

UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA

Telecomunicación y Multimedia

Carrera de Comunicación Social. 6 Ciclo

Iliana Villalva

Octubre 2011 – Febrero 2012

Desarrollo de los trabajos relacionados a los temas de estudio del Segundo Bimestre de la materia Telecomunicación y Multimedia.

Tema 11. BLOGS O BITÁCORAS...

Un blog o bitácora es una página web que contiene entradas de texto ordenadas cronológicamente.

Las entradas usualmente permiten comentarios de los usuarios (retroalimentación).

Blogger o **WordPress** son los servicios gratuitos para conseguir un blog personal. Ofrecen las herramientas gratuitas para que cualquier persona pueda crear su blog y compartirlo con el mundo.

También hay la opción de **Fotolog** (imágenes actualizadas que sustituyen al texto). Un buen servicio lo ofrece fotolog.com con las herramientas para las personas interesadas en este tipo de blog. Se diferencia del blog en que la parte periódica de la entrada es una imagen que puede ir o no acompañada de un corto texto.

Buscando blogs

Con tanta información existente en la red, será de mucha ayuda para quienes desean centrarse únicamente en los BLOGS O BITÁCORAS ir directamente a:

[Google Blogs](#)

[Technorati](#)

Son dos sitios exclusivos de búsqueda y gestión de Blogs que redirigen a los Blogs temáticos y así el usuario puede buscar las listas de blogs y etiquetas del tema que busca con mayor facilidad y rapidez.

La buena acogida de los blogs ha llevado al surgimiento de los **BLOGS TEMATICOS** o sobre temas específicos. [WeblogsSL](#), se dedica a la creación de blogs temáticos por ejemplo blogs de: ciencia, salud, deportes, economía, política, moda, etc. Así cada usuario puede ir directamente al blog temático de su preferencia.

Microblogs

Un microglob es una página, donde con sólo inscribirse, se puede publicar mensajes cortos para compartirlos con el mundo. Mensajes cortos de hasta 140 caracteres llamados **Tweets**. Los mensajes se ordenan en orden cronológico. La brevedad de los mensajes y la enorme popularidad mundial de [Tweeter](#), lo hacen el microblog perfecto para estar al día en cualquier tema.

Es ideal para quienes no tienen el tiempo para escribir textos en su blog, pues hacen actualizaciones con mensajes cortos y así comparten ideas, comentarios y pensamientos con los otros usuarios.



Para crear un blog de forma sencilla y gratuita se puede ir a:

<http://www.blogger.com>

www.WordPress.com

Seguir las instrucciones paso a paso y listo...

Hay opciones para personalizar las pantallas y el acceso se hace en el idioma de su preferencia escogiéndolo desde la opción **Idioma**.

Tema 12. WEB 2.0 y REDES SOCIALES

Web 1.0	Internet estático. Poca interacción con el usuario Era para el comercio Venta de servicios cerrados Publicidad ofrecida por DoubleClick Almacenamiento cerrado de imágenes como Kodakgallery Enciclopedias de pago como Britannica Online Páginas personales con contenido estático
Web 2.0	El usuario es quien controla la información. Es para la gente Servicio abierto. Cuánta más gente lo use mejor será el servicio. Con Google Adsense la publicidad depende del usuario que la ve. Con Flickr se suben y comparten imágenes con el mundo. Wikipedia es una enciclopedia creada por todos y para todos. Con Blogger evoluciona el servicio de blogs abierto para todos. Los contenidos se organizan con tags o etiquetas.

Principios de la Web 2.0

- ✓ Software web. Internet es la plataforma.
- ✓ Información estandarizada más fácil de compartir.
- ✓ Uso de estilos de formato (como en los periódicos).
- ✓ Tecnologías interactivas: **AJAX,Flash, Flex,Lazlo,HTML5**
- ✓ El usuario controla la información.
- ✓ Crea redes sociales y comunidades.

SITIOS DE INTERES EN LA WEB 2.0

- Flickr
- Youtube
- Digg
- Meneame
- Delicious
- Wikipedia
- Google Calendar
- Gmail chat
- Google Sidewiki
- Snipshot
- Photoshop.com

TECNOLOGÍAS

AJAX es un acrónimo para **Asynchronous JavaScript And XML** (JavaScript Asíncrono y XML).

AJAX combina tres tecnologías ya existentes:

XHTML y hojas de estilos (**CSS**) para el diseño que da formato a la información.
Document Object Model (DOM) que es el encargado de interactuar con la información presentada y es el que se ejecuta en el cliente (navegador).
XMLHttpRequest, que es un objeto encargado de intercambiar datos con el servidor web. Estos datos son devueltos en formato **XML** y se añaden a la página que estamos visualizando integrándose de nuevo gracias a **XHTML** y **CSS**.

Finalmente, AJAX utiliza **JavaScript** como lenguaje en la parte del navegador para acceder al **DOM**.

Tarea # 1

Cuadros sinópticos de los temas del sitio: <http://www.aulaclie.es/internet/index.htm>

Tema 12. WEB 2.0 y REDES SOCIALES

Las redes sociales conectan a las personas en la internet. Son comunidades virtuales donde los usuarios interactúan con personas de todo el mundo con gustos o intereses en común.

Se crea un propio espacio personal para: crear álbumes de fotos, compartir videos, escribir notas, crear eventos, compartir estados de ánimo con otros usuarios de la red.

Se comparte información con gente conocida (amigos o familiares) aunque también se usan para conocer gente nueva o reencontrarse con viejos amigos.

Las redes sociales pueden agruparse en:

Personales (generalistas)	Profesionales	Empresariales
<p>MySpace Uso general. Popular entre adolescentes en los EEUU</p>	<p>Xing o LinkedIn</p> <p>Publicar curriculum vitae.</p> <p>Incluir logros, aptitudes y experiencias profesionales.</p> <p>Es una fuente de datos para recursos humanos.</p> <p>Útiles para conseguir empleo.</p> <p>Útiles para darse a conocer a los clientes.</p>	<p>Organizaciones, asociaciones o corporaciones crean su propia red social.</p> <p>Enfoque interno hacia sus propios empleados.</p> <p>Enfoque externo hacia posibles clientes.</p> <p>Herramientas útiles para la creación de redes sociales empresariales son:</p> <p>Ning o Elgg</p>
<p>Orkut Uso general. Popular en Brazil</p>		
<p>Tuenti Uso general. Popular en España</p>		
<p>Facebook Uso general. La de más amplio crecimiento. Es el fenómeno de las redes sociales por su cobertura y aceptación mundial.</p>		
<p>Badoo Uso general, muy popular en Latinoamérica.</p>		
<p>Hi5 Uso general, muy popular en América Latina</p>		
<p>Twitter Uso general. De mucha acogida a nivel mundial.</p>		
<p>Reddit Noticias sociales generadas por usuarios.</p>		
<p>Taringa Uso general.</p>		

Tarea #2

Basado en el proyecto de su sitio web personal realice la estructura de la información. Contenido, plataforma interactiva y frames.

Irvillalva's blog

Artículo # 3

Dejar un comentario

Artículo # 2

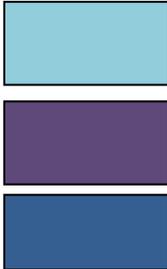
Dejar un comentario

Artículo # 1

Dejar un comentario

Bookmarking

Flickr Photos



More Photos

Entradas recientes

Artículo 5.....
Artículo 4.....
Artículo 3.....
Artículo 2.....
Artículo 1.....

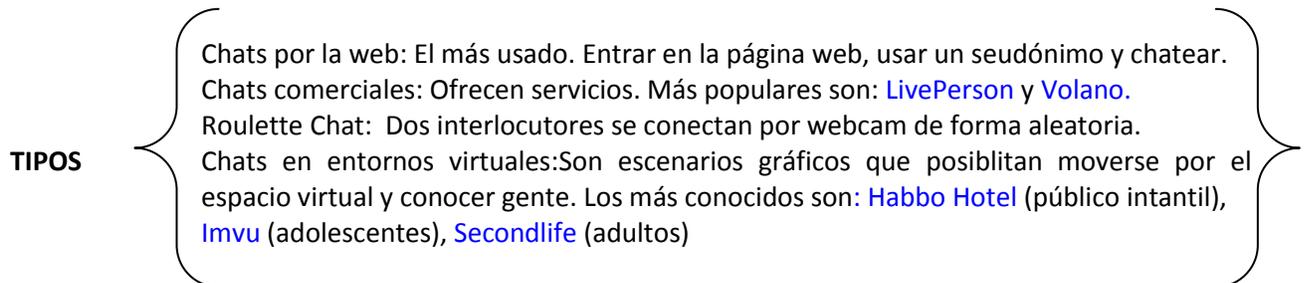
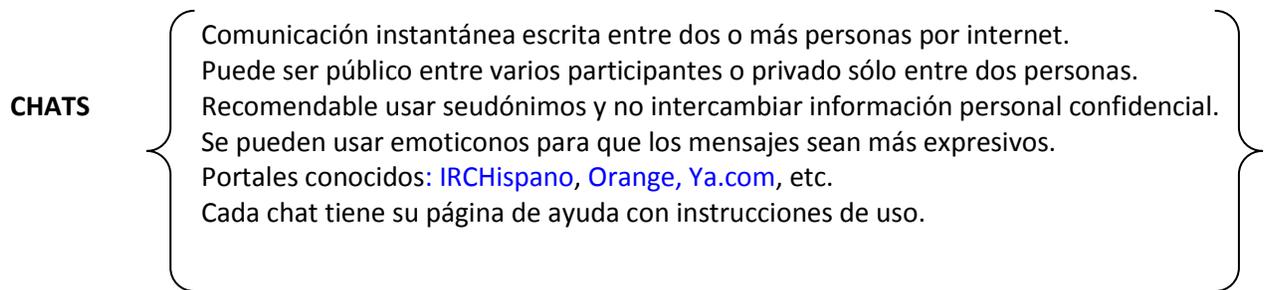
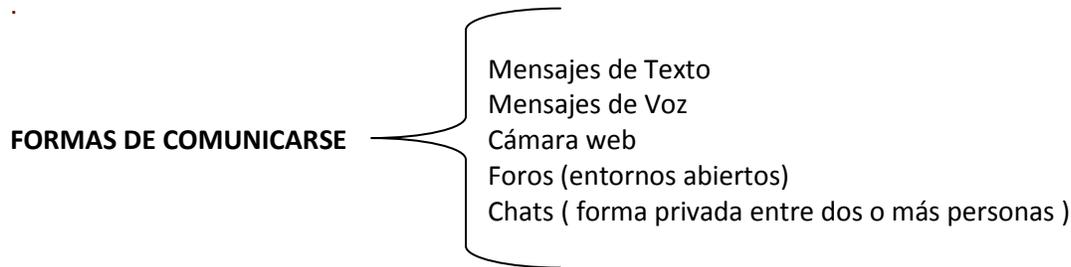
Calendario

D L M M J V S

Archivos

Post más vistos

Tema 6 COMUNICARSE ON LINE



El IRC (Internet Relay Chat) fue desarrollado en Finlandia en 1988 por Jakko Oikarinen. Para usar el IRC hay que instalar un pequeño programa que se puede descargar por Internet gratuitamente. IRC dispone de canales diferenciados por temas. La diversidad se multiplica y la posibilidad de crear nuevos canales ofrece la libertad para poder hablar con gente de todo el mundo sobre cualquier tema. IRC hay que trabajar con scripts o palabras clave para realizar ciertas acciones como listar los canales de un servidor, o unirse a uno de ellos. Hay bastantes programas del tipo IRC, aunque el más conocido es [mIRC](#).



Tema 6 COMUNICARSE ON LINE

MENSAJERÍA INSTANTÁNEA

Es la evolución del webchat.

Los más importantes son: [Windows Live Messenger](#), [Yahoo Messenger](#), [Google Talk](#), [AOM EXpress \(AOL\)](#) o [ICQ](#).

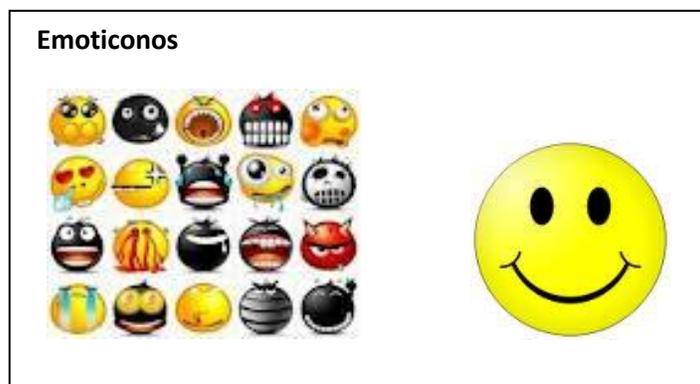
Cubre las funciones del chat y del IRC, y es fácil de utilizar.

Suele estar integrado en el correo web del mismo proveedor .

Para disfrutar de la mensajería instantánea hay que instalarse un programa que puede bajarse desde internet.

[Windows Live](#) ofrece el servicio directamente desde la página web [Hotmail](#).

Se abre una pequeña ventana cada vez que se recibe un mensaje. Se puede leerlo al momento o dejarlo para más tarde.



VoIP/ Skype

VoIP (*Voice over IP* o *Voz sobre IP*)

- Usa linternet para el envío de voz
- Abarata el coste de las llamadas
- Usado por empresas para las comunicaciones internas
- Usado por familias para llamadas internacionales
- Skype es la primera empresa que ha entrado en este servicio con gran acogida por la competitividad de precios y calidad del servicio.

SKYPE

También facilita el envío de mensajes instantáneos, crear videoconferencias y compartir archivos. Está más enfocado a la comunicación por voz.

Permite llamar y recibir llamadas de teléfonos convencionales a precios reducidos.

Permite hacer una conferencia entre varias personas a la vez.

SkypeOut permite hacer llamadas a cualquier parte del mundo y enviar mensajes de texto SMS

SkypeIn asigna un número de teléfono normal del país que se elija. Las amistades marcan ese número desde el teléfono convencional y pueden conversar.

COMUNICACIÓN EN EQUIPO

[Team Speak](#) o [Ventrilo](#)

Estos programas se instalan en el equipo y permiten la creación de una especie de chat, pero de voz.

Ofrecen:

Personalización del entorno. Es posible crear distintas salas para dividir a los participantes en temáticas, Moderación. Los participantes ejercen distintos roles, de modo que uno puede ser el líder o moderador, y así gestionar los canales y los usuarios.

Control de la situación. Un icono junto al nombre lo resaltará en el momento en que su micrófono se active. Se puede ver el estado de los distintos usuarios (si están ausentes, si han apagado el micrófono o los parlantes, etc.)

Gratuito. Estos programas son gratuitos.

En segundo plano. Se usan como herramienta en segundo plano. Puede quedarse minimizado mientras se usan otros programas, como juegos cooperativos.

Tema 7 FOROS Y GRUPOS DE DISCUSIÓN

FOROS

Página web donde la gente comparte opiniones, preguntas, experiencias, en forma jerarquizada.

Se puede iniciar un tema esperando que otros respondan, opinen, compartan.

Los temas se agrupan en grupos llamados [foros](#).

Al conjunto de respuestas a un tema se le llama [hilo](#).

Los temas se organizan cronológicamente.

Existen varios foros con temas dedicados a mascotas, deportes, salud, recetas de cocina, etc.

Para participar en un foro hay que registrarse primero para poder escribir, opinar y compartir sobre los temas de discusión propuestos.

En los foros participan usuarios registrados y se pueden ver sus perfiles y los mensajes que han dejado.

Se puede usar las páginas [Boardhost](#), [ForoActivo](#) o [MelodySoft](#) para crear foros propios.

Un foro desatendido no tomará vida, hay que supervisarlos y administrarlos adecuadamente para que los usuarios se interesen en él.

GRUPOS DE DISCUSIÓN

Los grupos de discusión son un lugar donde los usuarios se intercambian correos sobre temas específicos.

Surgen en 1979 en las universidades de Carolina del Norte y Duke como respuesta a las necesidades de comunicación.

Es un lugar común donde se dejan mensajes sobre los más variados temas esperando respuesta y opinión de los otros usuarios.

Los mensajes se guardan cronológicamente conforme vayan llegando al grupo para discusión.

Los grupos de discusión se mantienen por una extensa red de correo.

Hay varias formas de acceder a los grupos:

Programa de correo (Windows Live

Mail, Outlook, Thunderbird),

El navegador (Internet Explorer)

Desde Google (Google Grupos)

Hay más de 100.000 grupos de discusión en todo el mundo.

Se pueden agrupar direcciones de correo formando grupos o listas para lograr una mejor comunicación masiva con los miembros del **grupo**.

[eListas](#) es una empresa que proporciona listas de correo gratis.

eListas.net

TEMA 8. COMPRAR EN INTERNET

RESUMEN DE PUNTOS IMPORTANTES:

- ✓ Se puede comprar cómodamente desde la casa y en tiendas de todo el mundo. No tiene que salir a buscar lo que necesita, lo compra en la red y se lo llevan a su casa.
- ✓ Las compras por internet han ido ganando adeptos y son convenientes para compradores y comerciantes.
- ✓ Pueden comprarse artículos de segunda mano tanto como nuevos, obtener descuentos, ofertas y una atención de calidad como si se comprara en un local comercial. Hay más productos para escoger y comparar como en una tienda por departamentos.
- ✓ Pero hay que observar con cautela y usar el sentido común para no caer en páginas ficticias y no perder tiempo ni dinero a través de la forma de pago o el robo de datos y dinero a través de las tarjetas de crédito.

CONSEJOS ÚTILES:

Buscar información sobre la tienda.

(Si se anuncian en las redes sociales es un buen indicio porque los usuarios puedan dejar comentarios y sugerencias para otros compradores).

Buscar información del producto. (Páginas especializadas ofrecen opiniones y análisis de productos y servicios. Algunas son: Ciao, Dooyoo, Kelkoo, Shoomo, Twenga, Google Shopping).

Utilizar portales especializados: Usar el sentido común y acceder a una página reconocida y confiable.

Leer las condiciones de pago, devolución de mercancías, manejo y envío de productos, etc.

TEMA 8. COMPRAR EN INTERNET

¿QUÉ SE PUEDE COMPRAR EN INTERNET?

Se puede comprar casi de todo, pero hay sitios más visitados y usados que otros. Sitios que justamente ofrecen el servicio por internet pensando en los gustos y necesidades de los clientes.

Lo más buscado:

Libros, discos, boletos de avión, reservas de hoteles, entradas para el cine, conciertos y eventos públicos.

Productos que no se encuentran fácilmente o productos especializados:

Artículos de colección, productos homeopáticos, comida para vegetarianos, comida exótica, ropa para deportes específicos, etc.

Productos que producen vergüenza comprarlos:

Lencería atrevida, juguetes o servicios sexuales. Se garantiza total discreción.



TEMA 9. APRENDER EN INTERNET

Introducción

Colegios, institutos especializados y universidades alrededor del mundo ofrecen cursos on-line y cada vez hay más alumnos que los siguen y demuestran satisfacción con el método de enseñanza. Se construye un proceso comunicativo entre profesor y alumno.

En el aula virtual los alumnos siguen las instrucciones del maestro, pueden hacer preguntas en directo, los otros alumnos pueden ver las preguntas de los compañeros y hablar con ellos y el maestro. El proceso educativo puede llevarse adelante perfectamente.

VENTAJAS

SIN DESPLAZAMIENTOS

No tiene que desplazarse al centro educativo. Ahorra tiempo y dinero.

SIN HORARIOS

Es fácil adaptar el horario de estudio al propio ritmo de actividades del alumno.

ECONÓMICA

Puede llegar a más gente y un solo profesor puede atender más alumnos.

PERSONALIZABLE

Cada alumno estudia a su ritmo personal. El más avanzado no se aburre con el más lento como en una clase convencional.

PARTICIPATIVA

Los alumnos tímidos o con problemas de comunicación participan más a través del correo electrónico, el chat, las videoconferencias, porque los otros alumnos no les ven o no leen sus mensajes.

MULTIMEDIA

Los materiales multimedia e interactivos aportan dinamismo a la clase y ayudan en el aprendizaje.

SEGUIMIENTO

Se puede hacer un seguimiento a través de revisar el tiempo de conexión del alumno, su participación en chats y foros, preguntas que hace, etc.

ACTUALIZADA

Contenidos actualizados. Es más fácil y rápido actualizar un sitio on line que el contenido de un libro.

TEMA 9. APRENDER EN INTERNET

INCONVENIENTES

EQUIPAMIENTO

El alumno debe disponer de computadora y conexión a internet.

INTIMIDATORIA

Algunos alumnos tienen temor de usar la computadora y se desaniman porque piensan que es algo complicado. Pero es posible aprender y salir adelante.

HORARIOS

Al imponerse un propio horario, puede ser que la pereza y la distracción se impongan al no tener que asistir a una aula convencional.

FRÍA

La comunicación puede ser más fría que aquellos que se relacionan en una clase convencional.

La calidad de un curso on-line depende de la calidad de los contenidos y de la efectividad de la ayuda del profesor más que del sistema o plataforma empleado

Equipo necesario:

Computadora

Parlantes

Cuánto más ancho de banda de conexión, mayor velocidad para descargas.

Instalar los programas necesarios para visualizar Multimedia:

- Plug-in: ([Flash](#), [Shockware](#))
- Programas reproductores: ([Windows Media](#), [Quick Time](#), [RealPlayer](#))

Formatos de video: [wmv](#), [mpg](#), [mpeg](#), [mp4](#), [mov](#), [swf](#), [asf](#), [asx](#).

Formatos de sonido: [mp3](#), [mp4](#), [wav](#), [wma](#).

Formato de imágenes: [gif](#), [png](#), [jpg](#), [tif](#), [bmp](#) o mapa de bits.

Cuadros sinópticos de los temas del sitio: <http://www.aulacli.com/internet/index.htm>

TEMA 9. APRENDER EN INTERNET

SITIOS CON CURSOS GRATIS

Directorio aulaClic.	Cursos de computación
Programación.net	Cursos de Java, HTML, ASP.
La web del programador.	Cursos, foros, noticias, ofertas de empleo, programas
ABCdatos.	Multitud de tutoriales, programas, trucos y buscadores
Illasaron.	Videotutoriales relacionados con Informática

SITIOS CON CURSOS PAGADOS

[Uned](#) . Universidad Nacional de Educación a Distancia.
Universidad tradicional en España en la formación a distancia.

[UOC](#). Universidad Oberta
Ofrece formación universitaria on-line (Cataluña)

[eMagister](#)
Portal para buscar cursos en la red

[UTPL.edu.ec](#) Universidad Técnica Particular de Loja
Pionera en educación a distancia en Ecuador

TEMA 10. SEGURIDAD EN INTERNET

Virus informáticos son programas que se instalan en la computadora de manera inadvertida. Realizan su función destructiva o intrusiva y pueden propagarse a otras computadoras.

El ciclo de vida de un virus puede ser así:

Llega por correo a la computadora
Se autoenvía a todas las direcciones de la lista de contactos
Al llegar a otra computadora, se vuelve a autoenviar a las direcciones de la lista de contactos que figuren en él, y así sucesivamente.
En la computadora, nos infecta, se ejecuta y realiza su función.
Cuando es detectado por un programa antivirus o por el usuario es eliminado.

ALGUNAS VÍAS DE INFECCIÓN

El correo electrónico

Permite que los virus se expandan a gran velocidad ya que se envían millones de correos cada día.

Bajarse archivos de páginas web

Cuando hacemos clic en un enlace y dejamos que el archivo se cargue en una carpeta del disco duro.

Bajarse archivos de Internet por ptf.

Pueden estar infectados. Programas de ftp como Cute-FTP o FileZilla.

TEMA 10. SEGURIDAD EN INTERNET

Copiar en memorias USB, DVD o cualquier tipo de memoria extraíble.

Hay virus que crean un archivo de autoarranque infectado en la memoria usb.

Visitar páginas web

Hay que ser precavido y visitar sólo sitios que consideremos seguros.

Uso de grupos de discusión

Cuando se intercambian archivos adjuntos. Cualquier medio de transmitir es susceptible de usarse para enviar virus.

Uso de redes

Podemos contagiarnos al utilizar redes globales (internet) o redes locales.

Uso de redes P2P

Las redes P2P (eMule, Ares, kazza, bitTorrent, ...) están pensadas para el intercambio de archivos y son utilizadas por millones de personas en todo el mundo, por lo tanto son el lugar ideal para colocar archivos con virus mezclados entre los archivos sanos.

Dispositivos móviles

Al descargar e instalar aplicaciones a través de Internet, cada vez se dan más casos de infección en este tipo de terminales. Estos virus suelen ser de tipo espía. Su función es recopilar información (fotos, contactos, mensajes y la información de tus cuentas asociadas al dispositivo).

TEMA 10. SEGURIDAD EN INTERNET

PROPAGACIÓN

Archivos adjuntos (Al abrir el archivo adjunto el virus se activa)

Dentro del código de algunos archivos como las macros de Word o Excel

En la memoria de la computadora. Desde ahí puede ejecutarse y copiarse a otro archivo.

En archivos ejecutables. (Con extensión .exe o .com). Tienen código que se ejecuta al abrirlos.

En los sectores de arranque de los discos. Cada vez que se lee el disco, se lee el arranque. Es un buen lugar para esconder el código del virus.

En páginas web no fiables que muestran publicidad o anuncios sin ningún tipo de filtro.

DAÑOS

El fin de un virus es propagarse y exhibirse.

La exhibición puede ser destructiva o festiva

Destructiva: Puede inutilizar algún programa

Puede borrar un fichero completo

Puede borrar el disco duro

Puede bloquear el sistema operativo

Festiva: Puede mostrar algún mensaje en la pantalla

Hacer que aparezca un dibujo o emitir algún sonido

Virus con fines lucrativos. Convierten los equipos infectados en redes zombies para el envío masivo de Spam.

Virus espías. Su función es recoger información confidencial de la computadora como contraseñas o archivos.

TEMA 10. SEGURIDAD EN INTERNET

DETECCIÓN DE VIRUS	
SÍNTOMAS DUDOSOS	SÍNTOMAS CLAROS
<ul style="list-style-type: none"> • La computadora trabaja muy lento 	<ul style="list-style-type: none"> • Queda menos espacio libre en el disco duro sin que nosotros grabemos archivos
<ul style="list-style-type: none"> • Disminuye la memoria disponible 	<ul style="list-style-type: none"> • Desaparecen archivos de la computadora
<ul style="list-style-type: none"> • La computadora se apaga o bloquea frecuentemente 	<ul style="list-style-type: none"> • Aparecen mensajes o gráficos extraños en la pantalla.
<ul style="list-style-type: none"> • Hay programas que no funcionan o funcionan mal a partir de un momento dado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Algunos archivos cambian de nombre o de extensión.
	<ul style="list-style-type: none"> • El lector de CD se abre o se cierra solo

Los más usuales tipos de virus

GUSANOS	Se copian ellos mismos utilizando la libreta de contactos del gestor del correo. Se envían a sí mismos como ficheros adjuntos. Sirven para enviar spam y otros fines.
RESIDENTES	Permanecen en la memoria RAM esperando que se cumplan determinadas condiciones de activación para propagarse y causar daños.
TROYANOS	Se camuflan dentro de un programa que parece inofensivo e interesante para que el usuario lo ejecute y llevar a cabo el fin para el que fueron programados.
MACROS	Están dentro del código de las macros de programas como Excel, Word, CorelDraw.
EJECUTABLES	Es el tipo de virus más común. Forman parte del código de ficheros ejecutables de extensión .EXE o .COM. Se ejecutan cuando lo hace el fichero en el que se encuentran.

TEMA 10. SEGURIDAD EN INTERNET

ELIMINACIÓN DE VIRUS

Lo más importante en este tema de los virus es tomar las medidas preventivas para no infectarse. Una vez infectados, lo más sencillo es recurrir a un programa antivirus.

Cada tipo de virus se elimina de una determinada forma, y cada virus concreto infecta unos archivos concretos, no hay una forma general que sirva para eliminar los virus de un tipo dado. Los programas antivirus suelen ser eficaces en la tarea de eliminar un virus de la computadora.

Algunos de los antivirus más conocidos en el mercado
[Panda](#), [MacAfee](#), [Symantec](#), [Kaspersky](#)
o los gratuitos [AVG](#) o [avast!](#).



En estas direcciones se puede ver cómo eliminar los correspondientes virus:
[Netsky.Q](#), [Netsky.P](#), [MIME Overflow](#), [Agent.PQ](#),
[Conficker](#), [Sasser](#) o [MyDoom](#)

Tarea # 5

Basado en su proyecto del sitio web personal, realice la creación del blog en una plataforma de blogs.

El enlace de mi blog es: <http://www.irvillalva.wordpress.com>

Tarea # 6

Mini manual con las consideraciones y buenas prácticas del tema TIPOGRAFÍA DIGITAL

El mundo de la tipografía se ha visto afectado por el acomodamiento de la informática a la impresión, al diseño gráfico, al diseño web. Se hizo necesario adaptar y crear nuevas fuentes tipográficas para que puedan ser visualizadas en el monitor de la computadora; fueron diseñadas para ser fácilmente legibles en condiciones de baja resolución.

Estos nuevos diseños, evitan las curvas y tienden a las líneas verticales u horizontales para que aparezcan mejor definidas en cuerpos pequeños.

Apple lanzó el sistema de fuentes True Type, basado en la definición matemática de las letras, que permite un escalado perfecto de las mismas, evitando los dientes de sierra.

Los sistemas operativos de las computadoras instalan por defecto un número variable de estos tipos.

Los tipos tipográficos en el sistema operativo de Windows son:

Abadi MT Condensed Light, Arial, Arial Black, Book Antigua, Calisto MT, Century Gothic, Comic Sans MS, Copperplate Gothic Bold, Courier New, Impact, Lucida Console, Lucida Handwriting Italic, Lucida Sans, Marlett, Symbol, Tahoma, Times, New Times Roman, Verdana, Webdings y Wingdings.

Los tipos tipográficos en el sistema operativo Mac OS son:

Charcoal, Chicago, Courier, Geneva, Helvetica, Monaco, New York, Palatino, Symbol y Times.

Mini manual con las consideraciones y buenas prácticas del tema TIPOGRAFÍA DIGITAL

Antialiasing (conocido también como **antialias**) es un mecanismo muy utilizado en el tratamiento de imágenes de mapas de bits, disponiendo casi todos los programas gráficos de filtros específicos para su aplicación.

La técnica del antialiasing consiste en un difuminado de los bordes de los caracteres, creando unos píxeles intermedios entre el color del carácter y el del fondo, para que el cambio entre ambos no sea tan brusco, con lo que se consigue que los márgenes se vean suaves y no en forma de dientes de sierra.

Los sistemas operativos instalan por defecto un conjunto de fuentes, que pueden irse aumentando con posteriores instalaciones de diferente software, sobre todo aplicaciones de autoedición, de ofimática, de diseño gráfico y de diseño web.

Los tipos de letra que casi siempre se usarán en las aplicaciones, tanto en la computadora como para imprimir son LAS FUENTES ESCALABLES.

Existen dos tipos principales de fuentes escalables:

Fuentes True Type y fuentes Postscript Type1.

VARIANTES DE LAS FUENTES

Cada familia tipográfica dispone de una serie de variantes para sus letras, que pueden ser utilizadas para proporcionar variedad al texto y para particularizar en el mismo ciertas palabras. Estas variantes se obtienen por modificación de alguna de las siguientes propiedades:

Mini manual con las consideraciones y buenas prácticas del tema TIPOGRAFÍA DIGITAL

VARIANTES
DE LAS
FUENTES

Grosor del trazo: La pesadez o ligereza de los trazos que componen los tipos afectan a su legibilidad. Según el grosor del trazo, una letra puede clasificarse en “extrafina”, “fina”, “redonda”, “negra” y “supernegra”.

Proporción entre ejes vertical y horizontal: Según sus valores relativos obtenemos las variantes:

Redonda (cuando son iguales)

Estrecha (cuando el horizontal es menor que el vertical)

Expandida (cuando el horizontal es mayor)

Tipografías estrechas efectivas cuando hay abundancia de texto , para ahorrar espacio.

Se disminuye la legibilidad cuando son demasiado estrechas (condensadas) o demasiado anchas (expandidas).

Inclinación del eje vertical: Nos proporciona la variante itálica o cursiva de una fuente, sirve para resaltar una parte del texto, debe usarse con prudencia, pues gran cantidad de caracteres inclinados dificulta la lectura.

Tamaño de la caja: Aumentando el tamaño respecto a la caja obtenemos las mayúsculas. Todo el texto en mayúsculas hace que la lectura sea más lenta. La caja baja en cambio nos da minúsculas, y se llena el texto con trazos ascendentes y descendentes y formas irregulares.

EQUIVALENCIA ENTRE FUENTES WINDOWS Y MAC

Fuentes compatibles Windows – Mac Os	
<u>Windows</u>	<u>Mac</u>
Arial	Helvetica
Courier New	Courier
MS Sans Serif	Geneva
MS Serif	New York
Times New Roman	Times

Mini manual con las consideraciones y buenas prácticas del tema TIPOGRAFÍA DIGITAL

<u>Con Windows Font Pack</u>	
Arial	Arial
Comic Sans	Comic Sans
Verdana	Verdana
Georgia	Georgia

HOJA DE ESTILOS EN CASCADA (CSS)

Para asegurar una correcta visualización en Windows o Mac Os, habrá que utilizar siempre **Hojas de Estilos en Cascada (CSS)**.

Los usuarios de Mac disponen de las fuentes incluidas en Windows Font Pack, ya que éste se instala automáticamente desde que Mac Os viene por defecto con Internet Explorer, pero nunca estaremos seguros de qué versión tiene el usuario final, así que la regla de declarar fuentes alternativas mediante **CSS** debemos aplicarla siempre.

Los tamaños inferiores a 9 píxeles (7 puntos) no se visualizan correctamente, ya que las letras se hacen demasiado pequeñas. A tamaños superiores a 16 píxeles (12 puntos), las letras comienzan a escalarse, produciéndose un efecto de dientes de sierra en sus contornos, sobre todo en las zonas inclinadas y curvas de las mismas.

El tamaño de los contenidos textuales para la web debe oscilar entre 9 y 15 píxeles (7 y 11 puntos), ya que con estos valores los caracteres resultan legibles y sin escalado.

LEGIBILIDAD

Facilidad con la que los lectores pueden decodificar la información en un documento

COMPRESIÓN

Se refiere al contenido del documento

La comprensión no puede ser adquirida sin la legibilidad

Para lograr una composición tipográfica adecuada, hay que seleccionar adecuadamente las familias tipográficas, considerando su legibilidad, sus proporciones, el contraste entre los trazos gruesos y delgados, la existencia del remate o su falta, su inclinación y su forma.

Mini manual con las consideraciones y buenas prácticas del tema TIPOGRAFÍA DIGITAL

APUNTES IMPORTANTES SOBRE BUENAS PRÁCTICAS EN LA TIPOGRAFÍA DIGITAL

- ✓ Las letras redondas y minúsculas, suelen ser las más legibles, más que las cursivas, negritas, mayúsculas y estrechas.
- ✓ Las negritas (bold) llaman la atención de un texto e incluso distraen seriamente, por eso no se debe abusar de ellas o emplearlas meramente como decoración.
- ✓ Las mayúsculas son más difíciles de leer que las minúsculas. No se recomiendan para textos largos sino para palabras sueltas.
- ✓ Las combinaciones de mayúsculas y minúsculas en una misma palabra son una interesante opción para publicidad.
- ✓ Las itálicas o cursiva son poco legibles y son poco recomendables. Usarse como fuentes de tamaño suficientemente grande.
- ✓ Para pequeños formatos como informes, libros, folletos, manuales o páginas web conviene utilizar fuentes entre 8 y 12 puntos para cuerpos de texto.
- ✓ Notas de pie pueden ir a tamaños de 7-8 puntos, siempre y cuando resulten legibles en la fuente elegida.
- ✓ Grandes formatos, para un cartel que será observado a 10 metros, la altura de la letra debe ser al menos de 2,5 cm.
- ✓ Para vallas publicitarias que se lean a 60 metros, la altura de la letra deberá ser al menos de 15 cm.

EL TRACK O TRACKING

Ajusta el espacio entre caracteres, abriéndolos cuando se trata de cuerpos pequeños y cerrándolo cuando se trata de cuerpos grandes. El track actúa globalmente sobre todo el texto y depende del tamaño de los caracteres. Como regla general, cuanto más grande sea el cuerpo, más apretado debe ser el track.

TANTO EL TRACK COMO EL KERN SE MIDEN EN UNIDADES RELATIVAS AL TAMAÑO EN PUNTOS DE LOS CARACTERES

EL KERN O KERNING

Se utiliza para ajustar el espacio entre las letras de una misma palabra o en algunos pares de caracteres determinados que llaman la atención por estar demasiado juntos o separados. El kern es estrictamente proporcional, ya que el espacio eme (la unidad en la que se basa) tiene el mismo tamaño de puntos que el cuerpo de los caracteres, **es decir que el espacio eme para un texto de 12 puntos mide 12 puntos.**

Mini manual con las consideraciones y buenas prácticas del tema TIPOGRAFÍA DIGITAL**ANCHO DE LÍNEA**

A menor longitud de línea, mayor velocidad de lectura, razón por la cual los periódicos tienen columnas muy estrechas; sin embargo, líneas demasiado cortas dificultan la lectura por el ritmo visual al que obliga con el cambio constante de línea.

Una mayor longitud de línea requiere de un salto mayor de longitud de un punto de fijación ocular (el extremo derecho final de una línea) al siguiente (el inicio izquierdo de la siguiente). A mayor longitud del salto, mayor dificultad de lectura.

Como regla, podemos tomar para una línea más de 40 caracteres y menos de 70.

EL INTERLINEADO

Espacio vertical entre las líneas de texto, es un factor importante para que el lector pueda seguir correctamente la lectura sin equivocarse de línea o cansar la vista.

Como regla general, conviene darle al interlineado uno o dos puntos más que el valor del cuerpo de la fuente, o sea, que si tenemos un texto en cuerpo de 10, un interlineado de 12 da un blanco apropiado en la interlínea.

A mayor espacio entre líneas, mayor facilidad de lectura.

Se recomienda un interlineado óptimo de un ancho de línea de 1,5.

ALINEACIÓN DE LOS TEXTOS

A la izquierda: El más natural y recomendado para textos largos.

A la derecha: Puede ser adecuado para un texto que no sea muy extenso, pero no para grandes bloques.

Justificado: Puede ser muy legible si el espacio entre letras y palabras es uniforme y los molestos huecos entre palabras, no interrumpen el curso del texto. Es adecuado en columnas estrechas o textos de poca extensión.

Centrado: Estas alineaciones dan al texto una apariencia muy formal y son adecuadas cuando se usan mínimamente. Evitar este modelo para textos demasiados largos.

COLOR DE LOS TEXTOS

En el momento en que se añade color al tipo o al fondo, se altera la legibilidad del texto. Hay que combinar las propiedades del tipo y el color para multiplicar su potencial comunicativo. Hay que sopesar cuidadosamente las tres propiedades del color (tono, valor e intensidad) y determinar el contraste apropiado entre las letras y su fondo.

Pueden usarse contrastes de tono (cálidos y fríos)
Contrastes de valor (luminosos y oscuros)
Contrastes de saturación (vivos y apagados)

Según algunos estudios, la letra más legible es la negra sobre fondo amarillo

Mini manual con las consideraciones y buenas prácticas del tema TIPOGRAFÍA DIGITAL

COLOR DE LOS TEXTOS

Un buen principio es coger colores que no estén directamente enfrentados ni estén demasiado próximos en el círculo cromático.

Si el contraste de colores no basta por sí solo para destacar el tipo sobre el fondo, pueden añadirse perfiles y sombras. No es recomendable utilizar estos efectos en los bloques de texto, pues por cuestión de legibilidad sería más perjudicial que beneficioso.

Los mejores resultados se consiguen con tipos grandes o en titulares.

OTRAS RECOMENDACIONES

- ✓ Los comienzos de párrafo deben ser fácilmente reconocibles.
- ✓ Hay que evitar en lo posible el texto subrayado, en especial en títulos y subtítulos, ya que las líneas los separan del texto al que pertenecen.
- ✓ Es una buena idea dejar un espacio mayor por encima de los títulos y subtítulos que por debajo, así como evitar ponerlos todos en mayúsculas.
- ✓ Las viñetas (bullets) y sangrías (indent) son recursos útiles para estructurar la información, separar conceptos, subordinar unos a otros, crear dependencias, etc.
- ✓ Los espacios en blanco hacen los documentos más fáciles de leer y le dan un espacio más limpio.

Mini manual con las consideraciones y buenas prácticas del tema OPTIMIZACIÓN DE IMÁGENES PARA LA PANTALLA

DE IMÁGENES ANALÓGICAS A IMÁGENES DIGITALES

Las imágenes digitales que disponemos en la computadora son el resultado de convertir los datos analógicos en digitales mediante el proceso denominado de **muestreo, digitalización o escaneado**. Una imagen digital es una matriz similar a un mosaico formado por una serie de unidades de información llamados pixels. Cada pixel es una combinación determinada de color y brillo en una posición determinada.

La imagen digital se denomina también mapa de bits, ya que en esencia la información de una imagen es el conjunto de un número determinado de pixels con una información concreta en bits.

La entrada de las señales analógicas convencionales pueden partir desde una película fotográfica, copias impresas, dibujos creados a mano, etc., que son convertidos en formato digital gracias a los dispositivos de captura y transformación de la información.

Cuando la luz con distintos valores de brillo alcanza el sensor de dispositivo de carga o CCD se generan diversas señales eléctricas que se convierten en código digital por medio de un conversor analógico digital llamado también ADC.

LA RESOLUCIÓN

Corresponde al tamaño de cada punto de rejilla o retícula capaz de ser captado por el CCD, y que divide la imagen de forma que para cada punto explorado independientemente se le puede asignar un valor, en este caso un bit.

La unidad que mide la resolución normalmente viene mediante la extensión **dpi** (en inglés es "dots per inch"). En español es **ppp** ("puntos por pulgada").

Resolución	Tipo de imagen	Aplicaciones
75-100 dpi/ppp	Calidad de pantalla	Páginas Web, CDROMs, catálogos multimedia de bajas prestaciones.
200-600 dpi/ppp	Calidad de impresora	Imágenes de calidad media-alta para trabajos de retoque fotográfico standard.
600-4000 dpi/ppp	Calidad de imprenta gráfica	Fotolitos, imágenes publicitarias de gran definición.

Mini manual con las consideraciones y buenas prácticas del tema OPTIMIZACIÓN DE IMÁGENES PARA LA PANTALLA

PROFUNDIDAD DEL COLOR

Los niveles de color más comunes son los de 256 colores básicos, que corresponden al nivel de 8 bits de color, hasta los de 16 millones de colores, que corresponden al nivel de color de 32 bits.

La calidad de la imagen en color viene definida no sólo por la resolución sino también por los niveles de bits en color que pueda tener. Aquí se presentan algunas opciones:

La imagen de información de un bit (blanco y negro) monocromo

Se utiliza para la reconstrucción de formas, textos que posiblemente vayan a vectorizarse y necesitan una posterior reconstrucción por parte de algún programa vectorial. Por ejemplo, una fotografía a todo color, convierte la información en blanco y negro en función de un valor de contraste o umbral que podemos variar desde valores de 0 a 256 valores tonales.

La imagen de información de 16 colores en color

Nos permite reducir nuestra paleta de color a 16 colores básicos, que ofrecen algunos programas de Office, Word, PowerPoint, etc. Se utiliza sobretodo para la reconstrucción de logos y marcas en tintas planas, ya que la discriminación de color se hace sobre el escáner.

La imagen de información de 256 colores o de profundidad de 8 bits

Existen dos tipos de imagen en este caso, las de escala de grises y la de color. La escala de grises en realidad convierte nuestra imagen a los valores tonales de una fotografía en blanco y negro. Este tipo de imágenes puede utilizarse para realizar un trabajo en Word y no disponemos de impresora a color, por lo que descargamos la información de color directamente. Ocupan poca memoria y son suficientes para trabajos rápidos.

Las imágenes de color a 256 colores

Se adapta a la paleta de colores de un sistema de SVGA o VGA de nuestro monitor. Se utiliza para imágenes que van a ser impresas en muy baja calidad, para la generación de imágenes de programas que no soporten más colores que los de la tarjeta gráfica, reconstrucción de logos en tintas planas, etc.

La imagen de información en 32 bits de profundidad

Son también llamadas de alta calidad fotográfica, permite trabajar nuestra imagen en base a los cuatro canales de color conocidos en la industria gráfica como cuatricromía y corresponde a los canales CMYK, Cían, Magenta, Amarillo y negro. Se utiliza sobretodo para la digitalización de fotografías de calidad que van a ser tratadas en la computadora y utilizadas posteriormente en revistas, publicidad gráfica, etc.

Mini manual con las consideraciones y buenas prácticas del tema OPTIMIZACIÓN DE IMÁGENES PARA LA PANTALLA

Formato	Características	Sin pérdida en la compresión	Con pérdida en la compresión
TIF	Formato standard que soporta colores en niveles de 8 bits (256 colores), hasta 32 bits de color	X	–
BMP	Formato standard de Windows que soporta colores en niveles de 8 bits (256 colores), hasta 32 bits de color.	X	–
PCX	Formato standard de Windows para PAINTBRUSH, que soporta colores en niveles de 8 bits (256 colores), hasta 32 bits de color.	–	–
EPS	Formato standard basado en lenguaje Postscript, que soporta colores en niveles de 8 bits (256 colores), hasta 32 bits de color, junto con el texto.	–	–
TGA	Formato standard de Windows que soporta colores en niveles de 8 bits (256 colores), 16 bits, hasta 32 bits de color, en función del nivel TGA que se disponga.	X	–
GIF	Formato standard que soporta colores en niveles de 8 bits (256 colores), existiendo la posibilidad de animación y de utilizar un color como transparente.	X	–
JPG/JEPG	Formato standard que soporta colores en niveles de 24 bits hasta 32 bits de color.	–	X

REFERENCIAS:

<http://www.aulaclie.es/internet/index.htm>

Magal Teresa, Tortajada Ignacio y Morillas Samuel.(2008).Preproducción Multimedia: Comunicación audiovisual. México:Alfaomega Grupo Editor, S.A. de C.V.

González, Alexandra. (2011). Telecomunicación y Multimedia: Guía didáctica. Loja: Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja.