, mediante la cual es posible conseguir las metas de organización y visibilidad de los contenido.

- o Definición de Objetivos del Sitio.
- o Definición de Contenidos del Sitio.
- o Definición de la Estructura del Sitio.
- o Definición de los Sistemas de Navegación.
- o Definición del Diseño Visual.

Definición de Objetivos del Sitio

A través de esta etapa se busca definir cuáles serán los objetivos centrales que deberá tener el Sitio Web y establecer la forma de cumplirlos.

Se recomienda comenzar por generar un objetivo central y luego definir varios objetivos secundarios; no obstante lo anterior, es importante que estos objetivos sean explicitados adecuadamente al comienzo del desarrollo, con el fin de que siempre se mantenga claro el horizonte que debe tener el proyecto.

Idealmente el listado de objetivos del sitio debe estar acotado y no llegar a más de cinco proposiciones. Este número, si bien es arbitrario, se indica como una forma de señalar que los objetivos no pueden ser tantos como para impedir su cumplimiento; ni tan pocos como para que el sitio sea poco ambicioso.

De cada uno de estos objetivos se pueden desprender tareas concretas que permitan avanzar en el cumplimiento de ellos.

Definición de Contenidos del Sitio

Una vez que se han identificado los objetivos del sitio y la audiencia, se debe proceder a hacer las definiciones más concretas que permitan decidir qué contenidos son los que va a tener el Sitio Web que se desarrolle.

Para identificar contenidos, se deben utilizar como insumo los materiales que se hayan obtenido en la etapa de identificación de Objetivos y de Audiencias, ya que en ambos la búsqueda giró en torno a las necesidades que tenían los usuarios del sitio.

Con las definiciones hechas hasta ahora, llega el momento de poner en práctica las metodologías que permiten ordenar los contenidos, agrupándolos en conjuntos coherentes y dándoles nombres que los identifiquen.

Se deben agrupar las principales áreas de contenido que se hayan detectado y revisado en el paso anterior. Se van agrupando, hasta formar conjuntos de elementos coherentes entre ellos. Luego, a cada conjunto se le da un nombre (idealmente una sola palabra) que identifique a todos sus contenidos.

Con esas agrupaciones hechas, se tendrán los elementos adecuados para generar posteriormente el árbol de contenidos que, a su vez, permitirá hacer el sistema de navegación.


Una vez que el proceso de “Etiquetado” ha concluido, es bueno hacer comprobaciones empíricas de la validez de los nombres escogidos.

Se deben responder las siguientes preguntas:

- o ¿Qué significa este nombre?
- o ¿Qué tipos de contenidos esperaría encontrar en esta área?

Con las respuestas obtenidas se podrá juzgar si los nombres que se han usado son los más adecuados o, bien, hay que introducir modificaciones.

Por ejemplo, dentro de los nombres más usados para una de las secciones habituales de un Sitio Web como es la de información corporativa, se cuenta: Acerca de, Sobre, Quiénes Somos e Información Corporativa.



Junto con la búsqueda de las áreas de contenido que deberá tener el sitio, se debe trabajar también en la definición de lo que se busca que el sitio realice, es decir, los tipos de interacción que se busca incluir.

Dentro de los servicios interactivos más frecuentes se cuentan las siguientes:

- o Formulario de Contacto para envío de mensajes electrónicos.
- o Sistema de envío de una noticia por mail a un amigo.
- o Formato de impresión de los contenidos.
- o Mapa del Sitio.

Dentro de las funcionalidades de mayor complejidad, pero a las que todo sitio debería aspirar, se cuenta:

- o Buscador interno del Sitio Web.
- o Área de acceso privado para usuarios registrados
- o Sistema de envío de boletines de noticias del sitio a usuarios registrados

Será importante que el sitio cuente con todos los servicios interactivos descritos como mínimos, para ofrecer una mejor experiencia al usuario que lo visita.

Una vez que se ha hecho el trabajo de identificación de contenidos, se debe avanzar hacia las definiciones relacionadas con la forma que tendrá el sitio que se está desarrollando. Ello implicará trabajar en tres áreas concretas, a través de las cuales se definirá la estructura del sitio, el árbol de contenidos y los sistemas de navegación que se ofrecerá a los usuarios para que avancen a través de sus contenidos.

Las tres etapas se explican a continuación:

Creación de la Estructura

Se refiere al proceso de identificar la forma que tendrá el Sitio Web que se está desarrollando. Básicamente cuál será la experiencia que tendrá un usuario cuando accede al sitio. De esta manera se puede determinar dónde estarán ubicados los servicios interactivos (buscador, sistemas de encuestas, áreas de contenidos).

Mapas Permanentes del Sitio

Se refiere al proceso de crear un árbol de contenido en el que se muestre de manera práctica cuántas secciones tendrá el sitio en desarrollo y cuántos niveles habrá dentro de cada uno. En este sentido se debe evitar a toda costa que el árbol de contenidos represente la estructura de la organización, dado que ésta es conocida y comprendida internamente, pero constituye una barrera de entrada para usuarios externos. Si ellos llegan a buscar en una estructura de contenidos basada en la forma en que funciona la organización, primero deberán comprender cómo funciona la entidad para luego encontrar lo que les interesa.

En este sentido se sugiere el uso de dos tipos de árboles posibles, Árbol Organizacional (Figura 1) y Árbol Funcional (Figura 2).

Figura 1: *Árbol Organizacional*; agrupa los contenidos de la manera cómo se organiza la institución, pero no basado en su estructura de funcionamiento, sino en su lógica de actividad;

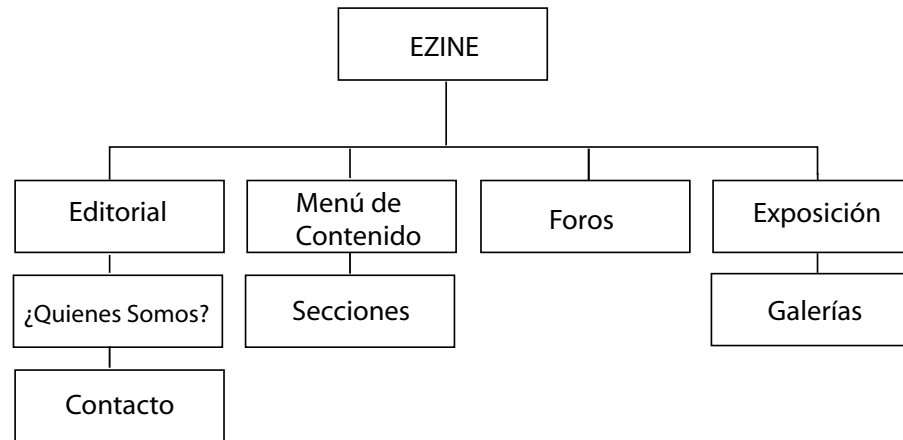
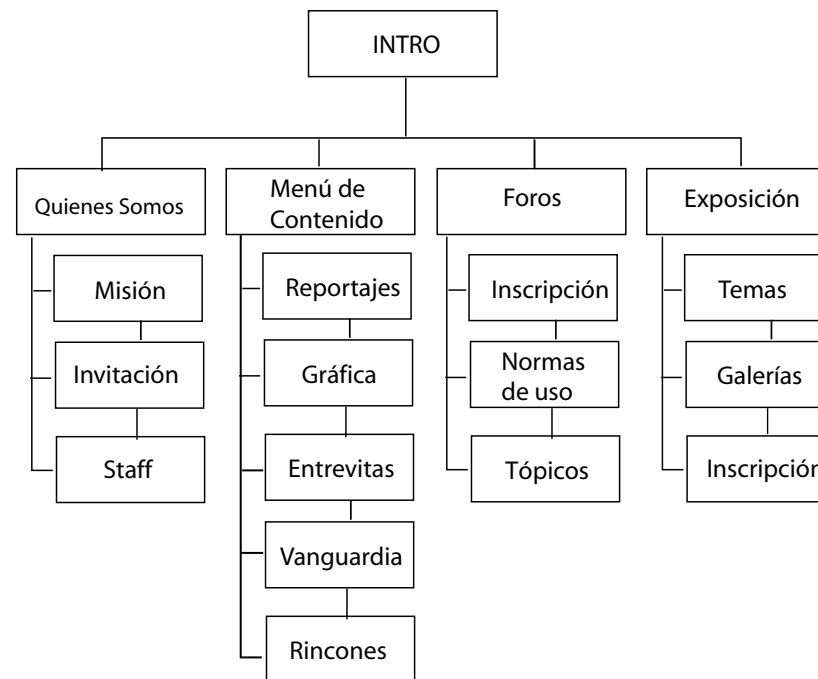



Figura 2: *Árbol Funcional*, agrupa los contenidos de acuerdo a las tareas que se puedan realizar dentro del sitio;





Dado lo anterior, las recomendaciones para la generación de este árbol son las siguientes:

Secciones:

Se debe intentar que sean las menos posibles, con el fin de concentrar las acciones del usuario en pocas áreas; hay que considerar que cada una de las áreas a integrar en el árbol requerirá de mantenimiento posterior en contenidos, gráfica y funcionalidad, lo que encarecerá el costo final de operación del sitio. Dado lo anterior, se recomienda que las secciones se sitúen entre 5 y 7.

Niveles:

Se debe intentar que el usuario esté siempre a menos de tres clicks del contenido que anda buscando. Por ello no se debería crear más de tres niveles de acceso; esto significa una Portada, una Portadilla de Sección y los Contenidos propiamente tales.

Contenidos relacionados:

Se debe considerar que habrá funcionalidades que estén presentes en todo el sitio. Entre ellas se incluyen elementos como Buscador, Preguntas Frecuentes y Formularios de Contacto. Se recomienda que este tipo de elementos quede fuera del “árbol” y “floten” sobre éste, con el fin de indicar que desde todas las páginas habrá enlaces a ellos.

Definición de los Sistemas de Navegación

Una vez que se cuenta con los árboles de contenido desarrollados en el punto anterior, lo siguiente es generar los sistemas de acceso a dichos contenidos en el Sitio Web. A través de estos, los usuarios podrán avanzar por sus diferentes áreas, sin perderse. En la generación de dichos sistemas se debe atender a dos elementos que serán muy importantes:

Textual:

Se refiere a que la navegación se hará a través de elementos concretos, tales como menús, guías, botones y otros elementos que deben ser claramente distinguibles dentro de la interfaz. Para generarlos se debe conseguir que cada uno de ellos represente claramente la función para la que fueron designados y no dejar lugar a dudas sobre su función ni sobre la acción que desarrollarán al ser usados. Es decir, un botón debe parecer tal y no sólo un “parche” de color sobre la pantalla. Adicionalmente, es muy importante que las palabras escogidas para indicar acciones, sean claras y precisas. En este sentido, si un botón necesita ser explicado, es mejor desecharlo y buscar otra solución.

Contextual:

Es todo lo referido a cómo se presenta la información, utilizando para ellos elementos basados en texto, gráficos o bien de entorno. Los elementos relevantes en este caso, serán todos aquellos que permiten mostrar la navegación en la pantalla. Entre ellos, la gráfica utilizada, la redacción de los textos que se muestran e incluso el nombre del dominio (URL) que permitirá que el usuario sienta que está en el lugar indicado.

Características de los Sistemas de Navegación

Al generar el sistema de navegación, se deben tener en cuenta las siguientes características:

Consistente: El sistema debe ser similar en todo el sitio, en lo referido a su ubicación y disposición en las páginas. Esto se aplica también a aquellas instituciones que pueden tener más de un Sitio Web.

Uniforme: El sistema debe utilizar similares términos con el fin de que el usuario que lo vea en las páginas, confíe en que sus opciones llevan siempre hacia los mismos lugares dentro del sitio.

Visible: El sistema debe distinguirse claramente dentro del sitio, con el fin de que el usuario cuente con él, como si se tratara de una guía permanente en el área en que se encuentre del sitio.

Se debe tener en cuenta que los buscadores de Internet tienen la capacidad de indexar e incluir en sus bases de datos, cualquier página del sitio, aún las más internas. Por ello, es de suma importancia que todas las páginas del sitio cuenten con el sistema de navegación, especialmente si el Sitio Web está desarrollado con frames (o marcos) que normalmente impiden que se indique claramente en cada página la información referida a la navegación general. De esta manera, si un usuario accede al sitio por una página interior que estaba indexada en un buscador, siempre contará con las herramientas adecuadas para ir a la portada o realizar cualquier otra acción que le interese.

Elementos de los Sistemas de Navegación

Entre los elementos más relevantes que conforman el sistema de navegación se cuentan los siguientes:

o **Menú General:** Siempre presente en todo el sitio, permite el acceso a cada una de las áreas del sitio.

o **Pié de Página:** Usualmente ubicado en la parte inferior de cada página, indica el nombre de la institución, teléfonos, dirección física y de correo electrónico.

o **Barra Corporativa:** Ofrece diversas opciones de información respecto del sitio y tal como el anterior, se muestra en todas las páginas.

o **Ruta de Acceso:** Listado que aparece en la parte superior de cada página y que muestra el rizado de páginas que hay entre la Portada del sitio hasta la página actual que se esté revisando; cada una de ellas debe tener un enlace, para acceder al área de la cual depende la página. Cada uno de los elementos que conforman este camino debe tener un enlace que permita el acceso a esas áreas. En la literatura internacional en inglés sobre este tema, se llama a este elemento como "breadcrumbs".

o **Fecha de publicación:** Para saber la vigencia de publicación del contenido desplegado.

o **Botón Home:** Para ir a la portada.

o **Botón Contacto:** para enviar un mensaje al encargado del sitio.



Definición del Diseño Visual

Una vez que se ha terminado el trabajo en la estructura, ya se cuenta con los insumos suficientes como para avanzar hacia la generación del diseño visual de las pantallas del sitio, momento en que se utilizarán todos los insumos que se han ido generando en las etapas anteriores.

Para ello la recomendación es trabajar en cuatro etapas sucesivas y ascendentes, que se describen a continuación:

Diseño de las Estructuras de Páginas

Esta etapa considera la generación de dibujos sólo lineales que describen los componentes de cada una de las pantallas del sitio, con el objetivo de verificar la ubicación de cada uno de ellos. El ideal es que se dibujen diagramas con todas las pantallas que tendrá el sitio, ya que de esta manera será posible que diseñadores y desarrolladores tengan un documento concreto de trabajo, a través del cual resuelvan todas las dudas de los elementos que componen esta página. Si bien este trabajo es largo y puede resultar tedioso, su ventaja es que ningún elemento en las páginas queda puesto al azar sino que responde a necesidades puntuales que se han detectado y que se resuelven por esta vía.

Lo ideal es que estos dibujos no tengan ningún elemento gráfico o visual concreto, sino que sólo incluyan líneas y bloques que representen objetos de contenido (como logos, viñetas o fotos). Nuevamente, como en ese caso, el uso de estas imágenes ayudará a que la discusión sobre cada pantalla se centre en la funcionalidad y no en temas más subjetivos como colores o calidad de los elementos de diseño en la página.

Bocetos de Diseño

Esta etapa consiste en la generación de dibujos digitales acabados de la forma que tendrán las páginas principales del sitio que se desarrolla, considerando como tales la Portada, Portada de Sección y Página de despliegue de contenidos.

Para desarrollar los elementos gráficos se utilizan como insumos los dibujos de estructura que se han generado en la etapa anterior.

La idea es que en esta etapa se trabaje en software gráfico para facilitar el proceso de corrección, ya que habitualmente habrá mucha interacción con los usuarios.

Los elementos que se deben tener presentes en esta etapa, son los siguientes:

o **Imagen Corporativa:** Se deben seguir los lineamientos que identifican la imagen que la revista definió para su sitio web.

o **Criterios de Usabilidad:** Cuando las personas quieren realizar una tarea de una forma sencilla y eficaz y en este caso particular, la deben realizar frente al computador en un entorno gráfico como la web, la usabilidad ayuda a que esta tarea se realice de una forma sencilla analizando el comportamiento humano, y los pasos necesarios para ejecutar la tarea de una forma eficiente.



Principios Generales de Usabilidad en Sitios Web:

- Anticipación, el sitio web debe anticiparse a las necesidades del usuario.
- 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.
- 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).
- Consistencia, las aplicaciones deben ser consistentes con las expectativas de los usuarios, es decir, con su aprendizaje previo.
- 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.
- Reversibilidad, un sitio web ha de permitir deshacer las acciones realizadas.
- Ley de Fitts indica que el tiempo para alcanzar un objetivo con el ratón está en función de la distancia y el tamaño del objetivo. A menor distancia y mayor tamaño más facilidad para usar un mecanismo de interacción.
- 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.

- Aprendizaje, los sitios web deben requerir un mínimo proceso de aprendizaje y deben poder ser utilizados desde el primer momento.
- El uso adecuado de metáforas (iconos y accesos) facilita el aprendizaje de un sitio web, pero un uso inadecuado de estas puede dificultar enormemente el aprendizaje.
- La protección del trabajo de los usuarios es prioritario, se debe asegurar que los usuarios nunca pierden su trabajo como consecuencia de un error.
- Legibilidad, el color de los textos debe contrastar con el del fondo, y el tamaño de fuente debe ser suficientemente grande.
- 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.
- Interfaz visible. Se deben evitar elementos invisibles de navegación que han de ser inferidos por los usuarios, menús desplegados, indicaciones ocultas, etc.

Criterios de Accesibilidad

La accesibilidad de un Sitio Web se refiere a su capacidad para presentar contenidos a personas que cuentan con discapacidades físicas, que les impiden usar la información disponible de una manera tradicional y por ello emplean ayudas técnicas. Un ejemplo de esto son el uso de un lector de voz o un magnificador de pantalla en el caso de los discapacitados visuales, que les permiten interpretar el texto que se muestra en la pantalla.

La accesibilidad corresponde a una de las tendencias que se ha impuesto con mucha fuerza en los últimos dos años, gracias especialmente a los avances conseguidos en los sitios del Gobierno de Estados Unidos (país que promulgó la Act 508 para reglamentar esta forma de mostrar los contenidos). Esta tendencia se ha asociado mundialmente a la actividad de los sitios web de Gobierno Electrónico, debido a que, por el hecho de pertenecer a instituciones públicas, deben asegurarse de que todos los ciudadanos accedan a la información que se les ofrece por esta vía, sin que existan barreras para ello.

Para comprobar que un Sitio Web cumple con las normas de accesibilidad, la iniciativa WAI (Web Accessibility Initiative) de la W3C (World Wide Web Consortium) propone la realización de las siguientes pruebas:

o Verificar la accesibilidad con herramientas automáticas y revisión humana. Los métodos automáticos son generalmente rápidos y convenientes, pero no pueden identificar todos los problemas de accesibilidad. La revisión humana puede ayudar a garantizar la claridad del lenguaje y la facilidad de navegación.

o Utilizar los métodos de validación desde las primeras etapas del desarrollo. Los problemas de accesibilidad que se identifican temprano son fáciles de corregir y de evitar.

Entre dichos métodos de validación, se cuentan los siguientes:

o Utilizar una herramienta automatizada de validación de la accesibilidad y la navegación. Se debe tener en cuenta que las herramientas o programas de revisión no contemplan todos los problemas de accesibilidad, como lo comprensible que puede ser un enlace de texto, o el contenido de un texto alterno, etc.


o Validar la sintaxis de programación de las páginas con las herramientas ofrecidas por el W3c; de esta manera se determinará si se utiliza apropiadamente el lenguaje que se haya elegido (Ej., HTML, XML, etc.) y Validar las hojas de estilo (Ej., CSS).

o Utilizar un emulador o navegador solo-texto.

- Utilizar varios navegadores gráficos, con:
 - sonidos y gráficos cargados
 - gráficos no cargados
 - sonidos no cargados
 - sin mouse
 - marcos, scripts, hojas de estilo, y applets sin cargar.

o Utilizar varios navegadores, antiguos y nuevos.

o Utilizar un navegador con conversión texto-voz, un lector de pantalla, un programa de magnificación, una pantalla pequeña, etc. Varios de esos software se pueden obtener desde el Sitio Web de Fonadis (<http://www.fonadis.cl/index.php?seccion=25>).



o Utilizar un revisor gramatical y ortográfico. Una persona que lee una página con un sintetizador de voz puede no ser capaz de descifrar la pronunciación que emite ese dispositivo de una palabra que tiene un error ortográfico. Eliminando los problemas gramaticales se aumenta la comprensión.

o Revisar el documento en cuanto a su claridad y simplicidad. Las estadísticas de legibilidad, como las que generan algunos procesadores de texto, pueden ser útiles indicadores de la claridad y simplicidad. Mejor aún, consultar con un editor (humano) experimentado para revisar el contenido escrito en cuanto a su claridad. Los editores pueden también mejorar la usabilidad de los documentos, al identificar problemas potenciales de sensibilidad cultural que pueden presentarse, debido al uso del lenguaje o de los iconos.

o Invitar a personas con discapacidad a revisar los documentos. Los usuarios con discapacidad, novatos o expertos, proporcionan valiosa información sobre la existencia de problemas de accesibilidad o usabilidad y la seriedad de la falla.

Borradores de Página

Una vez que se ha aprobado la etapa anterior, se toman los bocetos de diseño que hayan sido aprobados y se genera un prototipo (páginas “clickeables”) mediante el cual se pueda comprobar directamente la forma en que se desempeñan, cuando se les aplica la tecnología HTML de construcción de páginas web. La intención de esta etapa es usar el diseño de pantalla que se ha creado, contando con enlaces reales que permitan ver la forma de usar sus atributos (cada enlace tiene los estados de Enlace, Flotante, Activo y Visitado) y revisar la forma en que se despliegan

las páginas que se van a desarrollar.

Adicionalmente, en esta etapa será posible hacer la comprobación efectiva del peso de las páginas una vez construidas y se podrán optimizar los elementos que queden fuera de norma por peso o tamaño.

Maqueta Web

Es la etapa final y consiste en generar todo el sitio en tecnología html utilizando imágenes y contenidos reales.

En el caso de un sitio estático, esta etapa corresponderá a la construcción del sitio. En el caso de un sitio dinámico, las páginas que se generen permitirán que el diseñador genere las plantillas de trabajo y el desarrollador de software las utilice como elementos para introducir la programación que sea necesaria para la creación del sitio.


Es importante considerar que todas las tareas y actividades incluidas en esta etapa pueden ser abordadas por un diseñador que tenga experiencia en diseño web. Esto debe ser parte de los requerimientos solicitados a las empresas proveedoras de este tipo de servicios.

Diseño de la Experiencia del Usuario

En forma paralela al desarrollo de las interfaces, todo proyecto web debe tener en cuenta la experiencia que vivirá el usuario al navegar por sus páginas. A ese concepto se le denomina experiencia del usuario y el objetivo siempre será el de que cada persona que visite el sitio encuentre lo que está buscando de manera simple, de tal manera que regrese al sitio y le cuente a otros sobre su contenido y funcionalidades.

The background is a dense collage of posters and advertisements. On the right, a prominent poster features the text 'Tour Esperanza' and 'Cultura Urbana' in a bold, sans-serif font. Below this, there are several smaller posters with various designs, including one with a large 'M' and another with a large 'C'. The overall aesthetic is urban and graphic, with a mix of colors and fonts.

Principios para entender el concepto de Cultura Urbana



En este capítulo se explicará el concepto de Cultura Urbana y los elementos que la conforman y que son utilizados para desarrollar los contenidos de la revista electrónica.

INTRODUCCIÓN

Según la UNESCO la cultura es considerada con el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

Según Fernández y Guzmán (2001) señalan que un concepto moderno incluye tanto los monumentos como las manifestaciones del pasado (sitios y objetos arqueológicos, arquitectura colonial e histórica, documentos y obras de arte). Lo que se conoce como patrimonio vivo; las diversas manifestaciones de la cultura popular (indígena, regional, popular y urbana), las poblaciones o comunidades tradicionales, las lenguas indígenas, las artesanías y artes populares, la indumentaria, los conocimientos, valores, costumbres y tradiciones características de una etnia.

Con estas definiciones la cultura urbana se inserta dentro del patrimonio cultural de un país, que definido por la UNESCO es el que abarca monumentos, grupos de edificios, y sitios que tienen valor histórico, estético, arqueológico, científico, etnológico o antropológico.

De este modo considerando estos conceptos, cuando se habla de Cultura Urbana se refiere a las intervenciones del ambiente (ciudad o espacio urbano) que son realizadas por el habitante en su afán de desenvolvimiento, tratando de hacer de su lugar donde habita un emplazamiento en el que su acción se vea en su alrededor. Por consiguiente

se puede calificar como una expresión del ciudadano ejercida sobre su ambiente.

El análisis de la nueva escena sociocultural en el contexto de la post modernidad, es útil para comprender en un sentido amplio las formas culturales urbanas que pueden sintetizarse en cinco procesos que describen las modificaciones que se están dando actualmente:

“Un redimensionamiento de las instituciones y los circuitos de ejercicio de lo público, manifestado en una pérdida de peso de los organismos locales y nacionales en beneficio de las organizaciones de alcance transnacional.


“Una reformulación de los patrones de asentamiento y convivencia urbanos, dada por la diseminación poli céntrica de la mancha urbana”.

“La reelaboración de lo propio, por el predominio de los mensajes propios de una economía y una cultura globalizadas sobre los generados en la ciudad y la nación a la cual se pertenece”.

“La redefinición del sentido de pertenencia e identidad, organizado cada vez menos por entidades locales y cada vez más por la participación en comunidades transnacionales y desterritorializadas de consumidores”.

“El pasaje del ciudadano como representante de una opinión pública al ciudadano consumidor, interesado en tener una cierta “calidad de vida”.

Las modalidades audiovisuales y masivas de organización de la cultura están subordinadas a criterios empresariales de lucro y a un ordenamiento global que desterritorializa sus contenidos y formas de consumo.



En este contexto el mercado aparece como eje del impulso cultural, a través de un crecimiento acelerado del consumo y de la difusión de las industrias culturales que favorecen la internacionalización y el arraigo de una cultura de masas ligada al ocio. Pero la misma muestra sus contradicciones al desmoronarse los mecanismos que sostuvieron la modernización, transformando diferencialmente las condiciones de vida.

Introducción a las Tribus Urbanas

Las Tribus Urbanas se insertan dentro de la cultura de la urbe como una de sus manifestaciones más actuales y representativas. De este modo, el entendimiento de este concepto nos lleva a comprender de qué se trata la cultura urbana como manifestación.

Tribus Urbanas

Ya no se escucha hablar de los hippies ni del New Wave. Ahora se explica la presencia juvenil como la emergencia de un sujeto autónomo postmoderno, mientras que en la sociedad va predominando la onda retorno. Una de las expresiones más radicales de este nuevo sujeto juvenil son las tribus urbanas, que, por eso mismo, hace más fácil su lectura.

Es el tiempo, entre otros, de los Góticos (vestidos de negro, con cara pálida, cruces colgando, y cautivados por lo oscuro), los Celtas (seguidores de la cultura nacida en tierra irlandesa, llena de magia y duendes), los Punk (devotos del cuero y las cadenas, con pelo descolorado), los Skaters (adueñándose de la calle mediante la tabla, utilizando ropa ancha, pantalones caídos, y cadena en bolsillo trasero), y los Rastafari (pelo motudo, vegetarianos, y religiosidad afro). Todos ellos conviven en la misma ciudad, pero dentro de esta crece la brecha entre la realidad adulta y la

urbe juvenil de la Discoteca Blondie, del Barrio Yungay, la Plaza Italia, el Barrio Bellavista, y el Parque Forestal. Ya no se trata tan sólo de una diferencia generacional sino se está frente a una verdadera cultura distinta, con sus propios significados, símbolos e identidades. La juventud ya no es tan sólo una etapa previa a la adultez, sino ha creado su propio mundo y sus propios códigos.


Para entender el concepto de Tribus Urbanas

El mundo adulto suele tener una idea predefinida de la juventud, predominando el estereotipo del rebelde sin causa, apático, anómico, y agresivo. Además, toda actividad juvenil que no se relaciona con la economía, el trabajo y el consumo no recibe una valoración ni una apreciación social. En una palabra, el joven es considerado un problema o, en el mejor de los casos, como una etapa pasajera, pero de todas maneras un ser que es preciso domesticar para integrarlo a la sociedad existente.

Un cambio de época, y no una simple época donde hay cambios pero sin mutación de referentes fundantes, se percibe básicamente en el ámbito de lo cognitivo (modo de pensar) y lo normativo (la valoración de lo bueno y de lo malo), expresándose en las prácticas cotidianas (estilos de vida, de vestir, de hablar, de relacionarse, etc.).

La construcción de la identidad del joven está actualmente más cerca de lo ritual (símbolos compartidos) que de lo social contractual (institucional), más afín a la presencia (el cara a cara) que al logos (el discurso). La crisis de las instituciones modernas y la impersonalidad urbana inciden directamente en la búsqueda de otro estilo de convivencia.

La reacción frente al anonimato y la despersonalización de las relaciones sociales inherentes al sistema y a la sociedad actual produce la tribalización con códigos



gos éticos y sociales propios, ajenos al sentido de funcionalidad características de las sociedades industrializadas, con fisicalidad proveniente del encuentro, con emocionalidad desarrollada en el encuentro cercano, inmediato, festivo.

La ciudad contemporánea se comprende a partir de la dialéctica masas (polo englobante) y tribus (polo neocomunitario). El concepto de tribus, acuñada por el sociólogo Michel Maffesoli, subraya la búsqueda de espacios de rehumanización mediante la formación de comunidades en una sociedad deshumanizante. En medio de la incertidumbre y el vacío comunicacional, la tribu surge como una respuesta social y simbólica frente a la excesiva racionalidad burocrática de la vida actual, al aislamiento individualista al cual somete la gran ciudad, a la frialdad de una sociedad extremadamente competitiva, a una cultura consumista que diariamente rinde culto a la imagen en detrimento de lo vivencial. La tribu se plantea como una instancia agregadora frente a un poder disgregador, devolviendo el protagonismo al joven y ofreciéndole a la vez una protección de pertenencia.

La consolidación de la masificación (sociedad masa) produce la proliferación de pequeños grupos (comunidad) como respuesta al proceso de des-individualización. Este fenómeno ha significado una evolución en las relaciones interpersonales: (a) de la importancia de la organización político-económica se pasa al anonimato de la masa; (b) del sentido del individuo, establecido según su función en la sociedad, se pasa al valor de la persona, apreciado en su rol social correspondiente; y (c) de los grupos contractuales se pasa a las tribus afectivas. Así, el sujeto escapa el individualismo reinante mediante la pertenencia a comunidades emocionales (contra racionalidad formal, instrumental, productiva, calculista), aprovechando una energía subterránea (frente a la uniformidad y la verticalidad se busca la experiencia grupal vital), entablando una nueva forma de sociabilidad (alejada de lo político y centrada en la creación

de un ambiente, no en función de una sociedad impersonal sino como parte de un grupo no jerarquizado), y buscando espacios físicos donde otros individuos comparten los mismos símbolos (espacio local e intimista contra globalización uniforme y metropolitana).

La política ya no es considerada como un eje articulador de sentido totalizador, como una causa capaz de dar significado a la propia vida tal como ocurría en los años sesenta y setenta. El desencanto de las ideologías comporta el escepticismo frente a la posibilidad de explicar la realidad social desde una sola totalidad de pensamiento. Por ello, en medio de la ausencia de un relato explicativo totalizador surge el pluralismo radical y la búsqueda de sentido en lo micro, lo vital, lo experiencial y lo plural.

Cabe destacar que en esta ezine se exploraran todas las expresiones visuales de la cultura urbana, incluyendo expresiones provenientes de minorías sexuales o indígenas que de alguna manera intervengan visualmente la ciudad o presenten algún código interesante para rescatar ya que estos también forman parte del patrimonio visual del país.

Desarrollo del Proyecto





Proyecto

Revista Electrónica online (ezine) que rescata: gráfica, elementos y experiencias visuales inmersos dentro de la cultura urbana.

Fundamentación

El patrimonio cultural de una ciudad es una de sus principales riquezas, debido a que logra diferenciarla a través de distintos elementos, como por ejemplo, sus monumentos, sus atractivos turísticos, la arquitectura, o sea el patrimonio tangible. Pero existen algunos elementos dentro del patrimonio cultural que forman parte del patrimonio cultural vivo o intangible que por lo general no reciben el reconocimiento que debieran tener, como por ejemplo la cultura urbana y más exactamente la expresión visual de ella, elemento que desde la perspectiva del diseñador genera interés y se transforma en una fuente de inspiración para el quehacer profesional.

De este modo, un rescate de estas expresiones visuales urbanas, a través de una revista electrónica, les daría un reconocimiento desde el punto de vista gráfico y además una publicación digital acercaría estos, elementos y experiencias estéticas para su apreciación debido a la cobertura y acceso que Internet posee.



Objetivo General

Realizar una publicación electrónica que desde la perspectiva del diseñador rescate y exponga la expresión visual urbana y que se insertan dentro del patrimonio vivo o intangible de la ciudad.

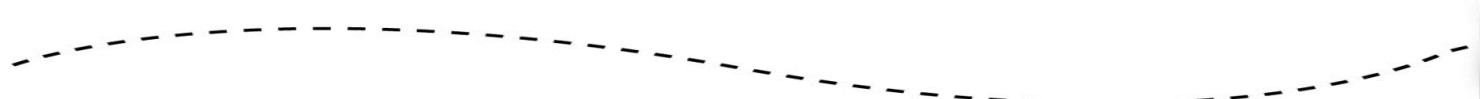
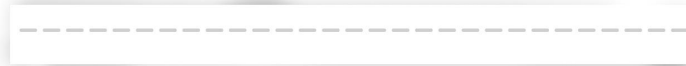
Objetivos Específicos

Crear una vitrina electrónica en donde elementos visuales de la cultura urbana sean expuestos para su apreciación

Acercar experiencias visuales en ambientes urbanos en donde se genere una estética característica.

Facilitar la apreciación de piezas gráficas que están en distintos sitios de Santiago por medio de expo reportajes visuales en una revista electrónica.

Crear a través de la revista un espacio donde estos diferentes tipos de expresiones visuales se reúnan para ser apreciadas.





Características de la Publicación

Línea Editorial

Es una revista electrónica online (ezine) que rescata, desde una perspectiva gráfica, elementos y experiencias visuales que están inmersos dentro de la cultura urbana y que forman parte del patrimonio cultural de la ciudad y del país.

Con esta publicación se pretende rescatar y exponer elementos gráficos, códigos visuales y , a la vez, acercar experiencias visuales urbanas facilitando su apreciación como patrimonio de la ciudad.

De este modo, forman parte de este rescate: los distintos tipos de expresión gráfica que existen en las calles de la ciudad, la estética que se genera dentro un ambiente urbano determinado, piezas gráficas que forman parte de la historia visual de nuestro país, y las manifestaciones visuales que distintos grupos urbanos establecen como propias.

Tipo de Publicación

Esta publicación será de tipo digital y su contenido será expuesto solo y en su totalidad a través de Internet mediante un Sitio Web. Esta decisión, obedece a que una publicación digital es un medio en donde los costos de publicación son menores ya que se trata de una publicación independiente de una editorial o empresa que aporte con los costos de impresión y publicación , al estar en Internet debido a la masificación y globalización de la información personas de distintos lugares del mundo pueden acceder a ella. Además el presentar su contenido a través de Internet es una forma actual para presentar una publicación de este tipo.

Grupo Objetivo

Estará dirigido a personas jóvenes de entre 18 y 25 años, con interés en la gráfica y las expresiones visuales. Son personas que reconocen la importancia de la manifestación humana a través de la imagen, de la auto expresión del ser que necesita identificarse con algún grupo, aprecian las nuevas tendencias en ropa, música, etc, en definitiva aquello que los diferencie de la masa, sin ser necesariamente vanguardista pero manteniendo una identidad característica. Pero además al ser una publicación electrónica online (ezine) un universo distinto al público objetivo puede acceder a la revista ya sea para consulta o para utilizarla como referente.

Contenido

Se presentarán reportajes visuales, a través de fotografías, dedicados a la expresión urbana (grafittis, rayados y otros dibujos que existen en las calles y muros de Santiago).

Se expondrá gráfica popular como por ejemplo letreros artesanales, pinturas publicitarias del mismo tipo.

Otro tipo de muestra serán las de recorridos visuales por lugares y rincones iconográficos de Santiago que destaquen por su particularidad visual.

Las tribus urbanas proyectarán reportajes sobre su moda y estética, así como a sus lugares de reunión y la gráfica aplicada a su entorno.

También habrá una sección de fotografía en donde exponentes jóvenes podrán mostrar su trabajo. Estas imágenes tienen que ver con la temática urbana de la revista.

Presentación del Contenido

La revista constará de una página de advertencia en donde se explicará que es el sitio de la revista Avenida Gráfica y que se necesita descargar el flash player cinco para ver todo su contenido. Desde esta página se puede acceder una vez descargado el player, si es que no se cuenta con él, al intro en flash con lo cual se presentará la revista y desde este acceder al menú.

El Contenido de la revista será a través cinco secciones de reportajes y una especialmente dedicada a series de fotografía. Los reportajes se presentaran mediante un enlace en el menú principal, este tendrá las características de una pequeña portada para dar una idea de lo que trata el reportaje, desde allí se accederá al reportaje, el cual tendrá una página inicial con una breve explicación del tema a exponer, en esta existirá un acceso a las galerías de imágenes en donde finalmente se desarrollará.

Habrà una sección de regalos o downloads en donde habrán fondos de escritorio para los visitantes con imágenes acerca de los reportajes.

Además el sitio contará con un link a la tienda online de la revista en donde se venderán productos como: poleras, postales y tarjetas alusivas a los reportajes realizados en la misma.

Y por último, dos secciones, una para los enlaces de interés o relacionados con la temática de la revista y otro enlace para dar a conocer a los responsables del sitio.

El Contenido solo se podrá ver a través de Internet pudiendo descargarse exclusivamente los fondos de escritorio de la sección del mismo nombre. Esto debido a que la revista necesita que los navegantes visiten el sitio para que vean los anuncios publicitarios que en ella se exponen. Los anuncios son para financiar las ediciones de la revista.

Realización

El sitio será realizado en formato HTML ya que este tipo de programación posee características que dentro de nuestra realidad referente al acceso a Internet, facilitan la navegación ya que la velocidad de descarga del sitio es mayor y la navegación a través de este es mucho más expedita al reconocer los comandos del navegador no como en el caso de la programación flash. Pero si contará con animaciones de este tipo ya que le darán dinamismo al sitio. Este estará optimizado a una resolución de 800 x 600 pixeles. (760 x 395 considerando el tamaño de la ventana del navegador y elementos como el scroll).

Estrategia de comunicación

La revista quiere darse a conocer por el tipo de contenido que expone, por el rescate de los elementos visuales de la cultura urbana y la gráfica patrimonial chilena. De este modo, el ezine expondrá la información con un carácter objetivo en cuanto a posturas políticas o sociales, manteniendo su eje central en la perspectiva gráfica de las piezas. La revista quiere llegar a su público objetivo a través de un lenguaje actual y simple. Además desea establecer un carácter "independiente", es decir, que por su contenido y por los códigos visuales utilizados refleje una identidad asociada la autogestión e independencia editorial.

Periodicidad

La revista será una publicación que cada dos meses tendrá una edición, siendo un total de 6 ediciones por año, ya que por la temática que aborda y la recopilación en terreno se estima como un tiempo adecuado para su realización.

Marco Conceptual



A continuación se desarrollará el marco conceptual de este proyecto, en donde se analizará la tipología existente y se estipularán los conceptos que representan la revista.

Tipología Existente.

El estado actual de las revistas electrónicas en Chile:

Actualmente en Chile las revistas electrónicas o e-zines están insertas en un proceso de maduración, tanto por el mercado como por el tipo de contenido ya que si bien existen revistas electrónicas científicas en su mayor proporción también las hay como magazines, orientadas hacia temáticas relacionadas con el mundo de las artes, música y letras. Estos tipos de publicación caben dentro de la denominación de ezines ya que son exclusivamente on line y no poseen una versión impresa, lo que no representa que hallan derivado de alguna edición predecesora en papel. Distinto es el caso de revistas impresas que han sacado su versión digital como un índice o sumario de los contenidos que aparecerán en la más reciente publicación de la versión en papel y que utilizan el mailling para promocionarla, previa inscripción en su base de datos, llegando a esta a través de la misma página o por sitios relacionados que la promocionan mediante la entrada a concursos si se ingresan los datos personales, por ejemplo www.picnic.cl y www.revistatambor.cl, ambas son derivadas de la versión impresa y sus sitios son más que nada herramientas de promoción aunque ofrezcan un vistazo a los números anteriores, pero también hay que destacar el mérito que las versiones impresas son gratuitas y la base de datos sirve de inscripción para que las revistas lleguen al domicilio como en el caso de la revista tambor que un principio optó por este servicio para luego al igual que Picnic retirar las revistas en puntos de distribución también de modo gratuito



The image shows a screenshot of the Picnic magazine website. The header features the 'picnic' logo in a stylized font, with 'Junio '04' below it. To the right of the logo are four navigation buttons: 'Concursos', 'Destacados del mes', 'Regístrate en nuestra web', and 'Suscríbete a Picnic'. Below the header is a large photograph of four young men. To the right of the photo, the text reads: 'EN PICNIC JUNIO PODRÁS ENCONTRAR:' followed by a list of artists: 'BREVES', 'FRANZ FERDINAND', 'BUCK 65', 'PHANTOM PLANET', 'THE WARLOCKS', 'THE ELECTED', 'CONDORMUSIC', 'MORRISSEY', 'JOSH ROUSE', 'MINIMAL', 'USTED NO', 'AKINETON RETARD', and 'NICANOR PARRA'.



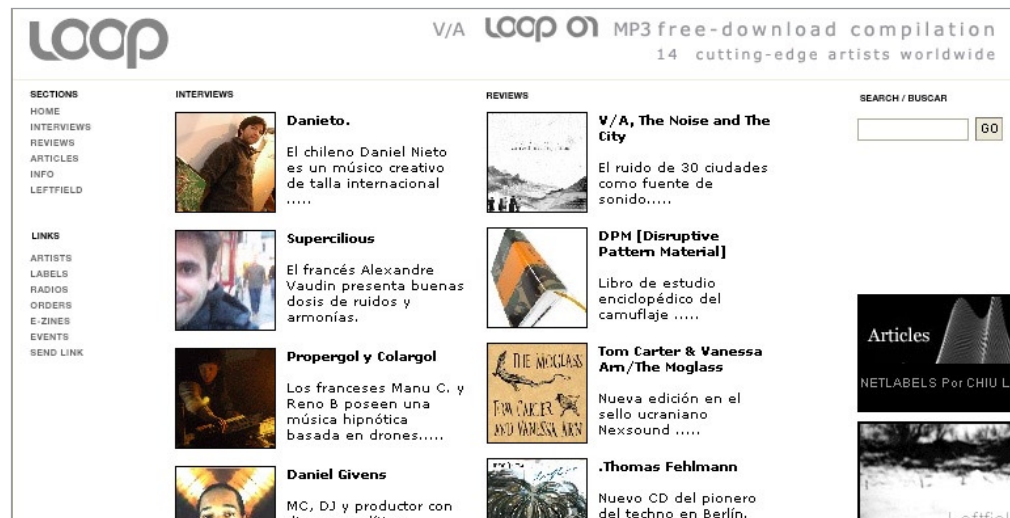
The image shows a screenshot of a Microsoft Internet Explorer browser window. The address bar displays 'SUSCRIBETE A PICNIC - Microsoft Internet Explorer'. The main content area has a red background and features the 'picnic' logo at the top left. To the right of the logo, the text reads: 'AHORA MÁS FÁCIL!!'. Below this is an illustration of two white envelopes, one slightly behind the other, both with the 'picnic' logo on them. Underneath the envelopes, the text says: 'Suscríbete a Picnic gratuitamente, solo pagarás los gastos de envío y con la revista, cada mes te enviaremos de regalo un cd con los mejores artistas del momento.' Below that, it says: 'Por ser suscriptor de Picnic, recibirás promociones exclusivas para comprar música, entradas de conciertos y ropa con descuentos especiales, además podrás participar en concursos con exclusivos premios.' At the bottom, it says: 'ENTRA EN EL APARTADO "SUSCRIBETE A PICNIC" ENTRE TODOS LOS QUE SE SUSCRIBAN ESTE MES SORTEAREMOS 4 PACKS DE BEASTIE BOYS QUE INCLUYEN: 1 CD DE SU NUEVO DISCO, 1 vinilo de Ch Check it out, 1 vinilo de clásicos, 1 sticker.' At the very bottom, the text 'we love music!' is written in a stylized font.

Es pertinente hacer la diferencia entre las revistas impresas de magazine orientado hacia el arte, diseño, moda que solo poseen un índice de contenidos de la versión impresa y la utilizan como promoción, contacto, información corporativa e inclusive de servicios relacionados con el diseño gráfico, la producción de eventos, dentro de estas están: www.playmagazine.cl, www.lat33.cl, www.blank.cl, www.frentesonora.cl.



Las ezines son revistas exclusivamente electrónicas y como tales no poseen versión impresa. En Chile las e-zines que actualmente se encuentran activas son pocas y la mayoría frutos del experimento gráfico de colectivos artísticos o de diseño.

La principal característica que poseen las e-zines es que están ligadas a lo subterráneo a lo underground, ser el reflejo de alguna subcultura en especial que puede estar ligado o no a la música o la expresión artística por ejemplo: www.loop.cl es una revista digital de la escena electrónica nacional en la que todos sus artículos están on line



Este carácter underground obedece a la raíz que tiene el e-zine en los boletines experimentales y fanzines que no obedecían a las líneas “ tradicionales” que las revistas impresas poseen, tanto en diseño como en líneas editoriales y contenido. (ver anexo Subculturas en Chile y El inicio de las revistas electrónicas de música extrema). Pero además de reflejar la identidad visual de la subcultura deben poseer ese aire under para conservar dicha identidad, generalmente el público objetivo de estas revistas suele ser un poco más amplio que el grupo al cual se hace alusión dentro de ella ya que el rebalse siempre es también a grupos que no se definen totalmente de un determinado movimiento.

El que una revista sea underground tiene que ver directamente con la temática de esta pero también se centra en que es ayudado por el poco conocimiento en general que se tienen de estas y de sus direcciones web ya que su promoción es un lugares físicos y virtuales idóneos.

También hay que mencionar que la vida al parecer de estas revistas es bastante relativa, que algunas desaparecen y vuelven a parecer, tienen pausas bastantes largas entre un número y otro, evolucionan a versiones impresas, etc. Todo al parecer obedece a razones disímiles y particulares y otras comunes como el financiamiento y aspectos técnicos de servidores y hosting.

Todos los contenidos se abren en la misma ventana.

En Chile podemos encontrar de distinto tipo y aunque algunas aún permanecen escondidas en la web a continuación se describirán e-zines chilenas de distinta índole pero que representa algo del espectro editorial electrónico underground de nuestro país:

www.codigovisual.cl

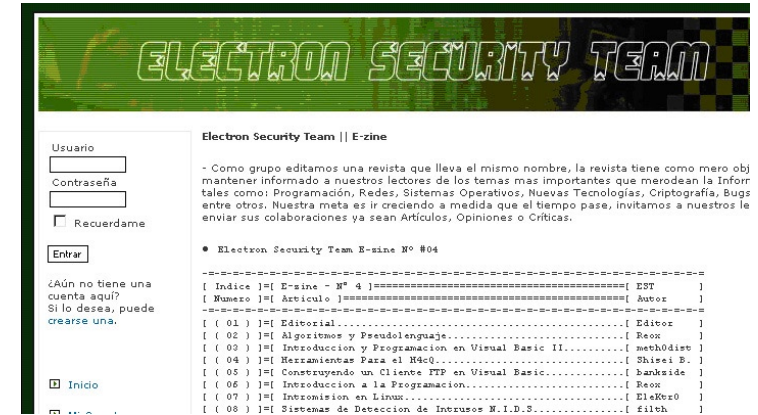


Código Visual

Revista electrónica chilena con imágenes de la creación gráfica en nuestro país, permite descargar gratuitamente su revista desde la web en formato flash. En un principio fue una de las más conocidas dentro del ámbito de diseño universitario, su contenido solo se veía descargando el archivo flash, no era en línea. La línea de diseño obedecía a códigos recogidos de los reportajes que traía cada edición, que se basaban en muestras fotográficas, notas a ilustradores, diseño gráfico, etc. Formalmente el acceso era a una sola página de inicio y portada en donde solo existía un link para descargar la revista, en términos de diseño era totalmente aleatorio en cuanto a la temática de las ediciones y obedecía solo a la identidad de la revista en sí. El sitio web estaba hecho en HTML. Actualmente esta se encuentra fuera de línea.

Los contenidos se bajan no se abren desde el sitio.

www.est.cl



Electron Security Team: Revista electrónica chilena del underground informático.

La revista tiene como mero objetivo mantener informado a los lectores de los temas más importantes que merodean la Informática, tales como: Programación, Redes, Sistemas Operativos, Nuevas Tecnologías, Criptografía, Bugs y Exploits entre otros.

Hablando de diseño, su presentación obedece a una página bastante pobre, con la casi no existencia de diseño en su elaboración y que trata de mantener un lenguaje visual asociado con la programación y la informática pero que sacrifica lo estético. Una página que solo presenta información a través de páginas y archivos de texto sin diagramación ni utilización de fondos (background blanco). Solo el Logo de la página parece haber tenido una mayor preocupación. El sitio está hecho en HTML (frames).

Todos los contenidos se abren en la misma página y también se pueden descargar.

www.loop.cl

Revista sobre la música electrónica en Chile, aparece como un contenido totalmente en línea, con secciones similares a las de un magazine: Entrevistas, Comentarios, artículos, informaciones, rescate de antiguos reportajes de otras revistas electrónicas de música ya desaparecidas. Además de ofrecer secciones propias de la web, como los links a otras direcciones de interés referentes a los reportajes o estructurando nuevas secciones dentro de los links: radios, otras e-zines internacionales, eventos, contactos, etc. Utiliza ingles para nombrar las secciones, esto les da un carácter moderno y vanguardista, la mayoría de las revistas de este tipo lo utiliza.

En términos de diseño la revista mantiene los códigos estéticos actuales que se usan en este tipo de sitios relacionados al mundo de la música electrónica: Fondo Blanco, limpieza minimalista, un menú al costado para acceder a los contenidos, utilización de fotografías pero en menos escala eso si que en otros sitios meramente sobre música electrónica. El sitio está hecho en HTML con frames.

También ofrece ver algunos de los reportajes en versión PDF directamente desde la página o si se lo prefiere descargarlo al PC. Pero todas las secciones se despliegan en la misma ventana.

The screenshot shows the Loop website interface. At the top left is the 'Loop' logo. To the right, it says 'V/A Loop 01 MP3 free-download compilation' and '14 cutting-edge artists worldwide'. On the left is a sidebar menu with sections: SECTIONS (HOME, INTERVIEWS, REVIEWS, ARTICLES, INFO, LEFTFIELD), LINKS (ARTISTS, LABELS, RADIOS, ORDERS, E-ZINES, EVENTS, SEND LINK). The main content area features a grid of article previews, each with a small image and text:

- I'm Not A Gun**: John Tejada y Takeshi Nishimoto combinan la electrónica con pop y el rock.
- Ran Slavin**: Este artista israelí es uno de los más destacados en la escena electrónica
- O.blaat**: Keiko Uenishi promisoría artista de la escena neoyorquina de música digital.....
- Kptmichigan**: El alemán Michael Beckett cruza el folk con el ruido digital y de
- and Eric Clark**: Música de improvisada en el sello Eclipse Rec.....
- _Bagual**: Desde la Patagonia chilena en clave minimal.
- Dominique González-Foerster**: Fotos de lugares urbanos supuestamente utópico.....
- .Signer**: 3er. y nuevo disco de neocelandés Bevan Smith.....

On the right side, there are two promotional banners: 'obtener tu t-shirt' and 'RINFM.COM radiolalanegra'.

Este sitio es una mezcla entre revista electrónica y sitio de panoramas urbanos, ya que es más conocido por publicar las fiestas electrónicas y o alternativas más que su contenido anexo como revista ya que dentro del sitio es una sección pero que posee entrevistas, noticias, eventos y links. Interesante es el espacio para los links en donde agrupa una gran cantidad de sitios llamados medios urbanos y son de una línea similar a esta página. Además Como este sitio se relaciona con la música, electrónica para ser más exacto, también presenta un diseño minimalista con fondo blanco, con poca intervención fotográfica, hecha en HTML con un menú superior pero que de igual manera señala que tratan de frames. También para seguir la línea de revistas internacionales y sitios similares utiliza música “ambiental” para acompañar al navegante durante la visita, esta se puede cambiar a otras pistas o simplemente detener.

Todos los contenidos se despliegan en la misma ventana.

Jueves 09 Diciembre 2004

» panoramas urbanos » música » links » contacto

ALUX - DJ MEXICANO

Nombre: Mario Salinas
Edad: Nació el 6 de febrero del 70, tengo 34 años
Nacionalidad: Mexicana
Estilo: Bueno, mis estilos son el groovy morning beats, psychedelic sunshine trance, o cualquier otro que se te ocurra por el estilo del morning trance o trance mañanero ... una amiga me definía como atmosférico... en eso de la definición de estilos prefiero ser mas relajado, siento que a veces se pierde algo a la hora de encasillar en estilos. Y bueno también me gusta música mas lenta, mid-tempo a downtempo y en ese sentido me gustan los beats del dub... eso si, siempre con tintes psicodélicos... por lo que se podría definir como psy-dub.

Que te motivo a entrar en la onda electrónica y ser dj?

Respuesta:
Creo que el ir a fiestas y ver la energía que se daba entre los danzantes y la buena onda que se generaba entre todos. También el poder compartir de alguna forma lo que me gusta y me prende.

Tienes alguna influencia?

Respuesta:
Bueno influencias tengo muchas... Casi todo lo que esta a mi alrededor me motiva e influye en...

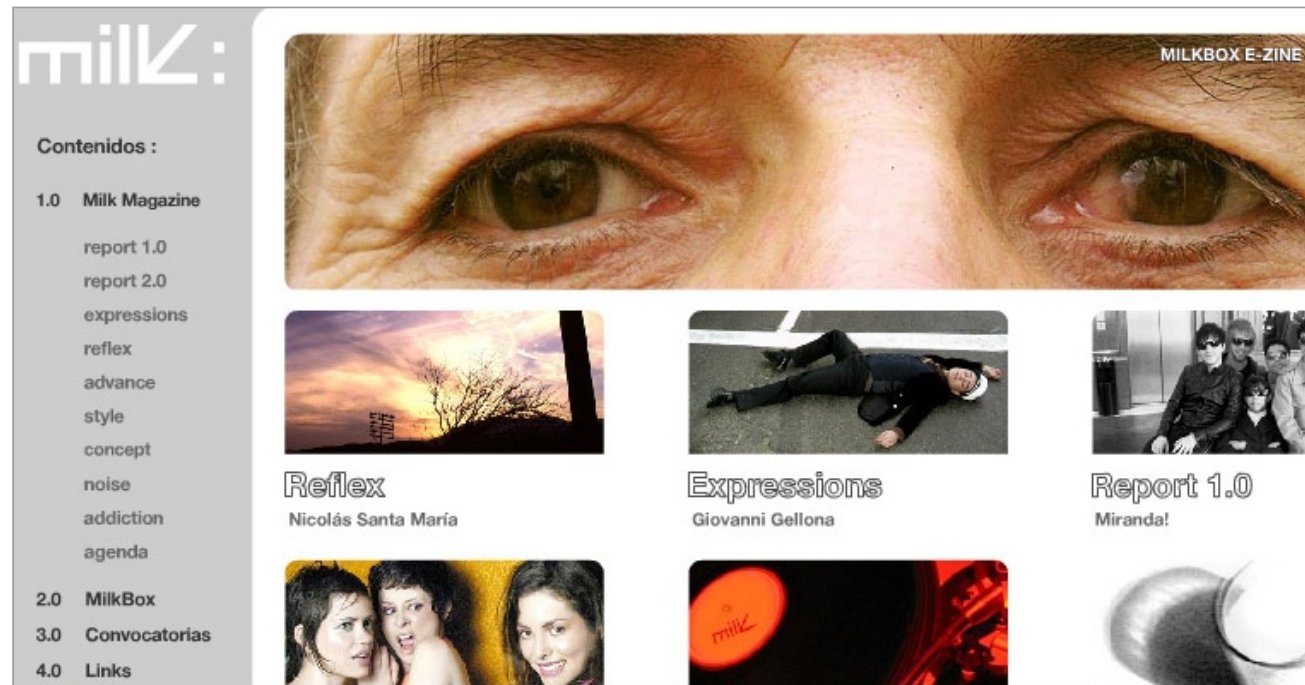
medio urbinos
info@mediourbanos.cl

audio

revista urbinos

- » Reportaje
- » Películas
- » Estilo
- » Noticias
- » Eventos

ARCHIVO
Analog Pussy
Ovni moon



Esta Revista es quizás la más elaborada en términos de diseño que hasta el momento se ha analizado, está hecha en flash en su totalidad, lo más importante es la revista ya que otro tipo de información está en segundo lugar en cuanto a la disposición a modo de punteo como se ve en la imagen consta de secciones de reportajes que cubren distintos puntos de la expresión artística, pero de un carácter menos underground ya que los personajes y los objetos de las entrevistas son bastantes conocidos y solo marcan una diferencia más que vanguardia propiamente tal.

Como ya se ha visto, es la tónica de este tipo de sitios el minimalismo y el fondo blanco, está página también posee música para disfrutar mientras se navega, pero además sirve de portafolio a la empresa que realiza la revista, con secciones como las marcas realizadas, las producciones, etc. Algo que otras revistas no tienen. Esta revista también ofrece participar en concursos si el visitante se inscribe en la base de datos para recibir mailing de este sitio.

Hay que mencionar que muchos de los contenidos están llamados por una convocatoria permanente para de alguna manera exponer a los nuevos talentos de la escena nacional del artes, fotografía, diseño, etc.

A pesar de estar hecha en flash los contenidos se despliegan en la misma tabla dentro de la misma ventana.

The screenshot shows the website 'El Fenelón Ilustrado' with a blue and white color scheme. At the top left is the logo 'EL fenelón ilustrado RELOADED'. The main header features the title 'el fenelón ilustrado' and navigation links: 'Revista', 'Editorial', 'PuroVerso', 'Opiniones', and 'E-mail'. A left sidebar contains a 'MENÚ' section with links to 'Portada', 'Editorial', and 'COLUMNAS' (Reportaje Central, Aire Puro, Cartones, Cebolla Online, Celso Vidal, Desde la cloaca, El Mediocre, El Rincón del Analfabeto, Entrevistas, Esta Puta Vida!!!). The main content area features an article titled 'Luz, Camara, Fenelon' dated '09/12/2004' by 'Vicious'. The article is about 'COMBAT ROCK' and mentions the film 'Malditos La historia de los Fiskales Ad Hok'. Below the text is a photo of four people and a 'Leer Artículo' link. A section titled 'además:' is partially visible. The right sidebar includes a 'Bienvenidos' section with contact info for Erich Muñoz and a 'Destacados Anteriores' section listing two previous articles from 2002.

Revista electrónica sobre pensamientos, poemas, versos y orientada al pensamiento social. Tiene un buen número de secciones en donde se puede leer todo el contenido pero solo en pantalla no ofrece alguna opción para bajar la información al PC a través de algún PDF. Su diseño es más elaborado que otras de carácter underground que se han analizado. Utiliza tablas para organizar la información, posee accesos a las secciones en ambos costados y bastante dinámica para ser una revista sobre pensamiento y poesía. Los contenidos se despliegan dentro de la misma ventana, no se abre otra página.

www.escaner.cl

Escáner Cultural es una revista virtual de arte y cultura, en donde se encuentra reportajes, opiniones, links, críticas de literatura, especiones. etc. Es quizás la de mayor tiempo de circulación ya que lleva seis años en la web. Está ofrece las opciones de ver el contenido en línea o bajar las revistas de números pasados en formato pdf, además de recibir la portada de la revista mensualmente en el mail previa suscripción gratuita en el sitio.

Esta realizada en HTML, pero con un diseño más cuidado, limpio y funciona, l mantiene un parecido

Revista Virtual de Arte y Cultura Año 6

Escáner Cultural

Número 68
Diciembre 200

Artículo
**ARTE Y SÍMBOLOS PATRIOS II.
ESTADOS UNIDOS**
Por: Iris México



Delirium
LAS ALMAS MUERTAS
Por Mauricio Otero

UNivers(o)
**I ENCUENTRO DE COLECTIVOS
LLAVE MAESTRA EN RÍO DE JANEIRO**
Por: Clemente Padín



En el Camino
ESA COSA DEL EPÍGRAFE

buscar

CHAT

Qué se teje
EXPOSICIONE
actividades
culturales

Números Anteriores

1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12

Como conclusión se puede decir que las revistas electrónicas o ezines en Chile representan un mercado demasiado incipiente y pero segmentado, su presencia en la web es muy imprecisa ya que a veces están activas y otras no, ya sea por actualización de los contenidos o por motivos de tiempo del comité editorial o falta de financiamiento. Y a nivel de conocimiento por parte de los navegantes de la red no todos conocen el termino e-zine y menos la existencia de estas revistas como tales, piensan que es un sitio web relacionado con el tema que ellos andan buscando.

En términos de diseño si bien algunas ezine muestran elementos comunes como por ejemplo las de música electrónica que utilizan fondos blancos y presentan un diseño minimalista, las más underground no presentan mayor preocupación de diseño y las de mayor factura no tienen relación ni en diseño ni con el contenido de alguna manera más "INPENDIENTE" si se quiere de las revistas de carácter under, Son totalmente disímiles algunas y su diseño va de la mano con el tema que tocan así como al usuario al que van dirigidas.

Existen Sitios web que tocan los diversos tipos de subcultura o tribus urbanas que conviven en nuestro país pero estos tienen la característica de ser concebidos como una página web y no como revista, por lo que se alejan de la idea principal de este análisis, pero responden a muchas de las características de diseño y contenido pertenece a una tribu urbana.

www.vampiros.cl

Como su llamado lo dice, arte y sangre hay en este sitio dedicado al movimiento gótico chileno que nace, según su propia explicación, de una manifestación sublime de su interior en donde expresarse y compartir sus gustos e inquietudes.

Este sitio posee: Reportajes, artículos, noticias, eventos, links, etc. Todo esto con el fin de que en este sitio converjan diferentes disciplinas, todas miradas desde un punto de vista cultural y responsable, donde todo tema que deambule por sus páginas trate de satisfacer esta sed por conocer: "el porque de estos gustos distintos de lo normal" (si es que se puede establecer "algo" como lo normal).

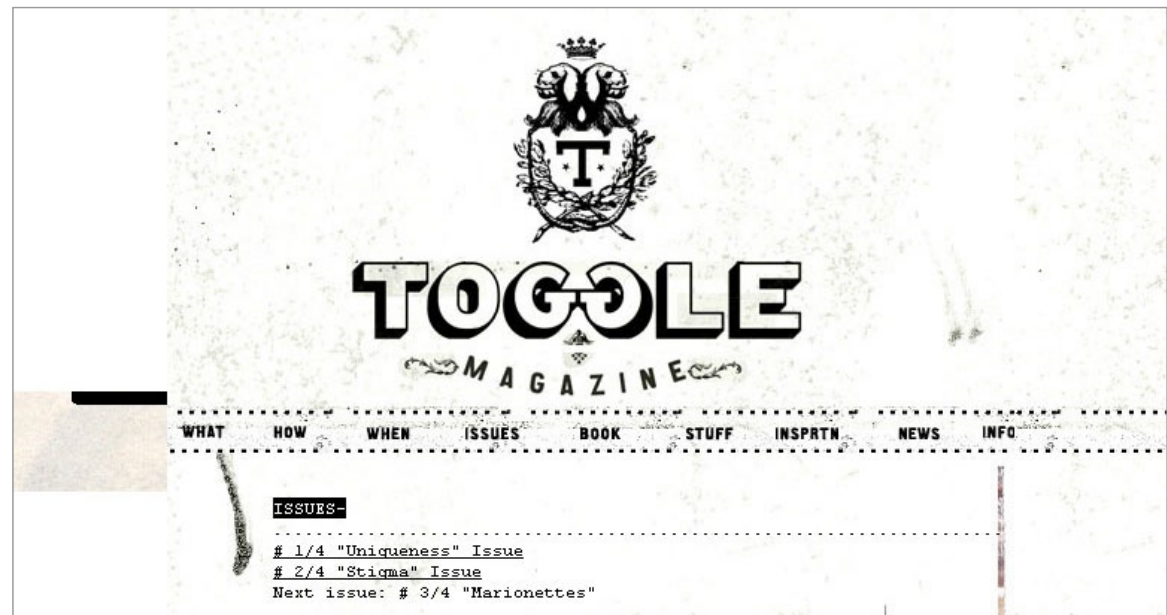


Tipología Existente Fuera de Chile

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

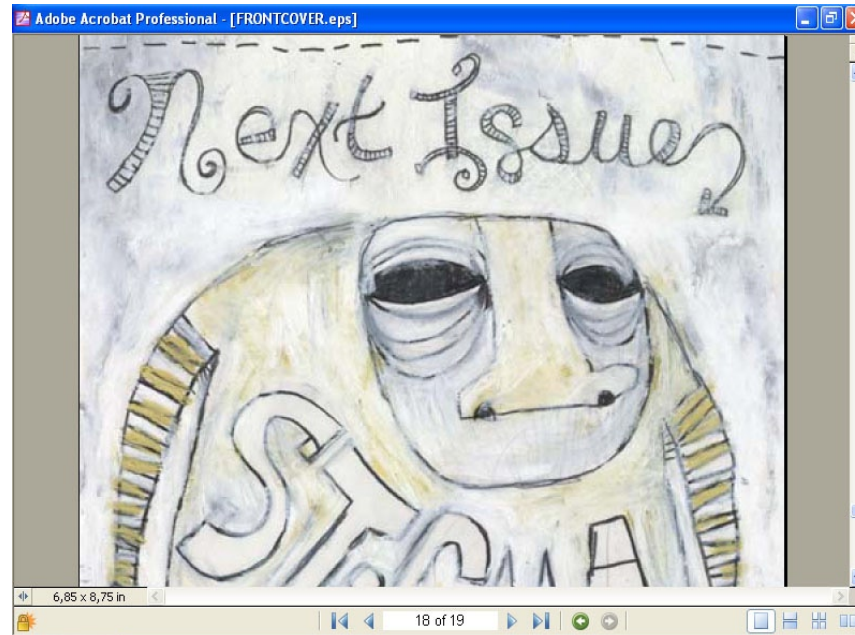
Es una revista electrónica sobre arte y diseño experimental. Cada edición se basa en un tema que se escoge al azar y después es explorado por dos artistas que desarrollan el trabajo basándose en el tema que escogieron y trabajan por separado al principio. Después juntos crean la revista de los pedazos individuales hasta llegar a un punto en que creen que esta listo. La idea de esta revista es crear inspiración artística como ellos mismos dicen. El proyecto artístico lo realizan cuatro veces al año y lo exponen al público a través de un archivo descargable desde el mismo sitio en formato PDF.

El sitio cuenta con nueve secciones en donde se explica el proyecto, se información de contacto, se presentan los archivos para descargarlos y también se ofrece merchandising de la revista.



Los números de Toggle Magazine están en formato PDF pero no se pueden modificar ya que su contenido esta protegido por una password. Lo que resguardaría la propiedad intelectual de la revista.

Vistas del Archivo
PDF de Toggle

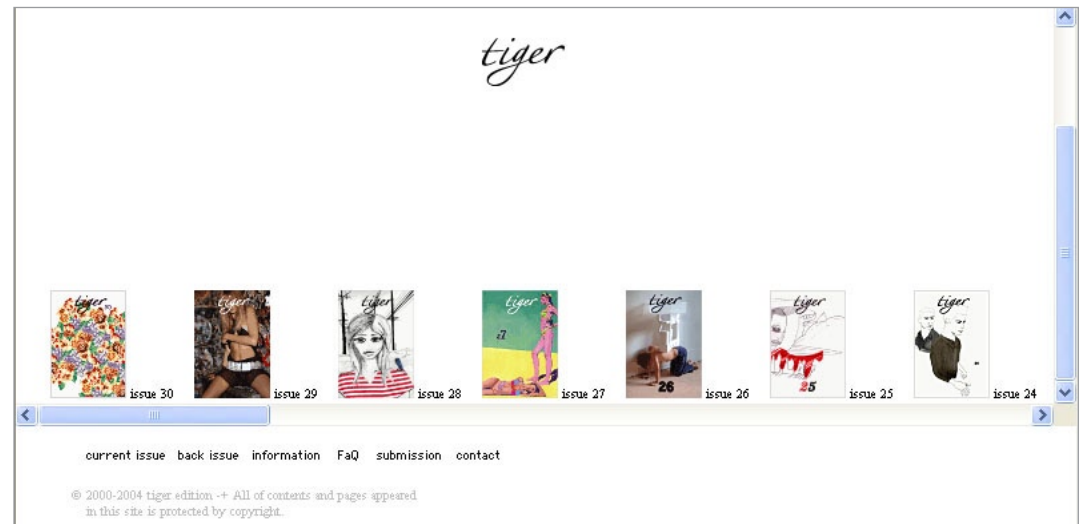


www.tiger.com

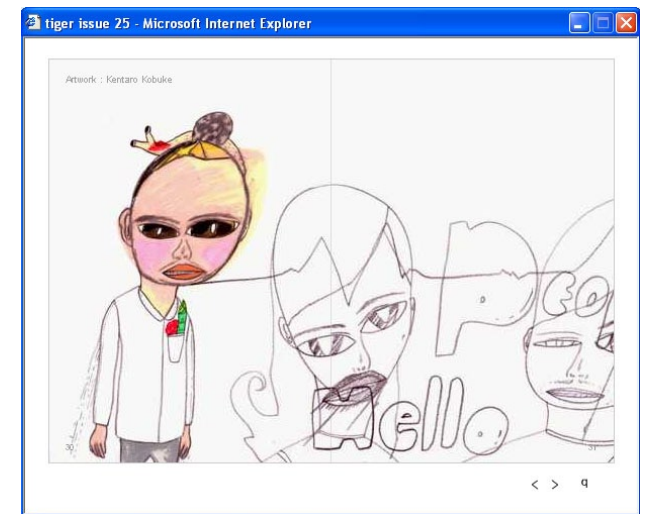
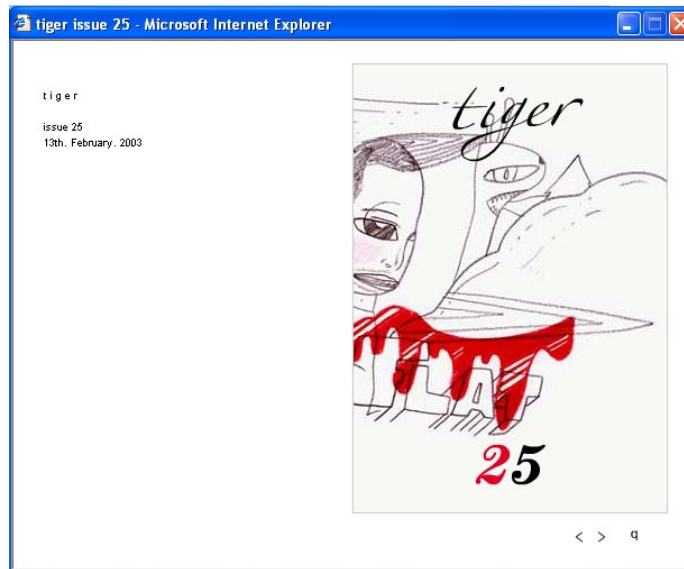
Tigre magazine es una ezine que trata sobre moda, ilustraciones, gráfica experimental, y reportajes escritos. Y quizás el rasgo que más la caracteriza es que utiliza en concepto "on screen" para presentar su contenido. De este modo la revista se presenta como si fuera una publicación impresa abierta, o sea con las páginas enfrentadas, dando la sensación que el lector está viendo la revista de la manera tradicional en que abriría una versión impresa pero con la diferencia que es a través de un monitor. Cabe destacar que el tamaño de la revista es bastante pequeño a diferencia de otras publicaciones que están en línea, ocupa quizás un quinto del monitor. Todos los números de la revista están disponibles para ser vistos pero no se pueden descargar al computador del lector.



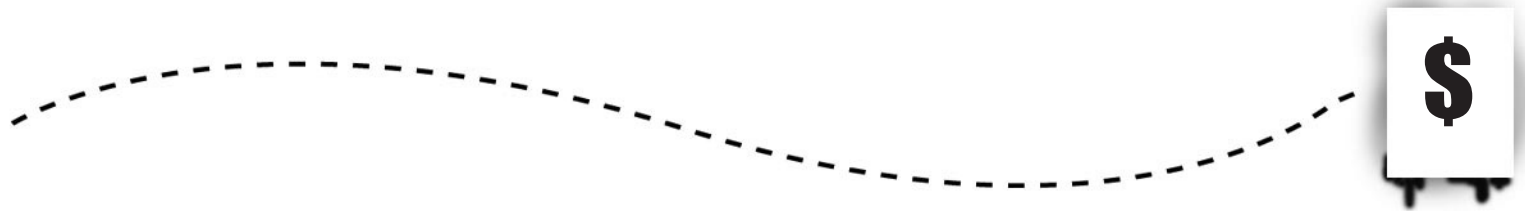
Vistas de la revista on
screen Tiger.



Cabe destacar la sencillez del sitio web que aloja a la revista, dándole más importancia a esta última. Además el sitio cuenta con seis secciones dentro de el, una para dar información editorial, otras para navegar por los números anteriores y revisar el actual y otra para contacto.



Proyección Económica



Financiamiento

Las líneas de financiamiento contempladas para la revista las encontramos en auspicios por medio de banners publicitarios en el menú de inicio de la misma y a través y a través de la habilitación de una tienda virtual en donde se podrán adquirir productos relacionados con la publicación como merchandising y otros.

Los avisos tendrán tres espacios como banners publicitarios, espacios que se venderán a posibles tiendas o locales comerciales cuyos rubros sean coherentes con la revista y quieran publicitarse en ella.

La lista de las posibles tiendas que avisarán en la revista son las siguientes:

- TRAFFIC Disquería de música independiente, Local 0104, EUROCENTRO.
- EL PUNTO Accesorios, parches y chapitas, Local 0108, EUROCENTRO.
- TOP GAME Venta de Videojuegos (Play Station), Local 0113, EUROCENTRO.
- MANGA Tienda de animación japonesa (anime), Local 105, EUROCENTRO.
- METALIUM Tienda de articulos rock metal, Local 0132, EUROCENTRO.
- EURO@NET Cibercafé y articulos de ROLL, Local 0133, EUROCENTRO.
- PUNKY Boutique Hombre y Mujer, Local 0103, EUROCENTRO.

- OWNER Polerones y Poleras HIP HOP, Local 0117, EUROCENTRO
-
- HOT MUSIC Disquería alternativa, Local 0118, EUROCENTRO.
- PUNTO REFLEX , Anime y cinema cult, Local 0118, EUROCENTRO.
- THE KNIFE, Ropa Hardcore, Local 0125, EUROCENTRO.
- BOUTIQUE TRAUCO, Ropa Gotica, Local 0125, EUROCENTRO.
- TIERRA DE NADIE, Drag Queen Fashion, Local 209, EUROCENTRO.
- CHIC, Vestuario y accesorios, Local 211, EUROCENTRO.
- PETIT CHOICE, Ropa negra glam, Local 212, EUROCENTRO.
- EL 2 TRECE, Ropa Hip Hop, Local 213, EUROCENTRO.
- BLOCK, Zapatillas, ropa y accesorios skater, Local 222, EUROCENTRO.
- ONLY OLD STYLE, Skaters, Local 222, EUROCENTRO.
- BOLA 8, Tatuajes y Piercing, Local 323, EUROCENTRO,

- 
- ZOYA, Animación Japonesa, Local 315 -A, EUROCENTRO.
 - STAR FANTASY, Jmusic, Local 307, EUROCENTRO
 - NOSTALGIC, Ropa Vintage, Bandera 273.

La otra línea de financiamiento es a través de la Tienda Grafica Online, la que venderá productos derivados de los reportajes que la e-zine realiza, lo que les da un carácter exclusivo. Por ejemplo: Poleras, Postales y Tarjetas.

El sistema de venta de la Tienda será por medio de un enlace de la revista en donde existirá un catalogo online de los productos que están a la venta con sus respectivos modelos, motivos precios y tallas. Pudiendo llenar un formulario de contacto para realizar el pedido, acordando la forma de envío, esto es, acordando un día y lugar de entrega del pedido, o envío por pagar a través de encomienda o bien pudiendo ir directamente a buscarlo a la dirección de la boutique que patrocina a la tienda virtual LULÚ LA BELLE, en Huérfanos 3051.

Cabe mencionar que existe una boutique que patrocina a la tienda virtual para servir de local de despacho de pedidos y venta de las poleras, postales y tarjetas de la revista como artículos exclusivos. Este patrocinio se debe a que esta boutique tuvo un acuerdo previo con el editor de la revista y se realizaron proyectos en conjunto previos. (pagina web).

El financiamiento del proyecto está enfocado a recuperar la inversión inicial y como diseñador y creador mantener el proyecto a través del tiempo. Para ello dentro de los costos mensuales que tendrá este proyecto se incluyen los honorarios por diseño para mantener el sitio, así como

los gastos para que este se mantenga publicado y los gastos en infraestructura.

Sin embargo no se incluirá como capital inicial las herramientas tecnológicas y mantención de estas para realizar la revista, ya que estos se incluyen en los honorarios del diseñador.

A continuación un desglose de los ítems antes mencionados:



Hosting y NIC

El alojamiento del sitio web será a través de los servicios de la empresa Red6 y Cia. Ltda. Rut: 78.582.490-3 Dirección: Europa 2176, Santiago, CHILE. Y la inscripción del dominio www.avenidagrafica.cl en www.nic.cl será a través de la misma empresa como trámite interno ya que forma parte de la oferta de los planes pero se debe realizar previo pago en Nic Chile de \$20.170 IVA incluido por dos años de extensión.cl y extensiones .com, .net y .org US \$ 25+IVA por año.

Características del Hosting

El plan U60 tiene una tarifa ANUAL* de \$12.000 + IVA e incluye lo siguiente:

- 1.- Alojamiento de la dirección WEB <http://www.SuEmpresa.cl> (.com,.net, etc...)
Espacio web+email de 60 Mb. Tráfico web+email 12 Gb.
Interfaz web de administración cPanel (funciones básicas incluyen soporte).
Formularios, contadores y libro visitas preinstalados.
Acceso pleno a scripts CGI, lenguaje PERL y PHP.
Acceso a estadísticas muy completas.
NO incluye MySQL.
Servidores de Nombre DNS, primario y secundario.
- 2.- Direcciones EMAIL nn@SuEmpresa.cl (servidor Mail.SuEmpresa.cl)
Hasta 60 cuentas e-mail estándar POP3 y SMTP.
Acceso Webmail (Interfaz web a las cuentas de correo).
Respondedor automático y redirecciones email.
Antivirus EXIM. Filtros Email.
- 3.- Acceso FTP sin restricciones. Dirección [ftp.SuEmpresa.cl](ftp://SuEmpresa.cl).
- 4.- Servidores (equipos y ancho de banda) asignados en USA.
Multiple Internet connection with the US Commercial Backbone.
Indice de disponibilidad superior al 99% posible de medir por vía externa.
Sistema Operativo Unix Linux. Servidor Web Apache.



Contrato del Hosting

Contrato de Servicios de Presencia en Internet

En Santiago de Chile, a de, del 2004, entre Servicios Computacionales RED6 y Cía. Ltda., RUT 78.582.490-3, representada por Eduardo Lucero Müller y....., RUT, giro comercial, domiciliado en, comuna de, teléfono, representado por don(ña), se celebra el siguiente convenio para la contratación del Servicio de Presencia en Internet:

Primero: RED6 ofrecerá los servicios de Presencia en Internet, enumerados en el Anexo Contrato Servicio de Presencia en Internet, para el uso que el usuario estime conveniente, siempre que su uso no atente contra las normas que establece la ley en materia de manejo de la información y cumpla con lo expresado en el Anexo Convenio de Uso.

Segundo: El Servicio de Presencia en Internet operará las 24 horas del día, todos los días del año y se podrá utilizar desde cualquier computador con acceso a Internet, en el dominio WWW.....
(Plan U60)

Tercero: RED6 no se responsabiliza por suspensiones del servicio debidas a situaciones ajenas a su control (problemas de conexión de los proveedores de conexión, latencias de conectividad por sobrecarga o fallas de cables o satélites de comunicación, etc.). Tampoco se responsabiliza por daños causados directa o indirectamente por el uso del servicio, ni por el contenido de la información obtenida a través de él, ni por pérdidas de información debidas a errores o mal manejo del sistema por parte del usuario.

Cuarto: El servicio de Presencia en Internet tendrá un costo anual de + IVA La modalidad de pago y facturación es por año adelantado. El pago se hace mediante depósito en la cuenta corriente N° 72-90783-3 del Banco Santander-Santiago a nombre de Red6 y Cía. Ltda., debiendo enviarse comprobante de depósito o traspaso como confirmación al fax 3353817 o a nuestro email.

Quinto: El presente contrato tendrá una duración de 12 meses, al cabo del cual se renovará automáticamente por períodos iguales y sucesivos de un año, salvo que el usuario diera cuenta de su intención de cancelar el servicio, mediante un documento escrito, con a lo menos 30 días de anticipación a la fecha de expiración del plazo de 12 meses o de la prórroga que estuviere en curso. Si la cancelación del convenio se hace antes de cumplir el período mínimo, el usuario deberá pagar la diferencia hasta completar la tarifa correspondiente al total.

Sexto: El costo anual de + IVA del servicio será facturado al suscriptor del convenio, indicado en el primer párrafo, o en caso que explícitamente se indique, a nombre de, RUT, giro, dirección y será despachado con atención a

Séptimo: La personería para representación de RED6 y Cía. Ltda. Consta en escritura pública del 14 de Septiembre de 1994 ante don Jaime Morandé Orrego, notario público, titular décima séptima notaría de Santiago.

Nota sobre uso de publicidad en el sitio web o en los mensajes email RED6 no podrá incluir publicidad o información no autorizada, explícitamente, por el suscriptor del presente convenio.

Eduardo Lucero M.
Red6 y Cía. Ltda.

USUARIO
Fecha:



**Desglose :
Plan Económico y Costos.**



Las ventas de la tienda desglosadas serían de la siguiente manera:

El Avisaje: a través de un banner dentro del menú de la revista tendrá un valor mensual de \$10.000, habiendo tres espacios publicitarios que valdrán lo mismo por su ubicación. Entonces habrá un total mensual de \$30.000 por este concepto.

La Venta de Poleras: Precio unitario de venta por polera \$3.500 en donde el costo de producción sería \$700, estableciendo un plan de venta de 25 poleras por mes la relación sería la siguiente:

$$\begin{array}{r} \$3.500 \\ - 700 \\ \hline \end{array}$$

$$\$2.800 \times 25 \text{ poleras mensuales} = \$70.000 \text{ mensualmente por concepto de poleras}$$

El plan de ventas de las Postales es el siguiente:

El costo de cada postal es de \$30 a un precio de venta de \$300 y mensualmente se estima vender 30 postales de esto se desprende que:

$$\begin{array}{r} \$300 \\ - \$ 30 \\ \hline \end{array}$$

$$\$270 \times 30 \text{ postales mensuales} = \$8100 \text{ mensuales por conceptos de postales.}$$



De este modo mensualmente por concepto de Hosting y Nick :

Dominio .CL en Nic Chile por dos años: \$ 20.170 IVA incluido.
Plan de Hosting Inet por un año: \$12.000 + IVA = \$14.280

De lo cual se desprende:

\$20.170 / 24 meses = \$840 mensuales por concepto de dominio.cl.
\$14.280 / 12 meses = \$1190 mensuales por conceptos de hosting.

\$ 840
+ \$1190

\$2030

Mensualmente este item tiene un costo de: \$2030

Los Honorarios del diseñador responsable del proyecto:

\$300.000 / 4 semanas = 75.000
\$75.000 / 5 dias= 15.000
\$15.000 / 8 horas por dia = \$ 1.875 por hora

En donde 40 horas mensuales de trabajo en la revista, incluyen diseño y recolección de material y herramientas de trabajo (equipo)

De ese modo:

2 horas diarias
10 horas semanales
40 horas mensuales

\$1.875 x 40 horas mensuales = \$75.000 en honorarios del diseñador.



Infraestructura (Acceso a Internet)

En donde el costo es de la Banda Ancha para actualizar y subir la revista mensualmente:

Costo de servicio de Internet \$22.000 en donde se desglosa lo siguiente

$\$22.000 / 4 \text{ semanas} = \5500

$5.500 / 7 \text{ días de la semana} = \785

$785 / 24 \text{ horas al día} = \30

$30 \times 40 \text{ horas al mes} = \1200 al mes por concepto de manutención de la banda ancha para subir la revista.

En este ítem se agrega los gastos de traslado para la recolección de los reportajes el cual asciende a \$5440. mensuales.


Por lo tanto:

\$ 1.200

\$ 5.440

+

\$ 6.640 en concepto de Infraestructura.



Por lo tanto el costo del Proyecto mensualmente para que se mantenga por un año es el siguiente:

	Valor Mensual
ITEMS	
Honorarios	\$ 75.000
NIC y Hosting	\$ 2.030
Instalaciones	\$ 6.640
TOTAL	\$ 83.670

Y la ganancia estimada mensualmente que se necesitan para llegar al punto de equilibrio es la siguiente:

	Ingreso Mensual
Producto	
Postales	\$ 8.100
Tarjetas	\$ 9.300
Poleras	\$ 70.000
Avisos menu	\$ 30.000
TOTAL	\$ 117.400

Conceptualización



El nombre de la publicación

El ezine se llamará Avenida Gráfica. Este nombre fue elegido porque representa lo que la revista es y quiere ser; por una parte quiere rescatar gráfica y códigos visuales en la cultura urbana por ejemplo: la identidad visual de las tribus urbanas, lugares icono de Santiago, etc. Y por otra parte estos elementos se encuentran en las calles o en las avenidas, o si están en las personas estas transitan por las avenidas, para llegar a estos lugares se circula por avenidas en donde a la vez como ya se dijo encontramos más electos gráficos. La idea de avenida también tiene que ver con ser una vitrina principal en donde estos elementos tienen su espacio y de alguna manera generan un recorrido.

Los Conceptos

En jerarquía los conceptos que representan a la revista son:

- Urbana
- Visual
- Diversa
- Moderna

Urbana porque su contenido esta inmerso dentro de la Cultura Urbana y está debe reflejarlo en los códigos visuales que utilizará.

Visual porque la revista es de indole visual por ende debe llamar la atención o crear impacto a través de las imágenes que en ella se expongan.

Diversa por los distintos tipos de elementos y aspectos que caben dentro de la expresión urbana y que deben ser reflejados en la gráfica de la revista.

Moderna porque va dirigida a un público joven y porque hace referencia visualmente a códigos actuales o del pasado que son rescatados hacia el presente.

**avenida
grafica**
ezine visual

Realización de Diseño



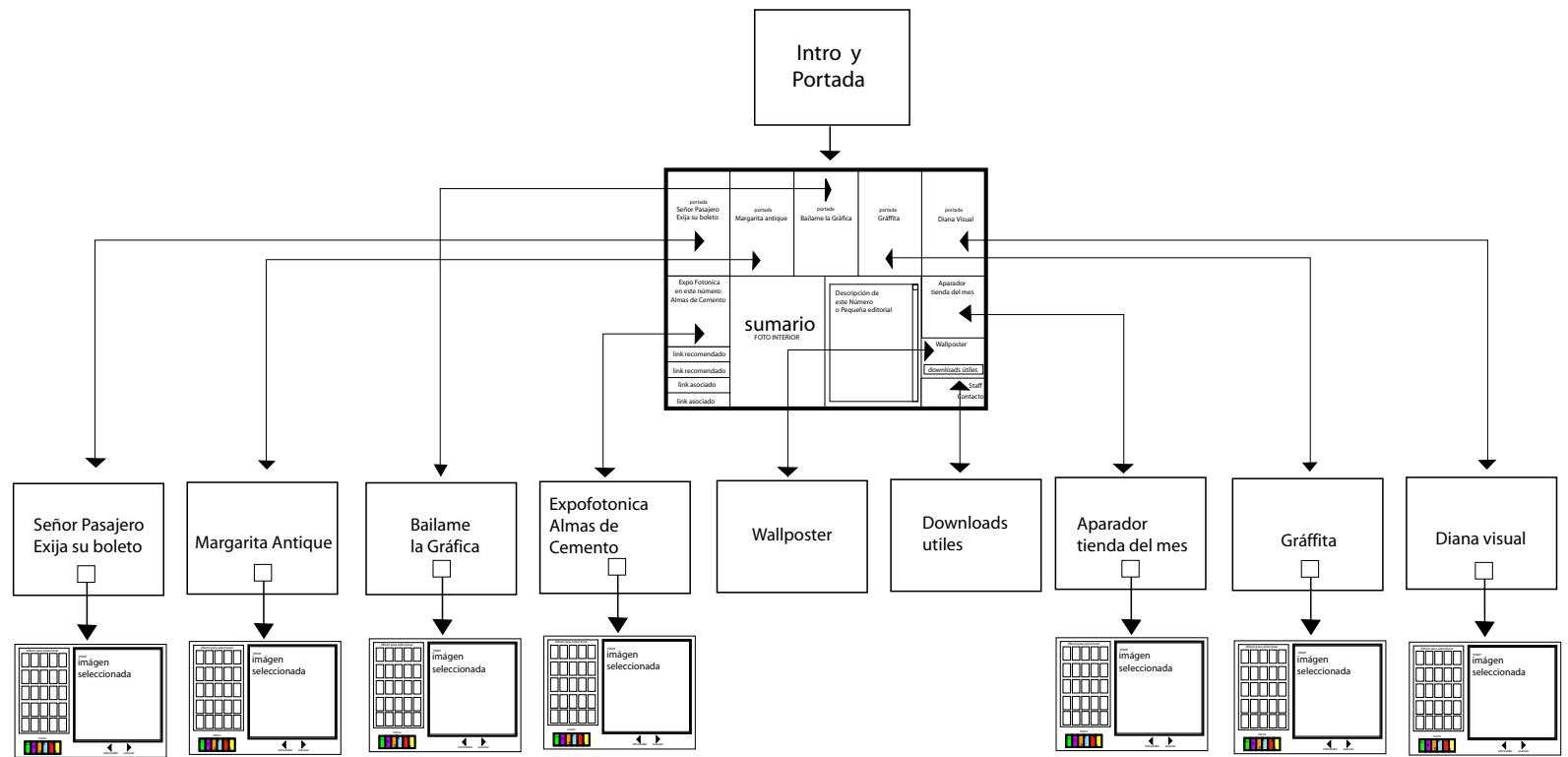
A continuación se procederá a desarrollar el proceso de diseño de la eazine, explicando los conceptos utilizados en este.

Fundamentación Gráfica

Mapas de Navegación

Para comenzar se desarrollaron un mapa del flujo de la navegación a través del sitio de la revista, para que de este modo, se logrará visualizar las secciones que la conformarían y también ver el funcionamiento de estas.

De este modo el Mapa realizado es el siguiente:



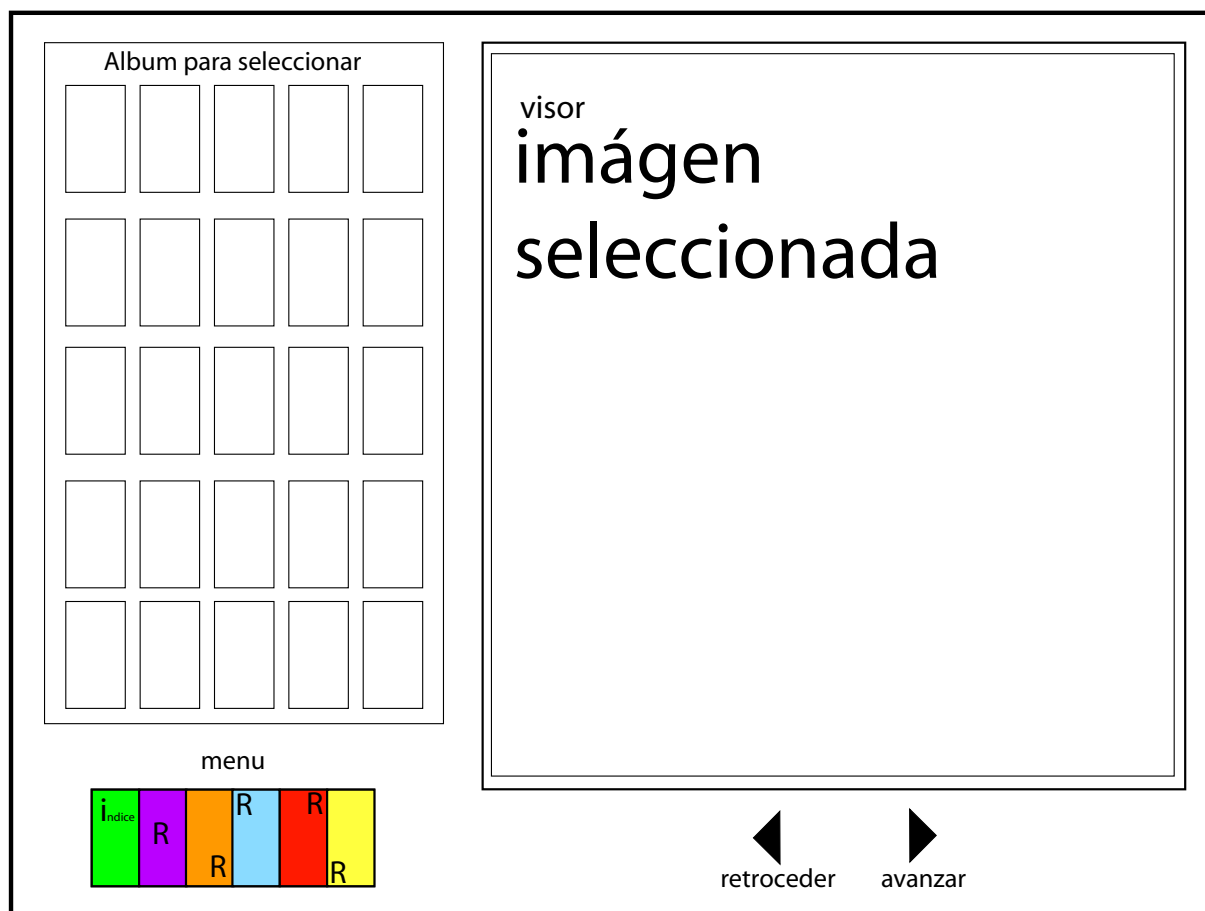
Indice ezine

portada Señor Pasajero Exija su boleto	portada Margarita antique	portada Bailame la Gráfica	portada Gráffita	portada Diana Visual
Expo Fotonica en este número: Almas de Cemento	<p style="text-align: center;">sumario FOTO INTERIOR</p>		<p>Descripción de este Número o Pequeña editorial</p>	Aparador tienda del mes
link recomendado				Wallposter
link recomendado				downloads útiles
link asociado				Staff
link asociado				Contacto

En donde el menú de inicio se estructura de la siguiente forma: Cinco espacios superiores para los reportajes ,espacios que poseen mayor jerarquía por la importancia de estos contenidos. Luego existe un espacio de menor tamaño pero obedece a que se trata de una sección de menor cantidad de imágenes y por este motivo en segundo nivel de importancia,. Después tenemos al otro costado una división hecha para la tienda de la revista y para las secciones internas de la publicación, como por ejemplo los wallpapers y los links. Al centro esta el espacio para la editorial que explica los contenidos y al costado inferior izquierdo las avisos de publicidad.

Esta estructura organizacional es en base a una propuesta visual por parte de la revista. Y sirvió en un comienzo para decidir el orden y cual reportaje iba en cada lugar, así como descartar o aceptar otras secciones.

galeria reportajes



Estructura inicial de las galerías de imágenes que iban a desarrollar los reportajes de la revista, en donde se pudo estructurar el mosaico de visualización.

Elección del Contenido



En esta parte del informe se explicarán las decisiones del contenido en cuanto al porque de los reportajes y la justificación conceptual del diseño de la gráfica de la revista.

Elección de Reportajes

Estas decisiones tuvieron que ver con aspectos particulares a cada tema y su posible impacto en la primera edición de la revista.

Graffiti

Este tema aparece en la revista debido a que se trata de una manifestación netamente urbana ya que es utilizada como medio de expresión por grupos de jóvenes en una afán de plasmar su visión de la sociedad y de sus realidades. Además este tipo de manifestación establece sus propios códigos visuales: elementos de composición y utilización de recursos gráficos muy característicos, mismos que desde la perspectiva de la gráfica o la del diseñador resultan interesantes y por la tanto destacables en un reportaje visual que rescataría desde los muros de las calles de la ciudad distintos graffiti que destaquen por la utilización de los recursos ya antes mencionados y el manejo del color y la estética sean interesantes desde la perspectiva de la gráfica.

Cabe destacar que un reportaje visual sobre el graffiti, además de rescatar estas piezas, se lograrían registrar de una forma perdurable ya que estas obras suelen no estar por mucho tiempo ya que usualmente los muros que sirven de soporte para estas son reutilizados y pintados otra vez con otros graffiti. Además estas piezas al estar expuestas dentro de un sitio web se presentan a través de una vitrina que válida desde la perspectiva estética o gráfica su importancia.

La recopilación de estos graffiti se realizará mediante fotografías en los lugares en donde se encuentran para mostrar el contexto en donde se ubican. Estos lugares surgen del deambular por la ciudad y en los viajes urbanos del día a día.

Este tema fue escogido porque se trata de un fiel representante de la expresión urbana, además de ser reconocido dentro de la perspectiva gráfica como fuente de inspiración o experimentación gráfica. Y como reportaje para la primera edición de la revista logra representar lo que esta pretende proponer como temática central.

El nombre de este reportaje es CódigoGraffiti porque es esto lo que se quiere exponer en la revista, son los elementos que formando el conjunto logran crear una propuesta que desde la perspectiva gráfica es interesante.



Boletos de Micro.

Es un rescate del patrimonio gráfico de nuestro país a través de elementos que intervienen dentro de lo urbano directamente en el día a día de las personas que viajan por el gran santiago y que a través de estas interacciones guardan también un valor agregado al visual. En este caso Boletos de Micro.

Los Boletos utilizan códigos propios y elementos que plasman períodos de nuestro país. El Boleto de micro es un impreso breve cuya gráfica involucra distintas visiones de mundo, que confrontan sus términos dentro de un pequeño formato. Allí han habitado dos tradiciones predominantes que intercambian sus signos, pese a la merma generada en el último tiempo por los cajeros automáticos y sus boletos en papel fax.

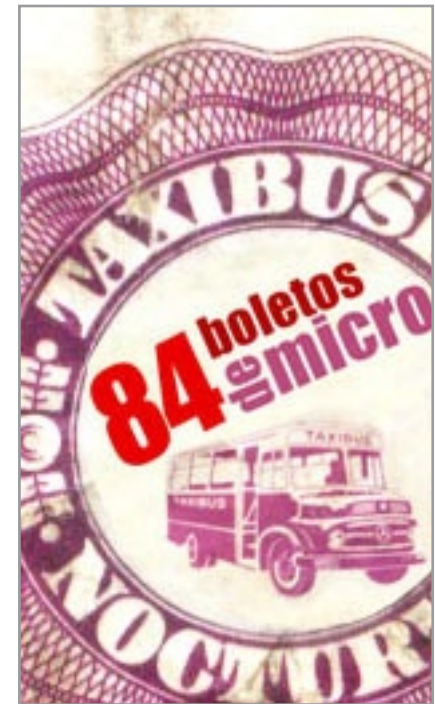
Una de las tradiciones referidas es la gráfica republicana, legible principalmente en el ornamento geométrico; apelando a éste, el boleto buscó por mucho tiempo ser reconocido como lo que en rigor es: un documento valorado, pariente de billetes, estampillas o cheques. Complemento del ornamento geométrico pudo ser la tipografía con sheriff de ascendencia romana. Dicha gráfica encuentra su raigambre en el grabado y la impresión tipográfica. Es un lenguaje proveniente de las grandes instituciones públicas o privadas que se remonta a los albores nacionales y la instauración del papel moneda.

La otra tradición señalada aquí es el oficio autodidacta de la pintura popular; maestros que por largo tiempo, ornamentaron la carrocería de la locomoción colectiva con grandes zonas de colores planos, interpretaciones del cómic o de los dibujos animados, imaginería asociada a determinados lugares y versiones poco academicistas de la tipografía. Dicha gráfica encuentra su raigambre en el pincel y el esmalte sintético. Es un lenguaje proveniente de las bases sociales que se remonta a los inicios de la vida urbana y hasta hoy reconoce la importancia de la visualidad.

De esta manera los boletos se hacen interesantes por los elementos gráficos, la utilización del espacio útil, etc. Por esto a través de una colección de boletos de micro de los años 80 y principios de los 90 recolectados en Santiago y que muestran las huellas de ese deambular urbano en donde fueron rescatados, se hará un reportaje a estas piezas donde se podrán observar todas estas características y así dar de alguna manera cabida al patrimonio gráfico.

El nombre del reportaje visual es 84 Boletos de Micro porque esta exposición forma parte de una colección de 84 boletos de micro.

Este reportaje al representar una parte de la



Plantillas

Las Plantillas forman unas de las formas de expresión urbana más sencilla pero más potentes y atractivas visualmente ya que a través de una síntesis logran “estampar” una idea o concepto en los muros de las calles de la ciudad en donde las personas que viajan a través de ella son expuestas a estas piezas, causándoles diversos tipos de reacciones.

En las calles de Santiago existe una amplia variedad de plantillas que destacan por ejemplo por su utilización de la ya nombrada síntesis visual en la representación de la figura que se quiere reproducir, además del mensaje o idea que también se quiere comunicar. Es por esto que una recopilación de las Plantillas que existen en las diversas calles de la ciudad parece adecuada, ya que crea un registro de piezas que en este momento están en los muros y que además reflejan un poco la actualidad social que vive nuestro país. Por lo tanto serán expuestas dentro de la revista como un reportaje visual de rescate de la expresión social en la ciudad.

Cabe destacar que las plantillas además son un método de impresión muy económico que puede ser aplicado a variados tipos de soporte y reutilizar numerosas veces.

El nombre del reportaje es Plantillas porque, aludiendo a la síntesis y claridad con que estas plasman y comunican una idea, el nombre del reportaje visual de la misma manera debe ser claro sobre lo que trata. Por eso que simplemente se decidió llamarlo por lo que está en su interior.

Las Plantillas fueron elegidas para estar dentro de la primera edición de la ezine porque representan otra de las expresiones urbanas visuales y es una de las que más es utilizada actualmente en las calles como medio de expresión tanto por su rapidez en la realización como en los costos de esta. Además es fomentada por Sitios Web dedicados a la expresión y experimentación gráfica en donde se pueden descargar plantillas para realizar.



Bailame la Grafica.

La expresión visual urbana tiene múltiples formas de mostrarse dentro de la ciudad, una de las más actuales y que se enmarca dentro de las llamadas tribus urbanas o subcultura, es la de los simuladores de baile. Esta forma de expresión parte como un tipo de entretenimiento a través de los video juegos y se estableció como un negocio de los locales de video juegos pero lo interesante esta en que se ha expandido como movimiento y forma de interacción urbana hasta el punto de crear comunidades dedicadas a este tipo de juegos y que a través del baile han catalizado intereses comunes como por ejemplo el gusto por la animación japonesa o anime y por la música de Japón o Jmusic, aparte obviamente del gusto por el baile. Es de este modo que entorno a esta forma de expresión, se ha creado un ambiente visual en donde la gráfica interactúa con las personas y de forma inmediata exige un comportamiento para seguir interactuando con ella. Este entorno genera una estética atractiva desde el punto de vista de la gráfica que hace que incluso personas que no están relacionadas con este tipo de entretenimiento observen el ambiente visual que se genera.

De alguna manera esta estética está lejana a muchas personas debido a factores como la edad, el tiempo para asistir a estos verdaderos torneos que existen en locales como Entretenimientos Diana y porque no forma parte de su interacción diaria con la ciudad. Por consiguiente un recorrido visual por la estética de los simuladores de baile y el entorno visual que generan, la acercaría y facilitaría su apreciación.

El nombre del recorrido sería Bailame la Gráfica. Este nombre fue elegido porque de alguna manera caracteriza la interacción que se produce frente al simulador de baile y además como se trata de videojuegos debería tener un nombre con carácter lúdico.

Este recorrido forma parte del primer número de la ezine porque es un tipo de enfoque de la gráfica, a través de recorridos visuales por entornos o lugares icono, que la revista va exponer, y que presentándolo desde la primera edición, se daría más fácil a conocer una línea o tipo de reportaje a seguir. Y además porque toca un tema muy actual en cuanto al nivel de crecimiento que han tenido sus seguidores y a los elementos anexos que mueve, como por ejemplo ropa, accesorios, música. Sitios Web, etc.



Avisame Margarita

La Revista Nacional “Margarita”, editada por ZIG - ZAG desde 1939 hasta la década del cincuenta, forma parte innegable del patrimonio gráfico nacional debido a que en sus páginas quedó el registro de cómo se hacía la publicidad en ese período de la historia de Chile. Margarita además de traer secciones de bordado, costura, novelas y reportajes a distintas ciudades nacionales e internacionales, traía una extensa variedad de avisos publicitarios con productos de la época en donde se pueden observar la utilización de distintos elementos gráficos mismos que sientan un directo precedente para la gráfica y publicidad en la actualidad.

Es debido a esto que rescatar, en un comienzo para acotar el reportaje, los avisos publicitarios de la revista “Margarita”, es interesante desde la perspectiva gráfica y llevarlo desde este mismo enfoque a la primera edición de la revista da a esta, una línea en donde también el rescate de elementos de la gráfica de antaño se harán presente de vez en cuando en ella.

La utilización de este material gráfico se fundamenta en que estas revistas en si son piezas que han sido rescatadas en lugares donde se venden o intercambian revistas de todo tipo dentro de mercados informales y que surgen de una necesidad económica pero que se llega a ellos a través del deambular por la ciudad y de una interacción social donde el traspaso de la información se hace de boca en boca.

El nombre del reportaje obedece a al tipo de lenguaje que estos avisos tenían, uno coloquial y circunstancial. Además de llevar en si el nombre de la Revista de donde se recopilaron los avisos.





Fundamentos Gráficos

Marca Avenida Gráfica

Para reflejar la apariencia de los distintos métodos utilizados por la expresión urbana visualmente, como lo son las plantillas, los graffiti, los rayados, etc. Para esto se prefirió utilizar una tipografía cuyo trazo reflejara esta imperfección característica de estas formas de expresión, para ello se escogió la tipografía As man. Para complementar este código las palabras fueron rotadas para dar la idea que tal como las piezas en los muros la mayoría de las veces no están completamente derechas.

La frase ezine visual fue utilizada para especificar cual es el área o rubro de la marca y se utilizó para ello una tipografía serif como la arial para facilitar su lectura ya que por jerarquía debe ser menor en tamaño que el nombre de la revista y además se quiso utilizar esta familia tipográfica en el interior de los reportajes para facilitar la lectura pero a la vez para realzar la intención de especificar los contenidos y no interferir con los elementos que se quieren rescatar.

Avenida Grafica y ezine visual tiene la misma alineación para unir las visualmente.

También se decidió establecer un elemento de apoyo a la marca que sirviera de isotipo aplicable dentro de la revista. Para esto se escogió un ser vivo que representara de alguna manera las características de la revista. Así el seleccionado fue un insecto, un matapijos o libélula.

La libélula representa la versatilidad con la que los reportajes son desarrollados visualmente además de ser una muestra de la expresión urbana ya que este insecto fue tomado de una plantilla que se encontraba en las calles.

Este ser, representa el deambular por la ciudad en busca de elementos de la expresión visual urbana para realizar los reportajes de la publicación que analógicamente se refieren a la búsqueda de alimento de estos insectos.



**avenida
grafica**
ezine visual

Además los matapijos viven cerca de los ríos y asentamientos de agua como lo es Santiago.

Este insecto fue escogido por sobre otros insectos porque sus características y el como es visto por la gente lo aleja de las connotaciones negativas que los insectos como las cucarachas, moscas y hormigas poseen. Las libélulas le dan un carácter asociado con la versatilidad de su vuelo, además de ser inofensivo al hombre y hasta ayudarlo al alimentarse de insectos perjudiciales como las moscas y los mosquitos.



Cuando se habla de versatilidad del vuelo se refiere a que este insecto es capaz de volar de diversas formas, hacia delante o hacia atrás, en línea recta, subir o bajar en vertical, girar en el aire sobre su cuerpo, detenerse en pleno vuelo y planear.

A primera vista el matapijos puede causar temor en las personas, al igual que las expresiones urbanas hasta que son entendidas.

El matapijos vuela a través de la ciudad y en la revista vuela a través de las páginas. Este presenta un código de ilustración simulando el haber sido pintado como una plantilla además de utilizar un color muy usado en ellas, el rojo el cual ofrece un buen contraste para ser usado en general sobre cualquier fondo. El código visual de este fue

usado para establecer y dar una idea de la naturaleza urbana de los contenidos visuales que la ezine quiere rescatar y exponer.



Código residual de la plantilla utilizado en el isotipo.



Ejemplo de aplicación del Isotipo al Logotipo.

Portada

La portada del sitio refleja las características que la revista contiene. De esta forma la utilización de un muro con la pintura descascarada como fondo de esta, dejando ver un trozo de calle nos traslada inmediatamente a las calles de la ciudad, dándonos la idea de lo urbano.

Para graficar la idea de avenida se utilizó un mapa de las calles de la ciudad pero uno hecho a mano con lápiz y papel, como los que hacen las personas cuando se quiere dar una dirección y especificar su ubicación en la ciudad y orientar el rumbo para llegar a destino. Este código fue utilizado para seguir en la línea de la expresión visual urbana.

El dibujo simula las calles de una ciudad vista desde arriba y los nombres de estas fueron reemplazados por los tópicos que toca la revista. Estos textos están escritos en una tipografía de trazo más regular como es la arial ya que al ser más pequeños necesitan leerse claramente, además de obedecer a la especificación de que todo los textos pequeños y que explican el contenido deben estar en una tipografía sin serif como la arial para facilitar su comprensión.





Con estos elementos la portada trata de representar las calles de la ciudad, con sus calles y a la vez con una avenida principal dejando un espacio mayor para ubicar el nombre de la revista como si fuera la calle más grande en donde las más pequeñas desembocan. Esta idea tiene que ver con el objetivo que maneja la revista de ser un punto en donde converjan y expongan las distintas expresiones visuales urbanas.

Para presentar el sitio se utilizó la marca o logotipo Avenida Grafica ezine visual y el matapiojos como isotipo.

En el muro de fondo aparece el isotipo, el matapiojos ocupando un gran espacio, esto es para introducirlo como parte de la marca y a la vez describir el contenido visual que habrá dentro de la revista.

También dentro de los que vendrían siendo los edificios del esquema de ciudad, esta un asterisco rojo de la misma familia tipográfica que la marca Avenida Grafica, este asterisco es el isotipo que representa a la tienda virtual que la revista posee y que está dentro del sitio.

La composición obedece a un equilibrio visual en donde se prioriza el impacto por medio del tamaño y color en la figura del matapiojos usando el principio de figura y fondo a la vez que se une a la palabra avenida grafica asociándose a ella como un isotipo.

Índice de Contenidos

La estructura del índice obedece a una propuesta por parte de la revista para presentar el menú de acceso generando a través de imágenes más grandes que los tradicionales botones. En donde la importancia de los contenidos establece su jerarquía y tamaño de la imagen.

Como todo índice o menú da cuenta y ofrece los temas que la revista trae en esta edición. Es por esto que cada reportaje posee un enlace directo creado como si fuera una pequeña portada con los códigos característicos de dichos reportajes.

Los cinco reportajes tienen la misma jerarquía de importancia y por ende fueron ordenados usando un criterio basado en el equilibrio y contraste del color. De esta manera, los enlaces que poseen unos colores más fuertes y contrastantes fueron puestos al centro para generar allí la atención. Ubicándose todas en la parte superior del índice ya que por su importancia ocupan un lugar destacado.



Luego en la parte inferior, a los costados y ocupando menor espacio, se encuentran:

Al costado izquierdo se encuentra el acceso a la sección de series fotográficas Expofotónica, esta sección es menos extensa que las demás es por eso que ocupa un menor tamaño.

Al costado derecho se encuentra el acceso a la tienda gráfica online de la revista el cual posee un tamaño menor que el acceso antes mencionado, debido a que este se refiere más a los ingresos de la revista y en relación con los reportajes tiene una menor jerarquía.

En esta se utilizó el color negro para generar contraste ya que al no tratarse de un reportaje no poseía un código característico se le asignó la misma tipografía de la marca de la revista para darle un sentido de pertenencia a esta. Bajo ella se alineó el llamado online, el que especifica el tipo de tienda. Y además se desarrolló como isotipo un asterisco rojo tomado como la indicación de que algo debe ser revisado, algo es importante acá y debe ser revisado y el color es para seguir la línea de la marca de avenida gráfica.

Bajo el enlace de la tienda se encuentran los botones de las secciones internas del sitio; descargables (wallpapers), los enlaces o links y quienes somos. Las tres presentan el mismo código visual por tratarse de secciones que apuntan al mismo objetivo que es dar más información sobre la revista y su línea editorial. Estas utilizan la misma familia tipográfica As man (Avenida Gráfica) para seguir una coherencia visual. El fondo de los botones es el mismo entre las tres por la misma razón pero se diferencia en que esta vez es un muro con los residuos de afiches que fueron pegados y despegados de él, manteniendo el concepto de los muros de la ciudad y expresión urbana visual que se ha venido manejando.



Portada enlace para reportajes.



Enlace sección de Fotografía de la ezone



Botonera



Enlace Tienda Online



Fotografía Interna y Editorial



Aviso Publicitario en menú de inicio.

84 Boletos de Micro

Al tratarse de una colección de 84 boletos de micro se decidió denominar de esta manera al reportaje y utilizar elementos como los mismos boletos y los números de serie de estos. También se quiso representar el cuaderno escolar y en mal estado en el que estos boletos se encuentran, debido a esto se dispuso como fondo una hoja de cuaderno lineal, sacada de la misma colección, en la cual se desplegaron los demás elementos como por ejemplo los textos y los boletos.

La marca de esta muestra fue realizada como si se tratara de uno de los dibujos centrales de los boletos pero acompañado de elementos más actuales como la tipografía para darle el carácter de marca. Los colores utilizados obedecen a los tonos que más se observan dentro de la colección, por ejemplo el rojo y el magenta. También se utiliza una micro tomada de uno de los boletos porque es un elemento distintivo de los boletos de esa época, ya que es una micro de las llamadas liebres además de servir de apoyo y unirse al título de la marca.





Los números de serie y los prepicados resultante del corte de los boletos fueron utilizados para darle un estilo rústico a la exposición mismo estilo que la muestra en papel posee pero que acá se mezcla con mayor interactividad. Estos elementos y su disposición espacial aportan dinamismo a la muestra ya que la inclinación de los textos nos da la idea de fluidez a través de las páginas.

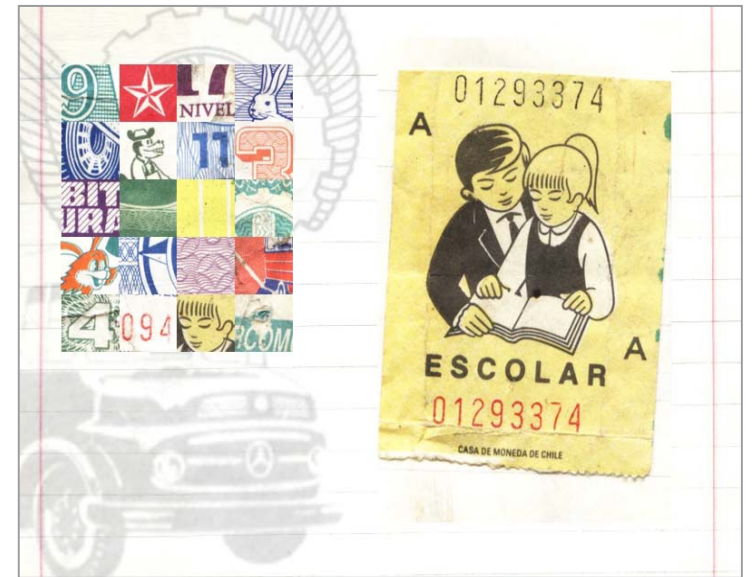
Cabe destacar entonces que como estos boletos de micro fueron recolectados muchas veces desde las calles, estos no se encontraban en buenas condiciones, este carácter es lo que hace interesante a la muestra ya que se puede observar las huellas que la ciudad ha dejado en ellos. Es este carácter el que se quiso rescatar visualmente en la ambientación de las páginas. Además este gran detalle es el que diferencia la muestra de otro tipo de colecciones de boletos o en general.

Las Galerías de imágenes al ser cuatro y por ende ser el reportaje de mayor extensión se decidió establecer una página previa a las galerías para de este modo dar mayor importancia a la muestra. En ella se utilizan cuatro boletos los cuales ya poseían los números que fueron aprovechados para identificar las galerías. Pero en general está página mantiene los conceptos y los elementos que en la página de introducción se utilizaron.

Dentro de las galerías se utiliza el mismo tipo de fondo pero con otros detalles en menor opacidad para variar las presentaciones anteriores y definir que se trata de una galería.

Las Imágenes son presentadas en uno de los costados en un tamaño mayor que permite apreciar con más detalle las características de estas. En el otro costado se desarrolla una especie de mosaico en donde aparecen trozos por cada imagen que se expone en dicha galería. Estos fragmentos cuadrados corresponden a algún detalle particular de la imagen pero que no alcanza a establecer de cual se trata. Pueden haber sido sacados de la parte que tiene color o la ilustración del boleto o del número de serie.

La idea consiste en que al pasar con el puntero del Mouse por encima de estos fragmentos se despliegue al costado la imagen en grande, lo que se denomina como mosaico de despliegue contiguo.



Las Galerías fueron ordenadas usando criterios como por ejemplo: color, números, viajes fuera de Santiago, variedad y pertenencia a la AGMTP (Asociación gremial metropolitana de trasportes de pasajeros).

Por Color: Los Boletoes puestos dentro de esta categoría presentan colores fuertes y llamativos.

Por Números: Son los que poseen un número en su escudo y que varía según el recorrido pero por lo general pertenecen al mismo gremio.

Por Variedad: en esta categoría están los boletos que nada tienen que ver entre sí, no poseen un elemento que los pueda unir a una categoría específica por ende se incluyen en una de carácter misceláneo.

Viajes fuera de Santiago: Acá están aquellos boletos que no son de los recorridos de la comunas de Santiago, por ejemplo: Viña del Mar, Valparaíso, San Bernardo, Peñaflores, Colina, Etc.

Pertenencia a AGMTP (Asociación gremial metropolitana de trasportes de pasajeros): Son todos aquellos que pertenecen a recorridos de esta asociación y que poseen en su centro el escudo de esta, variando solo su recorrido y color.



Plantillas

Al igual que con los otros reportajes en este se trata de utilizar los mismos códigos que el reportaje en sí posee. Así elementos como los bordes difusos de las letras o las marcas de los calados que se hacen para poder hacer una plantilla fueron utilizados en el título del reportaje y en los accesos a las dos galerías.

De fondo se ocupó una de las plantillas recolectadas la cual fue seleccionada por tener un carácter expresivo en sí y porque representa el código que se quiere exponer.

La imagen utilizada como fondo en la página de presentación expresa el principal concepto que las plantillas llevan consigo, el de la libre expresión tanto en su contenido como el lugar en donde es realizada. Esta fotografía fue seleccionada por la figura que representa, una mujer gritando, y por los colores de la misma.

La introducción al tema mantiene la idea de escribir los textos más pequeños y que sean la explicación de algo, con la tipografía Arial, acá solo se ha aplicado un efecto de outer glow o halo para mejorar el contraste con el fondo y así tener una mayor legibilidad.



Las Galerías utilizan la misma estructura de mosaico y despliegue contiguo, utilizando de fondo dos distintas plantillas para variar un poco la composición. Los criterios de selección y ordenamiento de las imágenes obedecen a la cantidad y variedad de piezas recolectadas, no hay suficientes de un tipo determinado como para hacer una categoría específica por galería, de este modo las galerías son variadas.

El visor utiliza un marco como si fuera el residuo de haber pintado el mosaico como una plantilla. Los colores utilizados son los mismos que se utilizan en las plantillas pero en todo caso, no es una variable que pudiera coartar la gamma cromática ya que estas utilizan una gran variedad de estos. Además el utilizar estas imágenes nos adentra en los códigos que se quieren rescatar y exponer.



Bailame la Grafica.

En este reportaje, al tratarse de una experiencia visual, se prefirió solo mostrar los elementos que la conforman y no recrear una historia o relato ya que al facilitarla, se establece que sea el navegante quien a través de estas imágenes realice su propio recorrido.

Los elementos que acá destacan son las luces de neon, los colores, los jugadores que bailan, los códigos asiáticos sacados del anime (animación japonesa) y la J MUSIC (música japonesa), en fin toda la parafernalia que los simuladores de baile nos muestran.



En la Marca se utilizaron caracteres japoneses debido que son estos los que aparecen en las pantallas de juegos y que llevan su traducción como bajada o llamado. Y la utilización de filetes con colores intensos es debido a que las animaciones que en ellos aparecen poseen colores intensos con el amarillo y el magenta. Y para traducirla se escribió como se ha hecho en todos los reportajes cuando se explica un reportaje, con una tipografía sin serif para facilitar su lectura y comprensión.

Si bien la palabra en japonés dice baile no expresa la totalidad del nombre de los reportajes por razones de composición y espacio al hacerse demasiado extensa.

También fueron sintetizados elementos de los simuladores de baile como los son las flechas y círculos que indican los pasos que se deben realizar según la canción que se está jugando. Estos elementos fueron ocupados como un complemento visual para darle una mayor consistencia visual a las páginas.

Para la página de presentación y para las de galerías se utilizó un marco o visor para presentar el contenido como si fuera la pantalla de un video juego, de este modo se norman los tamaños de las imágenes en el caso de las galerías y se logra una mejor lectura de la explicación en el caso de la portada.

Desde la Primera página se emplearon imágenes que nos sitúan dentro de lo que se trata la experiencia, como por ejemplo el utilizar una plataforma de baile como fondo.

La composición es simple, ya que lo importante son las fotografías. Los elementos se ubican en el centro para generar allí la atención y facilitar la apreciación de estos al navegar por el sitio.

Las Galerías al tener fotografías de una experiencia visual se decidió establecer una interacción para mantener la idea de facilitar una experiencia pero no especificar el recorrido, de esta manera en el mosaico están puestas en un orden aleatorio para que siempre sea el visitante quien

decida cual será la fotografía que le llame la atención y quiera ver primero, tal como si estuviera en el recinto de video juegos y tuviera que decidir para donde mirar y dirigirse al simulador que más le atraiga o ver distintos elementos de estos, como las luces, los colores, la gente que está jugando en ese momento o tratar de seguir la gráfica en pantalla.



Código Graffiti

Este expo reportaje se basa el uso de elementos visuales en el color intenso, trazos y formas irregulares, saturación de elementos y filetes que contornean los graffiti hechos con aerosol y que tienen el aspecto de una sigla, marca o tipo mural.

Las imágenes utilizadas en la portada reflejan este tipo de elementos pero estructurada de acuerdo a la especificación del contenido de la revista. Y para dar un carácter propio se utilizo una franja negra horizontal para escribir la explicación y dar el acceso a las galerías además de introducir la marca del mismo ya que por los colores y formas de los pintados es muy difícil establecer un buen contraste para la lectura. Esta franja además representa a los muros o panderetas en los que se pintan los graffiti.

Para la marca se utilizó el tipo de escritura que utilizan dentro de la expresión del graffiti para escribir palabras o frases cortas y que se hacen con plumón ya que para poder escribir necesitan una punta más fina que logre realizar un trazo legible y más delgado, escribiendo a veces, las palabras juntas, como si se trataran de una sigla completa. Además los graffiti generalmente obedecen a una especie de sigla casi ilegible que obedece más a un motivo que a una palabra reconocible propiamente tal.





Como elemento recurrente dentro del reportaje se utiliza la saturación de colores y formas, que a través de las galerías podemos observar en las imágenes que se dispusieron como fondos.

De esta manera se considero utilizar los elementos como si fueran parte de una sola pieza, al tener un visor que se desprende del fondo y que deja desnuda la muralla como si fuera el muro en donde se llevarán a cabo las pinturas y que enmarca a través de un filete grueso al mosaico de visualización y a la fotografía de mayor tamaño. Este detalle forma parte de los códigos que se quieren rescatar pero a la vez cumple la función de contrastar de mejor manera la figura del fondo.

Cabe destacar que las fotografías de los graffiti muestran además detalles como la calle y el muro en que se encuentran para poder contextualizar la pintura.

En estas páginas se mantienen los elementos característicos del graffiti pero se mantiene la estructura formal del ezine, es decir una portada en donde se ofrezca una explicación del tema, la marca del reportaje y el acceso a las galerías.

Avisame Margarita

En este reportaje los avisos publicitarios de la revista margarita son los que determinan los códigos de color y diagramación.

La marca de este reportaje visual corresponde al manejo tipográfico que en estos avisos se puede observar, además de la utilización del color, que en la mayoría de los casos es el negro.

El estilo visual de este reportaje es simple, limpio, ya que se basa en el rescate de las ilustraciones y la diagramación formal de los avisos, elementos que fueron tomados y utilizados en la portada, en donde la marca esta en un plano preferencial al ubicarse en la parte superior de la pieza, estableciendo los límites de justificación de los demás elementos, como por ejemplo la nota de explicación que como tal se presenta como los textos que incluían estas publicidades y que iban dirigidas en un tono personal, como si se tratara de un verdadero consejo. A la vez existen dos ilustraciones una principal que nos da la bienvenida a la página y se une además con el título e avisame margarita como si fuera parte de un dialogo. Y está la segunda, que al igual que avisos para la cocina nos invita a entrar en las galerías de imágenes para disfrutar de la exposición.

**Avisame
Margarita**

Los avisos publicitarios en la revista Margarita

¡NO OLVIDE VISITAR
NUESTRA HERMOSA
GALERIA DE AVISOS!

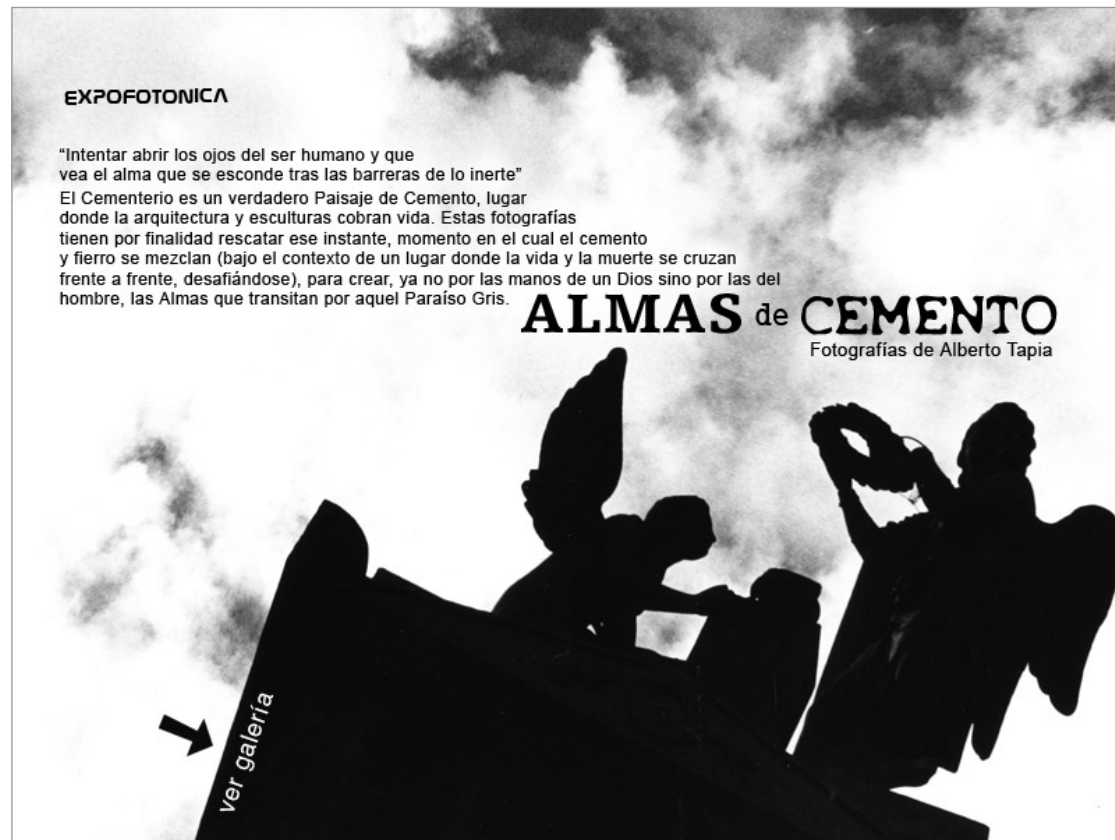
MARGARITA
Revista para la mujer.
Directora: MARÍA TERESA
Bellavista 069, Santiago de Chile.
Suscripción:
Anual \$ 120.—, Semestral \$ 60.—,
Año XI, N.º 535, 27 de julio de 1944.

Internauta:
Vea esta interesante muestra de antiguos avisos publicitarios de la revista Margarita, son parte de nuestro patrimonio e historia visual, haga click y comparta con nosotros esta maravillosa experiencia y aproveche esta oportunidad unica en internet.

Expofotónica

Es un nombre inventado para aludir a la exposición de fotografías y darle más carácter al nombre utilizando un estilo más coloquial en el lenguaje. Su marca es de un estilo tipográfico para hacerla más aplicable a distintas series que se puedan exhibir y también tiene una forma dinámica por que estas muestras son a partir de una visión moderna por parte de los artistas.

En esta sección las fotografías están en blanco y negro, lo que determino la gamma cromática que se utilizó. Las imágenes de esta sección presentan una composición minimalista en donde la limpieza de los colores y los espacios que en ella aparecen fueron respetados y encausados para que fueran estos los elementos que sobresalieran en las galerías de esta muestra. De este modo los elementos que intervienen la composición de las galerías y la portada son pocos y simples.



El fondo de la portada fue utilizada porque es una imagen que forma parte de la serie fotográfica lo que nos inserta en la temática .

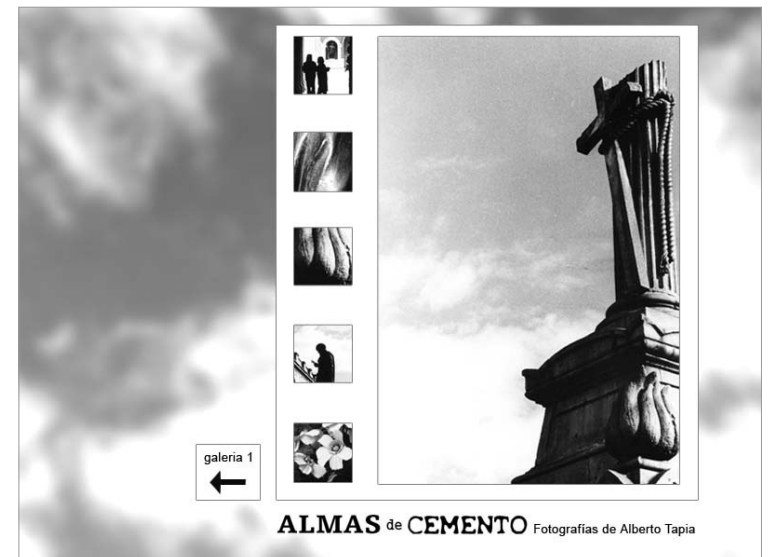
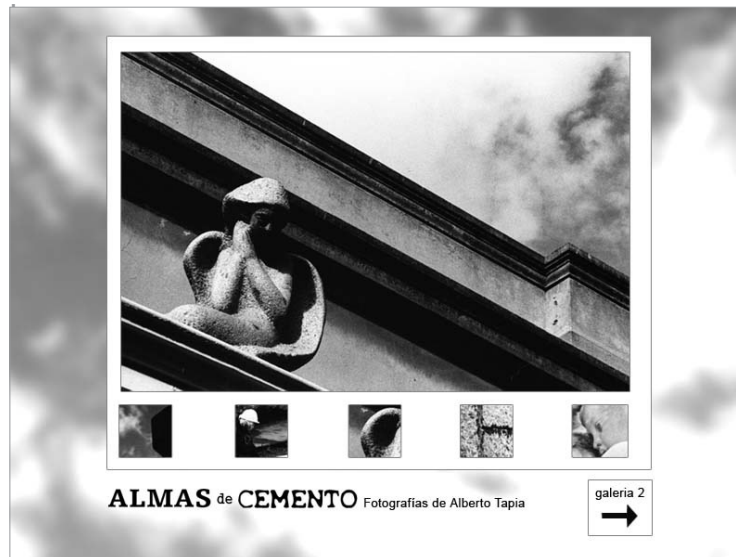
El texto se ubica en la parte superior ofreciendo un juego tipográfico con la marca de la muestra, que en común acuerdo con el fotógrafo responsable de ella se realizó, estableciendo que fuera de estilo tipográfico y que representara el instante en que dos elementos como fierro y cemento se unen bajo el contexto de un lugar en la vida y la muerte se cruzan frente a frente, desafiándose. Por esto se opto por una tipografía concisa o más definida para la palabra Alma, considerándola como la parte que finalmente posee la consistencia espiritual y otra más irregular para caracterizar al cemento que moldea la forma de esta alma. Y por ultimo la bajada del titulo es para dar a conocer al autor.

Este tipo de diagramación no se había ocupado en otras secciones debido a que en esta se quiso dar otro estilo de diagramación para darle identidad a la sección y diferenciarla de la estructura establecida para los reportajes. Además la cantidad de material es menor en comparación con los demás reportajes lo que la diferencia aún más.

Para presentar las fotografías en las páginas de galerías, se opto por utilizar los cielos que en ellas aparecen para dar una sensación etérea referente al instante invisible en que la vida y la muerte se cruzan y desafían.

Se opto por diseñar un fondo blanco que sirviera de visor y que de este modo no interfiriera con las imágenes. Así como también no se utilizo mosaico para generar una vista contigua, solo miniaturas de las fotografías.

Para dar variación visual en la segunda galería, la ubicación de estos elementos cambia, estructurándose desde otra perspectiva, ya que las fotos ahora tienen un formato vertical y no horizontal como en la primera galería.



Conclusiones





Conclusión

Al final de esta investigación y una vez concluída la recolección del material, se logró realmente comprender la existencia de un mundo urbano, de una cultura con un tremendo potencial sin diluir, una fuente de inspiración y experimentación que los diseñadores debemos considerar y quizás, dejarnos influenciar en nuestro trabajo, por el patrimonio visual que el país posee.

Bibliografía

GUIA PARA PUBLICACIONES CIENTÍFICAS ICSU Press Committee on Dissemination of Scientific Information. Publicado por el Consejo Internacional para la Ciencia (ICSU, International Council for Science) Boulevard de Montmorency 51, 75016 París, Francia. Ó derechos reservados ICSU 1988, 1994, 1999. Traducción al español de la tercera edición original publicada en inglés en 1999 bajo el título de Guidelines for Scientific Publication ISBN: 0-930357-50-7 <<http://associnst.ox.ac.uk/~icsuinfo/SpGuidelines.pdf>> Versión electrónica publicada el 14 de octubre de 2001. No existe edición impresa. [consulta: 20 abril 2004]

ANALES DE DOCUMENTACIÓN, Universidad de Murcia. Facultad de Biblioteconomía y Documentación Nº 6, 2003, PÁGS. 155-186. LAS REVISTAS ELECTRÓNICAS: CARACTERÍSTICAS, FUENTES DE INFORMACIÓN Y MEDIOS DE ACCESO Juan Carlos Martín González Swets Blackwell José Antonio Merlo Vega, Universidad de Salamanca.
<<http://www.um.es/fccd/anales/ad06/ad0611.pdf>> j martin@es.swetsblackwell.com - merlo@usal.es
[consulta: 27 julio 2004]

LOS DERECHOS DE AUTOR EN INTERNET. Raymond Colle, Dr. en Ciencias de la Información CEM - UDP <<http://facom.udp.cl/CEM/TDC/artic/derautor/derautor.htm>> Universidad Diego Portales - Facultad de Comunicación. [consulta: 28 julio 2004]

INICIANDO LA PUBLICACIÓN DE REVISTAS ELECTRÓNICAS, Sally Morris, 4ª Edición, Versión impresa del sitio web: <<http://www.inasp.info/psi/ejp/essay.html>> , INASP International Network for the Availability of Scientific Publications 27 Park End Street, Oxford, OX1 1HU, UK. [consulta: 6 julio 2004]

LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA: ¿EL FUTURO DE LA PUBLICACIÓN CIENTÍFICA? Dimitri Forero y Clara Isabel Bohórquez/ A.A. 53207, Bogotá, D.C. Colombia. dimitriforero@tutopia.com , cibohorquez@tutopia.com <http://www.ornitologiacolombiana.org/publicaciones_electronicas.PDF> [consulta: 12 junio 2004]

NARRATIVA Y DISEÑO HIPERMEDIA DE LAS REVISTAS ELECTRÓNICAS EN LA WEB. Mª Esther del Moral Pérez, Martín González Rodríguez, Universidad de Oviedo emoral@pinon.ccu.uniovi.es, martin@lsi.uniovi.es <<http://www.edutec.es/edutec01/edutec/comunic/TSE25.html>> [consulta: 10 julio 2004]



CACHEIRO GLEZ., M. L. (1996): “Interfaz de navegación multimedia. Diseño Pedagógico”. En Informática Educativa 96, UNED. Madrid, pp. 149-157. <<http://www.esev.ipv.pt/3siie/actas/actas/doc17.pdf>> [consulta: 6 julio 2004]

INSTITUTO ARTES VISUALES, Boletín gratuito sobre Diseño, Multimedia e Internet, Veracruz 4, 2º 11402 Jerez 902233020, isabel@artesvisuales.com
<<http://www.artesvisuales.com>> [consulta: 21 julio 2004]

GUÍA WEB 1.0 , 2003: GUÍA PARA EL DESARROLLO DE SITIOS WEB DEL GOBIERNO DE CHILE [PDF], Capítulos I, II, III, IV, V. <<http://www.guiaweb.gob.cl/guia/>> [consulta: 3 julio 2004]

GILL MARTHA, 2000, E-ZINES: DISEÑO DE REVISTAS DIGITALES [libro] versión castellana de Eugeni Roselli Miralles. Editorial: Gustavo Gili, Mexico ,2000.

COSTA, PERE-ORIOI.1996 TRIBUS URBANAS : EL ANSIA DE IDENTIDAD JUVENIL: ENTRE EL CULTO A LA IMAGEN Y LA AUTOAFIRMACIÓN DE LA VIOLENCIA [libro] / Pere-Oriol Costa, Jose Manuel Perez Tornero, Fabio Tropea ; colaboracion de Charo Lacalle, Editorial Barcelona : Paidos, 1996.

PRÁCTICAS CULTURALES TURÍSTICO RECREATIVAS: EL CASO DEL LITORAL ATLÁNTICO BONAIENSE autoras. Bernarda Barbini Marcela Bertoni <<http://www.fsoc.uba.ar/invest/eventos/cultura4/mesa7/7bertoni.doc.>> [consulta, 2 de Noviembre 2004]

AGENDA VALORICA EN CHILE: Sugerencias para el Diálogo (Santiago:Editorial Santillana,2002) <http://etica.uahurtado.cl/informe_ethos/05informe31.htm > [consulta, 23 de Octubre 2004]

Electronic Document Format (ISO) CASTILLO, Eduardo. Desplazamientos: Microfichas. . ARQ (Santiago). [online]. Dec. 2002, no.52 [cited 23 November 2004], p.12-13. Available from World Wide Web: <http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-69962002005200007&lng=en&nrm=iso>. ISSN 0717-6996.

Bibliografía Estructuración y Análisis. <<http://www.cybertesis.cl>>: [pauta para la preparación de tesis de la Universidad de Chile]



Bibliografía Sitios de internet consultados.

Direcciones WEB de Revistas Digitales y otros sitios de tribus urbanas utilizadas para el análisis de tipología existente en Chile.

www.picnic.cl
www.revistatambor.cl/suscripcion/
www.loop.cl
www.escaner.cl
www.playmagazine.cl
www.lat33.cl
www.blank.cl
www.frentesonora.cl
www.codigovisual.cl
www.est.cl
www.mediourbanos.cl
www.milkbox.cl
www.fenelon.cl
www.vampiros.cl
www.mascarada.cl
www.animeportal.cl/links/
www.bandasdechile.cl
www.punk.cl/
www.chilehiphop.cjb.net/
www.blondie.cl
www.toggle.com
www.tigermagazine.com

