



DISEÑO SITIO WEB Y DE MANUAL DE IDENTIDAD  
**CANAL HABANA**

Facultad Diseño de Comunicación Visual  
INSTITUTO SUPERIOR DE DISEÑO  
2015 - 2016



DISEÑO SITIO WEB Y DE MANUAL DE IDENTIDAD  
**CANAL HABANA**

**DIPLOMANTE**

MATEO RINALDI PÍREZ

**TUTOR**

D.I EMMANUEL ARIAS IBARRA

Facultad Diseño de Comunicación Visual  
INSTITUTO SUPERIOR DE DISEÑO  
2015 - 2016

# AGRADECIMIENTOS

A todos los que de una u otra forma me ayudaron apoyándome, aguantándome...

A mis amigos

A mis profes

Al ISDi...

# *DEDICATORIA*

A mi familia... la que está, no está, y se fué...

# RESUMEN

El Canal Habana es una televisora de carácter regional que transmite para la provincia de La Habana y algunas zonas de las provincias Mayabeque y Artemisa. (Actualmente visible en todo el país a través de la señal digital). Tiene diez años de fundada, aunque sus antecedentes se remontan al antiguo canal CHTV. Su programación cubre entre 8 y 10 horas diarias. Perteneció al Sistema Nacional de Televisión (ICRT).

Actualmente el centro se encuentra en un proceso de planificación y definición de su visibilidad. El desarrollo de este Trabajo de Diploma permitirá al canal suplir esta necesidad. En las primeras etapas de este proyecto se realizó la validación de la necesidad del mismo, así como una profunda investigación de los factores uso, función, mercado, contexto y tecnológico, derivándose de este análisis importantes

requisitos de diseño. Además, se definieron los objetivos y el problema de diseño que darían solución eficaz a las carencias del cliente. En la etapa de conceptualización se exploraron diferentes caminos a seguir en el proceso creativo que permitieron llegar a una etapa proyectual con el diseño de un sitio web capaz de representar al Canal, así como con la concepción del diseño de las pautas de interfaz para el sitio web y el manual de marca. Finalmente en la etapa Desarrollo se visualizan las soluciones de diseño generadas para dicho sitio web, donde se aplican todos los conceptos definidos en el manual.

# ÍNDICE

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

*NECESIDAD*

**ETAPA 1**



# INTRODUCCIÓN AL CLIENTE

## Historia

El 7 de mayo de 1990 iniciaron las transmisiones del canal CHTV, Telecentro que transmitía en la Ciudad de La Habana y la antigua provincia Habana y que radicaba en el piso 18 del Hotel Habana Libre. Se mantuvo saliendo al aire durante más de 15 años entre las 4:30 y las 6:00 de la tarde. El mismo comenzó con el objetivo de testimoniar el acontecer de la vida de los habaneros durante los difíciles días del Período Especial.

CHTV era un canal singular pues era un proyecto con jóvenes estudiantes de cuarto año de la Licenciatura en Periodismo de la Universidad de la Habana junto a sólo tres periodistas profesionales y un conjunto de ingenieros, realizadores y técnicos de diversas áreas del ICRT. En un segundo momento se trasladó a los estudios de P y 23 donde consolidó la labor profesional con un periodismo investigativo y de interpretación.

El 28 de enero del 2006 fue fundado el actual Canal Habana en los estudios de Mazón y San Miguel. Se transmite por aire con alcance en toda La Habana ocupando la naciente banda UHF en el espectro de la capital de Cuba (Canal 27) con un aproximado de 8 horas de entrega diaria.

Con su misión de desarrollar y satisfacer las necesidades informativas, educativas y de entretenimiento de los diversos públicos, con un enfoque netamente cultural e identitario, Canal Habana irrumpe diariamente en los tererceptores capitalinos y puede cumplir con

## Programación

su visión de ser cada vez más reconocido por los diversos públicos habaneros como un canal televisivo.

Canal Habana tiene una variada programación integrada tanto por programas nacionales como internacionales. Se transmite toda la semana: de lunes a viernes desde las 4:00 de la tarde hasta las 12:00 de la noche, y los fines de semana a partir de las 2:00 de la tarde y hasta las 12:00 de la noche. El canal cuenta con un menor número de programas extranjeros que nacionales –en su mayoría son producidos por su equipo–.

- Informativos
- Orientación social
- Musicales
- Infantiles
- Infantil juvenil
- Históricos
- Deportivos
- Cinematográficos
- Promocionales
- Culturales
- Verano
- Fin de año
- Propaganda y publicidad

## 1.NECESIDAD CLIENTE

Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA



# INTRODUCCIÓN AL CLIENTE

## Canal Habana

El Canal Habana es una televisora de señal abierta de carácter regional que transmite en los territorios que comprenden a la provincia de La Habana y algunas zonas de las provincias Mayabeque y Artemisa. Tiene diez años de fundada, aunque sus antecedentes se remontan al antiguo canal CHTV. Su programación cubre entre 8 y 10 horas diarias. Pertenece al Sistema Nacional de Televisión (ICRT).

### 1.NECESIDAD

#### CLIENTE

Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

### 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

### 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

### 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

### 5.CONCLUSIONES

### 6.RECOMENDACIONES

### 7.BIBLIOGRAFÍA



## 1.NECESIDAD

Cliente

### NECESIDAD

Validación

Condicionantes

Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema

Objetivos

Factores

Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones

Premisas

Alternativas

Variantes

Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web

Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

# NECESIDAD

## Canal Habana

El Canal Habana es una televisora de señal abierta de carácter regional que transmite en los territorios que comprenden a la provincia de La Habana y algunas zonas de las provincias Mayabeque y Artemisa. Tiene diez años de fundada, aunque sus antecedentes se remontan al antiguo canal CHTV. Su programación cubre entre 8 y 10 horas diarias. Perteneció al Sistema Nacional de Televisión (ICRT).

## Solicitud del cliente

La dirección del Canal Habana solicitó al Instituto Superior de Diseño (ISDi) el diseño del manual de identidad y aplicaciones de la marca del canal, así como el rediseño de las pautas de su página web.



## 1.NECESIDAD

Cliente

### NECESIDAD

Validación

Condicionantes

Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema

Objetivos

Factores

Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones

Premisas

Alternativas

Variantes

Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web

Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

# NECESIDAD

## Canal Habana

El Canal Habana es una televisora de señal abierta de carácter regional que transmite en los territorios que comprenden a la provincia de La Habana y algunas zonas de las provincias Mayabeque y Artemisa. Tiene diez años de fundada, aunque sus antecedentes se remontan al antiguo canal CHTV. Su programación cubre entre 8 y 10 horas diarias. Perteneció al Sistema Nacional de Televisión (ICRT).

El canal necesita de un documento técnico que regule las pautas de implementación del identificador visual y una plataforma de interfaz de usuario que complemente el contenido del canal en el medio digital.

## Solicitud del cliente

La dirección del Canal Habana solicitó al Instituto Superior de Diseño (ISDi) el diseño del manual de identidad y aplicaciones de la marca del canal, así como el rediseño de las pautas de su página web.

# VALIDACIÓN DE LA NECESIDAD

## Humanismo

Canal Habana goza de un elevado nivel de preferencia dentro de la población habanera por su contenido variado y diferente. El desarrollo del sitio web permitirá a los televidentes comunicarse por medio de internet con el canal, donde se le divulgará la programación y noticias de interés.

La promoción de valores identitarios de la sociedad habanera elevará el prestigio del sector televisivo en el país e incrementará el sentido de pertenencia de los trabajadores de la entidad y los ciudadanos en el país.

## Sustentabilidad

El proyecto estará a tono con la política del canal en lo referente a la defensa medioambiental. La implementación del sitio web y el manual de identidad será en un medio totalmente digital lo cual garantiza la protección del medio ambiente, el ahorro de recursos y evita la creación de desechos.

## Economía

Canal Habana pertenece al ICRT, una institución de prestigio para el país y se trata de una teleemisora pública presupuestada. La televisión cubana, dado su carácter estatal, aún no tiene ganancias por concepto de publicidad ni de transmisión, de modo que la implementación de este sitio web contará con recursos presupuestados a través del ICRT. Además de ser un proyecto docente y será entregado sin costos para la institución.

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
**VALIDACIÓN**  
Condiciones  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

# CONDICIONANTES

## Consumo

Se considera que el canal tiene una teleaudiencia potencial de alrededor de 1 500 000 espectadores según documentó el censo de población y vivienda del año 2012.

Sale al aire diariamente a las 4 p.m. de lunes a viernes, y a las 2 p.m. los sábados y domingos y cierra sus transmisiones siempre a las 12 a.m. Su variada programación se ajusta a las exigencias de una audiencia heterogénea y pretende responder a las exigencias y expectativas de la teleaudiencia a partir de una continua superación estética y artística de los programas.

Para ello se hace énfasis en una rigurosa selección de los proyectos, en el cumplimiento de los cronogramas de producción y en la capacitación permanente del personal vinculado a la actividad creativa.

## Circulación

El Canal Habana tiene alcance local para la provincia de La Habana y algunas zonas de Artemisa y Mayabeque por su salida analógica tradicional. En este momento puede ser visto en el resto del país mediante la televisión digital.

Las aplicaciones audiovisuales llegarán a todo el que sintonice Canal Habana, mientras que los soportes físicos diseñados serán de uso exclusivo de la administración del canal, la cual decidirá las posibles vías de distribución a partir de las propuestas realizadas en el proyecto.

## Producción

El Canal Habana transmite mediante el sistema de televisión convencional o broadcasting a través de ondas hertzianas que son captadas libremente por las antenas de los telerreceptores.

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
**CONDICIONANTES**  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA



# ESTRATEGIA DE GESTIÓN

## PARTICIPANTE

El proyecto está integrado por el estudiante de 5to año de Diseño de Comunicación Visual Mateo Rinaldi Pérez y bajo la tutoría de D.I. Emmanuel Arias.

## TIEMPO

El trabajo de diploma abarca 24 semanas (desde el 12 de enero al 3 de julio), tiempo estipulado por la dirección del departamento de Diseño de Comunicación Visual del Instituto Superior de Diseño.

## COMPLEJIDAD

Por su extensión y profundidad podemos decir que se trata de un proyecto de tipo Balanceado, que en cuanto a la novedad, tiene como ventaja el no presentar antecedentes.

## ALCANCE

Este proyecto abarca las etapas: Necesidad, Problema, Concepto y Desarrollo, correspondientes a la metodología del proceso de diseño para el desarrollo del Trabajo de Diploma.

### Manual de Identidad Visual:

Manual de Marca  
Manual de Aplicaciones:  
Papelería Institucional  
Papelería Administrativa  
Aplicaciones Digitales  
Aplicaciones Promocionales

### Sitio web:

- Pautas de interfaz gráfica de usuario.
- Manual de Estilos Gráficos del sitio web

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
**ESTRATEGIA**

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
Sitio web  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA



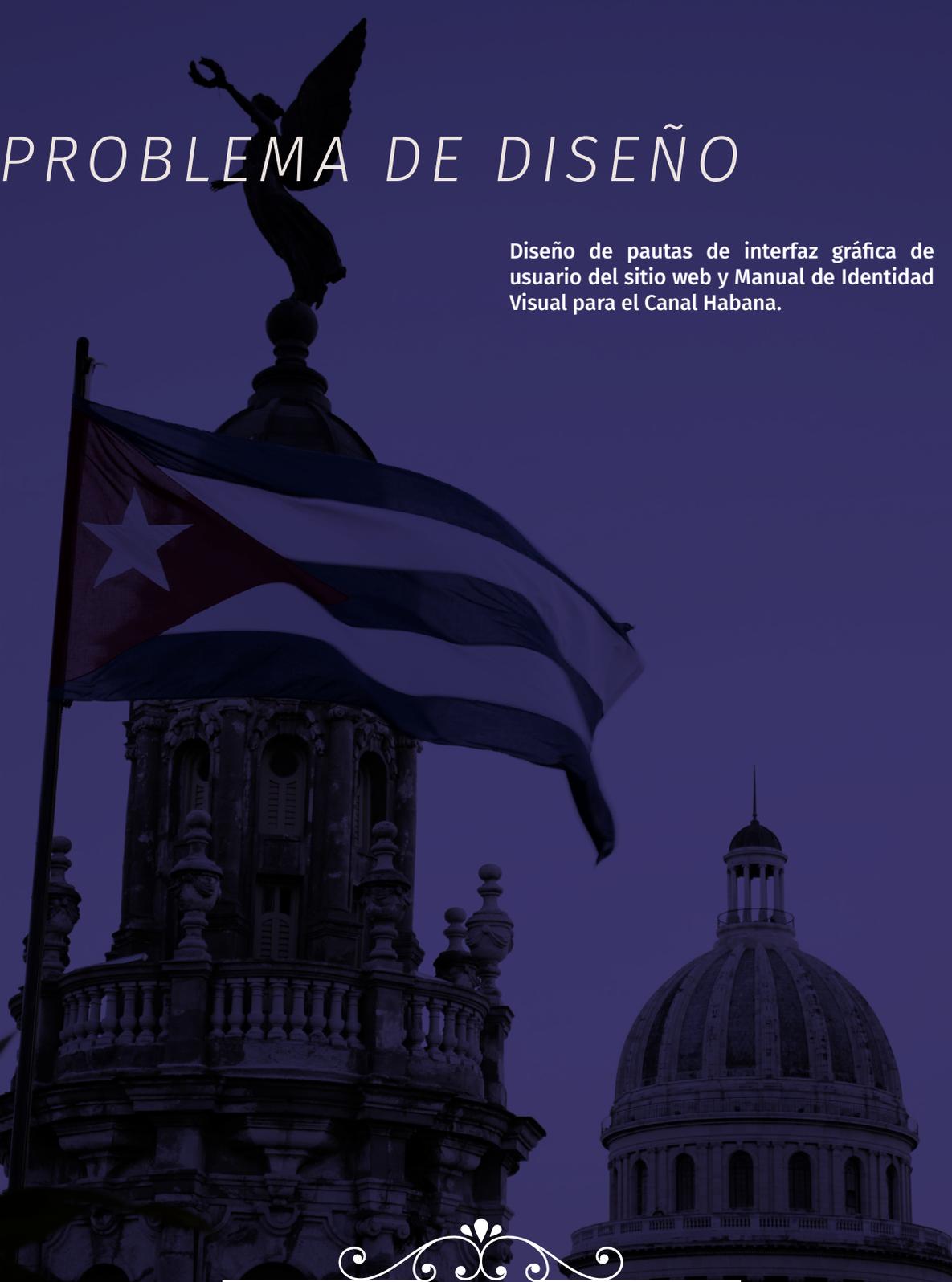


*PROBLEMA*

**ETAPA 2**



# PROBLEMA DE DISEÑO



Diseño de pautas de interfaz gráfica de usuario del sitio web y Manual de Identidad Visual para el Canal Habana.

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

**2.PROBLEMA**  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
Sitio web  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA

# PROBLEMA DE DISEÑO

Diseño de pautas de interfaz gráfica de usuario del sitio web y Manual de Identidad Visual para el Canal Habana.

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

2.PROBLEMA  
**PROBLEMA**  
**OBJETIVOS**  
Factores  
Requisitos

3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
Sitio web  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA

## Objetivos Generales

Diseñar las pautas de interfaz gráfica de usuario del sitio web que complemente y enriquezca el contenido del canal.

Diseñar el Manual de Identidad Visual para el Canal Habana que norme las pautas de implementación del identificador visual de la institución.

## Objetivos Específicos

Diseñar el Manual de Estilos Gráficos para el sitio web.

Diseñar el Manual de Marca.

Diseñar el Manual de Aplicaciones.

# CONTEXTO

El contexto donde se desarrollará el Canal Habana y su identidad, será toda la provincia de La Habana, por lo que se hace un breve análisis sobre algunos aspectos que servirán de herramientas para la decisión de atributos en la etapa de conceptualización.



1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
**FACTORES**  
Requisitos

3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
Sitio web  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA

## CULTURA DE CUBA (La Habana)

La Habana presenta un carácter ecléctico dado por sus emigrantes, cada uno con su idiosincrasia para a su vez este público habanero vive arraigado a sus costumbres y se caracteriza por su alegría, generosidad y entusiasmo, su preferencia por las actividades festivas. Con áreas delimitadas a la diversidad existente dentro de la ciudad debido a las características de sus municipios.

En La Habana confluyen numerosos estilos arquitectónicos universales que son el testimonio de la enorme historia que encierra la ciudad. Se puede apreciar la conjunción de diversas corrientes artísticas enriquecidas con elementos propios de la cultura cubana.

La provincia consta de 15 municipios totalmente urbanos, ellos son: Playa, Plaza de la Revolución, Centro Habana, Habana Vieja, Regla, Habana del Este, Guanabacoa, San Miguel del Padrón, Diez de Octubre, Cerro, Marianao, La Lisa, Boyeros, Arroyo Naranjo y Cotorro.

La Habana Vieja fue declarada monumento nacional por el Gobierno Cubano en 1976 y Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Unesco en 1982.

### Los principales elementos identitarios de la ciudad son:

- La Giraldilla
- El Malecón Habanero
- El Morro y La Cabaña
- El Capitolio
- La Catedral
- El Memorial José Martí y la Plaza de la Revolución
- El Paseo del Prado
- El Cementerio de Colón
- La Universidad de La Habana
- El Caballero de París
- El Equipo de Béisbol Industriales

### Las principales tradiciones de la capital son:

- El cañonazo de las 9:00 p.m.
- El Festival de Cine Latinoamericano
- El Carnaval de La Habana
- Las vueltas a la ceiba del Templete
- La Feria del libro
- La marcha de las antorchas

### Convivencia funcional:

La identidad del Canal Habana convive en el contexto televisivo con los identificadores de los otros cuatro canales nacionales (Cubavisión, Telerebelde, y los dos Canales Educativos). Además, se captan las señales de dos telecentros territoriales.

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos

### FACTORES

Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

# USO

## Intensidad:

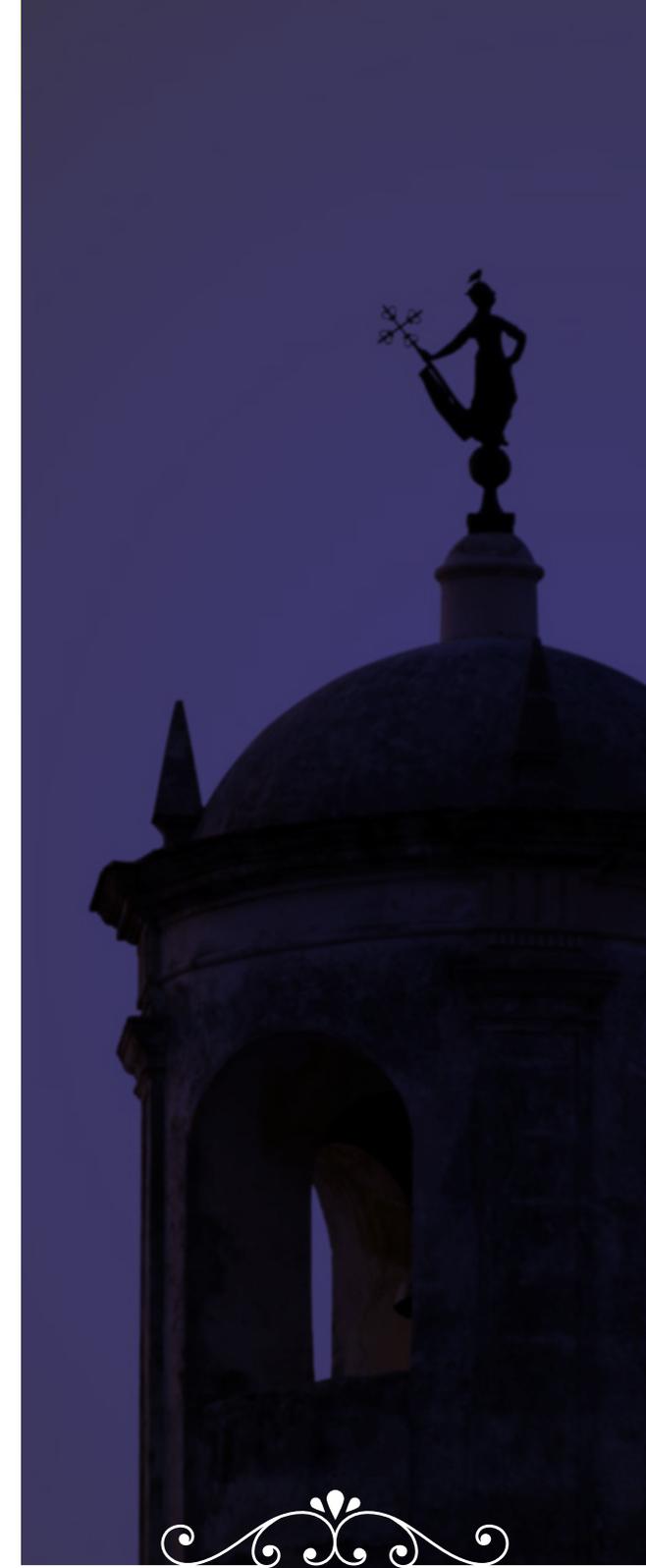
Un estudio realizado por el Centro de Investigaciones Sociales del ICRT, plantea que específicamente en la región de La Habana los horarios de la tarde, la audiencia representa un 38 % del total, y en los horarios nocturnos puede llegar a ascender hasta un 89.2 %. (informe realizado en 2012). La teleaudiencia aumenta en el horario nocturno mayormente por la transmisión de espacios preferidos por el público de la capital como son las novelas y programas musicales.

## Modo de uso:

Canal Habana se consume a través de la señal abierta de TV. Las aplicaciones no audiovisuales de la identidad que se utilizan hoy, son la papelería, el parque automovilístico, alguna promoción impresa y los pulóveres que se muestran en el programa Coordinadas.

Las aplicaciones promocionales pueden ser usadas por diferentes usuarios, esto dependerá de la decisión de los directivos.

Actualmente, y por motivos de la celebración del décimo aniversario del canal, se realizó una campaña en donde se desarrollaron varios soportes promocionales que complementan a los que están establecidos, pero con el hándicap de ser efímeros, ya que tienen un uso específico dentro de las celebraciones en el año de su décimo aniversario.



## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos

### FACTORES

Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

# USO

## Condiciones de uso:

**Usabilidad:** Podemos definir la usabilidad como la medida en la que un producto se puede usar por determinados usuarios para conseguir objetivos específicos con efectividad, eficiencia y satisfacción en un contexto de uso especificado.

**Efectividad:** Precisión con la que los usuarios alcanzan sus objetivos.

**Eficiencia:** Velocidad con la que los usuarios pueden realizar las tareas previstas.

**Satisfacción:** Comodidad y aceptación del sistema por parte de sus usuarios.

Los usuarios al consumir los productos digitales lo hacen a través de interfaces tanto físicas como virtuales y dan lugar a lo que se conoce como la interacción persona-ordenador (IPO). Esta disciplina estudia las características del intercambio de información entre las personas y los ordenadores.

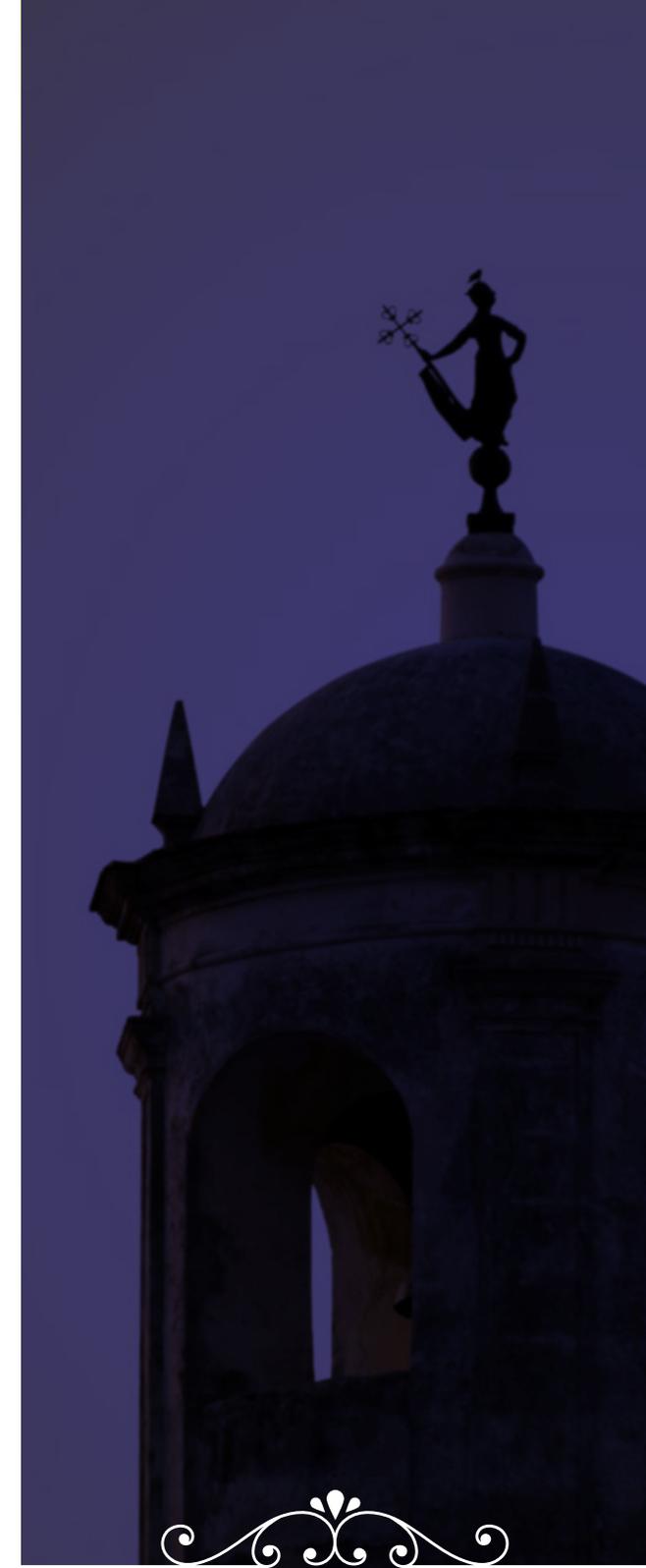
## ELEMENTOS QUE INFLUYEN EN EL MODO DE USO:

**Interfaz gráfica de usuario:** Componente de una aplicación informática que el usuario visualiza y a través de la cual opera con ella. Está formada por ventanas, botones, menú, e iconos. Con la metáfora del escritorio se genera un “espacio físico-virtual” donde este último imita al físico cada vez con mayor perfección, en el cuál se manipula, se mueve y se organiza la información. Generalmente tendemos a crear la tridimensionalidad y esperamos que posea los mismos criterios de usabilidad y ergonomía que el espacio físico, para poder interactuar cómodamente en él.

La interfaz gráfica constituye un recurso potente que posibilita al usuario relacionar de forma intuitiva, a través de signos, elementos y funciones del sistema que de otro modo serían bastante complejas de entender y ejecutar.

Para lograr una interfaz ergonómica se hace necesario incidir sobre determinados elementos que determinarán el grado de efectividad de la misma:

Tipografía  
Color  
Iconos  
Menús  
Navegabilidad  
Diagramación de la información  
Ubicación de los elementos en pantalla



## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos

### FACTORES

Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

# USO

## Usabilidad y navegabilidad web

### ATENCIÓN

Los usuarios prefieren desplazarse a lo largo de la página a tener que acceder a otra para continuar la lectura de un artículo extenso, siempre y cuando este sea de su interés. Aún así la información más importante para el usuario debe encontrarse en la zona superior de la página. La parte más importante de la página se localiza en el área superior izquierda, ya que es justo ahí donde se fija la vista en cuanto el usuario visita un sitio. La lectura se hace de izquierda a derecha, de arriba hasta abajo, evitando el desplazamiento horizontal.

### LECTURA

Las personas raramente leen las páginas palabra por palabra; en cambio, examinan la página, escogiendo palabras individuales y frases e ignoran los banners de publicidad.

### VENTANAS POP-UPS

Se usan con la teoría de que mantienen a los usuarios en el sitio. Pero además del mensaje hostil que va implícito en la apropiación de la máquina del usuario, desactivan el botón "Atrás" del navegador, que es la forma normal en que los usuarios vuelven a las páginas visitadas anteriormente.

### IMÁGENES

Los usuarios prestan atención a las imágenes que muestran contenido pertinente con la tarea que desean realizar, ignorando las completamente decorativas que no agregan información real a la página. También se sienten atraídos por las imágenes que muestran a las personas reales asociadas a la institución que representa el sitio web.

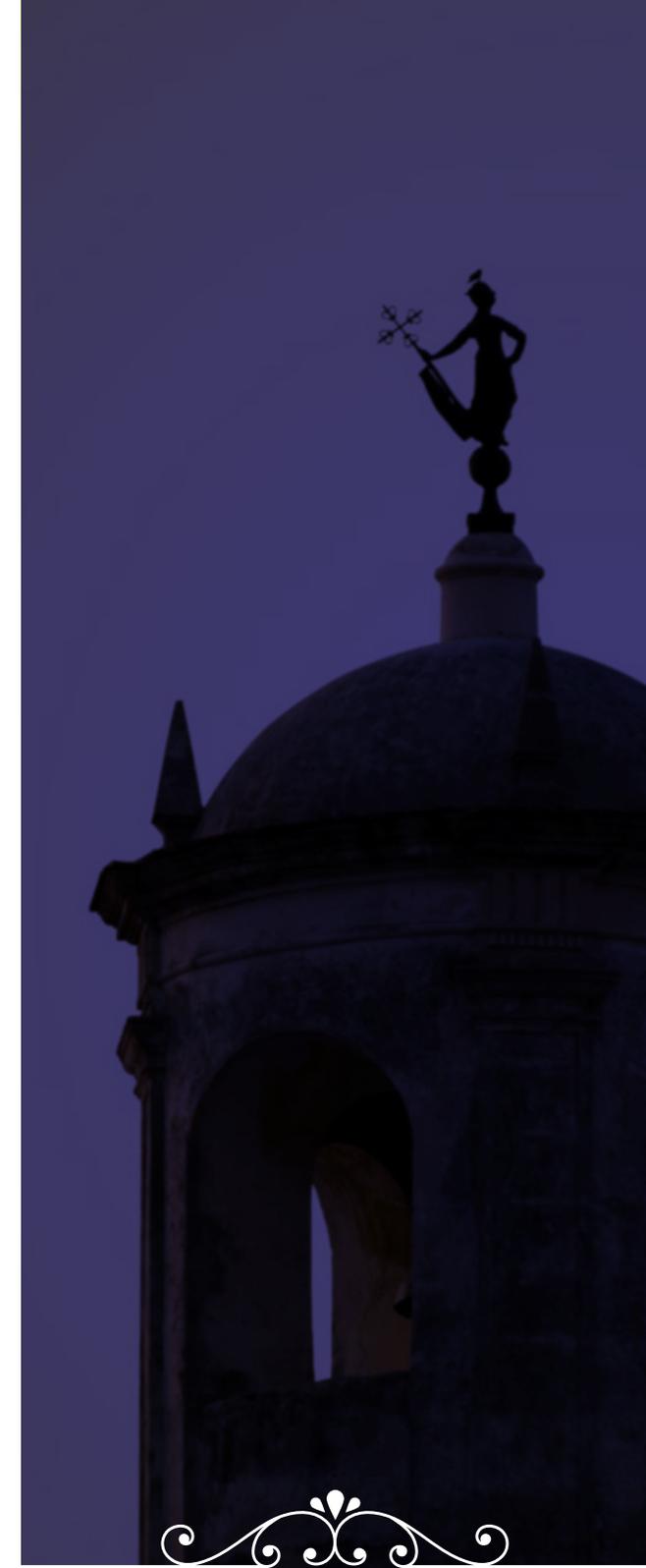
### MENÚS DESPLEGABLES

Conservan el espacio de la pantalla y los usuarios saben tratar con ellos cuando ellos los encuentran.

### ÍCONOS

Son signos esquemáticos que se emplean en la interfaz del escritorio y se inspiran en otros desarrollados en la comunicación gráfica de las señales y signos que están codificados por la cultura occidental hasta el día de hoy.

Los íconos pueden ser de las siguientes medidas: 128 px, 72 px, 64 px, 48 px, 32 px, 24 px, 16 px.



## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos

## FACTORES

Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

# USO

## USUARIO:

### Público externo:

Se define como público externo a la audiencia del canal. Todas las edades desde niños hasta la tercera edad. Como se sabe su programación es de carácter general, por lo que consume todo tipo de público.

El Canal Habana, como telecentro regional, cuenta con la mayor teleaudiencia de todo el país (centro de investigación del ICRT 2011) con casi dos millones quinientos mil habitantes. Tras una encuesta realizada a los sectores sociales definidos por el departamento de investigaciones del Canal Habana, un 53 % de la población encuestada está de acuerdo con los principios e ideas del canal.

La Habana es una ciudad cosmopolita, de emigrantes, con gustos más refinados por el acceso que tiene a los grandes eventos culturales, deportivos, sociales, etc., que ocurren dentro de ella.

El Canal Habana sale al aire diariamente entre 8 y 10 de la mañana aproximadamente, con un spot de inicio del canal y luego una cartelera la cual le brinda al tele-espectador un resumen de la programación que mostrará ese día, y a su cierre nos brinda la cartelera del próximo día.

### Público interno:

Se define como público interno al personal que trabaja en, o para el canal.

Dentro de la programación del canal existen horarios de mayor rating debido a la demanda de programas con un alto nivel de consumo por parte de la audiencia, por esta característica se realizó un análisis del reparto de la programación diaria el cual arrojó una idea de los horarios de mayor abundancia de espectadores para el canal.

Además, el canal tiene la capacidad de producir sus propios programas, muchos de los cuales son proyectados en canales de alcance nacional, por lo que no debe desestimarse el público extendido que posee el canal.



# FUNCIÓN

## CANAL HABANA:

Con diversidad de programas que van desde informativos, cinematográficos, deportivos, etc., logra mantener al público habanero informado, entretenido y a su vez brinda un diapasón muy amplio de programación cultural para todas las edades.

Según el departamento de información del centro de investigaciones del ICRT, un 83,2 % del total de la población capitalina consume el Canal Habana entre los horarios de 10:00 pm y 11:30 pm por lo que se considera este un horario óptimo dentro de su programación y preferencia.

El horario de menos consumo, con un 23 % del total es el de 4:00 pm a 5:00 pm, debido a que aún no ha concluido la jornada laboral. Además, los niños y jóvenes muestran preferencia por la programación infantil que se proyecta a ese mismo tiempo por los canales nacionales.

## FUNCIÓN COMUNICATIVA:

La función principal de la Identidad Visual y de todas las soportes de comunicación visual que se diseñarán, será representar al canal y reflejar el carácter del mismo con eficiencia comunicativa, logrando el reconocimiento de su público.

## FUNCIÓN PRÁCTICA:

### APLICACIONES IMPRESAS:

Las aplicaciones impresas tienen la función de mostrar de forma clara a qué institución corresponden y hacen extensiva su imagen corporativa a todos los que interactúen con ellas.

### Ejemplos de aplicaciones impresas:

Papelería administrativa  
Solapines  
Tarjetas de presentación  
Certificados  
Reconocimientos  
Invitaciones  
Label de CD  
Elementos de uso técnico  
Micrófono  
Parque automovilístico.

El equipamiento técnico y los soportes audiovisuales (casetes) deben estar visiblemente identificados para mantener el control sobre los mismos.

### APLICACIONES PROMOCIONALES:

El canal cuenta con los siguientes espacios promocionales: distribuyen plegables, participan en eventos, publican la cartelera en el periódico Tribuna de La Habana. Además cuenta con espacios como Hola Habana los cuales realizan promoción de los eventos que ocurren durante la semana.

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos

## FACTORES

Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA



# FUNCIÓN

## RECURSOS FUNCIONALES:

Para definir las características funcionales de un producto primero se deben abarcar los conceptos que lo identifican. Después de una exhaustiva revisión bibliográfica se tomaron las siguientes convenciones:

### Interfaz de usuario

Medio donde el usuario puede comunicarse con una máquina, un equipo o una computadora, y comprende todos los puntos de contacto entre el usuario y el equipo. Normalmente suelen ser fáciles de entender y fáciles de accionar.

### Interactividad

Capacidad del receptor para controlar un mensaje no lineal hasta el grado establecido por el emisor, dentro de los límites del medio de comunicación asincrónico. Es el diálogo entre un ser humano y un programa de ordenador.

## RECURSOS FORMALES:

### Arquitectura de la información

Permite al usuario encontrar su vía de navegación hacia el conocimiento y la comprensión de la información, cuyas concepciones cardinales parten del Diseño de Información y Diseño de la Navegación.

## COMPONENTES

### Sistemas de organización de la información

Definen las características comunes de los elementos del contenido, las relaciones entre los grupos de contenido y los elementos que lo integran e influyen en el modo en que se agrupan esos elementos.

## SISTEMA DE ETIQUETADO

Las etiquetas permiten representar un conjunto de información dentro de un sitio. Describen o designan los elementos que integran el sistema de navegación agrupando los contenidos por temas y estructurando los mismos de forma

lógica y funcional, respondiendo a los intereses del usuario. El etiquetado de las secciones es de suma importancia, y se divide por tipología de sistema:

Textual: existen títulos ya convencionales que se han popularizado y resultan familiares a muchos usuarios: (buscar, home, ayuda).

Icónico: los que pueden representar información tan bien o mejor que los textos, siempre y cuando respondan al concepto ajustadamente.

Mixto: es la unión de los elementos textuales e icónicos en una sola etiqueta.

## SISTEMA DE NAVEGACIÓN

Se emplea para trazar el curso del usuario en su proceso de consulta, determinar su posición y hallar el camino de regreso. Aportan sentido de contexto y comodidad. Está compuesto por elementos de interacción entre el usuario y el sistema, enlaces y tipos de enlaces entre los nodos, agrupación de los nodos por categorías o propiedades, y respuestas del sistema ante peticiones del usuario.

Una vez definida la arquitectura, debemos implementar los elementos de interacción en la aplicación multimedia: enlaces, opciones o menús de navegación, componentes de interacción (botones, cajas de texto).

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos

## FACTORES

Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA



# FUNCIÓN

## **Etiquetas de navegación**

Comenzar: Abrir su sesión como usuario de una web.

Terminar: Cerrar su sesión como usuario de la web en que se encuentra.

Anterior  
Siguiete

**Etiquetas de enlaces (hot words):** Pueden encontrarse dentro de párrafos o cuerpos de texto y sirven para que el usuario se navegue a través de ellas.

**Etiquetas de cabeceras o títulos:** Se utilizan para encabezar los bloques de información. Hacen el papel de títulos o subtítulos.

## **Etiquetas del sistema de indización**

**(metadatos):** Son invisibles para el usuario. Desempeñan un papel de suma importancia en la representación del contenido de las páginas para la representación de estas en los motores de búsqueda.

## **Tipos de sistemas de navegación:**

**Jerárquicos:** a través de la organización jerárquica de los contenidos. Se organiza la navegación, guiando a los públicos dentro de un sistema de relaciones cerradas.

**Globales (SNG):** buscan la posibilidad de navegación tanto a lo profundo como a lo largo de la multimedia. Permiten navegar desde y hacia todos los elementos de la multimedia.

**Locales (SNL):** sistema de navegación propio de un módulo o subsitio, se utiliza en casos complejos donde sea necesario desarrollar una navegación específica.

**Específicos (SNE):** es más una característica editorial que de arquitectura. Se emplean

cuando no es posible clasificar las relaciones entre las páginas.

La interacción usuario-multimedia debe poder realizarse con la menor carga cognitiva para el usuario, por lo que se recomienda:

Evitar la sobrecarga memorística: los menús o barras de navegación deben contener un máximo de 7 opciones diferentes.

El usuario debe poder predecir la respuesta del sistema ante su acción; para ello el nombre de los enlaces y componentes de interacción debe ser significativo y preciso. Los globos de texto pueden ser de mucha utilidad en este sentido.

Se debe ofrecer asistencia al usuario en procesos de interacción complejos (formularios, etc...).

Los mensajes de error deben ser explicados de forma clara y no alarmista, indicando al usuario vías alternativas para resolver el problema.

## **SISTEMA DE BÚSQUEDA:**

Es el diseño de sistema de búsqueda que requiere numerosos aspectos que permitan determinar las razones que ameriten su implementación.

## **En la página de resultados se debe:**

Incluir la expresión de búsqueda que se utilizó.  
Destacar la cantidad total de documentos.

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos

## FACTORES

Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

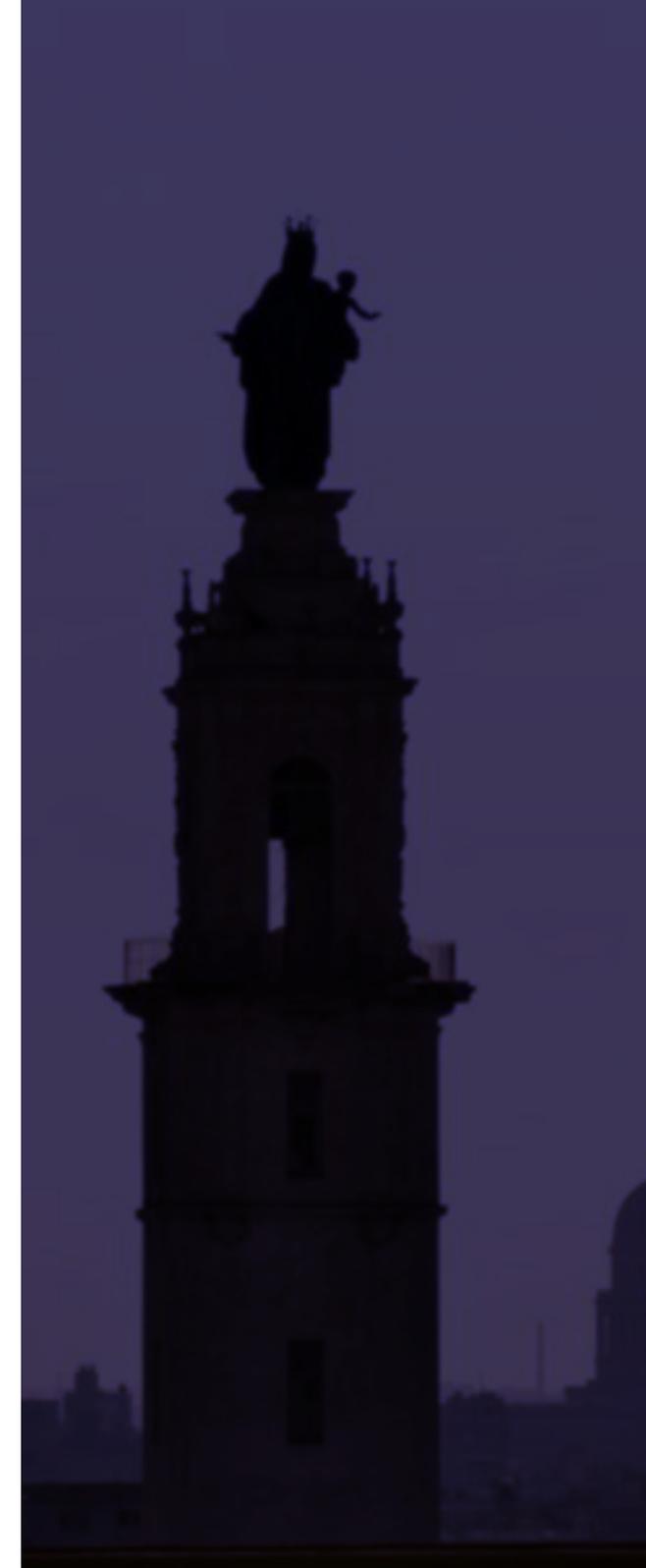
## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA



## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos

### FACTORES

Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

# FUNCIÓN

Informar al usuario en qué lugar del conjunto de documentos encontrados (Ej: página 2 de 5).

Brindar la posibilidad en cada página de resultado, de realizar o iniciar una nueva búsqueda.

### GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN

Como actividad, es el conjunto de acciones que las personas realizan con el fin de obtener, organizar, mantener y reencontrar piezas de información como documentos digitales, páginas web y mensajes electrónicos para completar tareas personales o laborales de la vida cotidiana y cumplir con diversas responsabilidades (familiares, laborales, sociales o comunitarias).

Como disciplina, se ocupa de estudiar esas acciones para hallar el mejor modo de asegurar que un documento o un canal de información, una vez localizado, volverá a estar disponible cuando haga falta.

### DIAGRAMACIÓN

En el caso de productos interactivos con interfaz, la diagramación consiste en especificar cuál será la organización y estructuración visual de los diferentes elementos.

### INTERFAZ GRÁFICA DE USUARIO

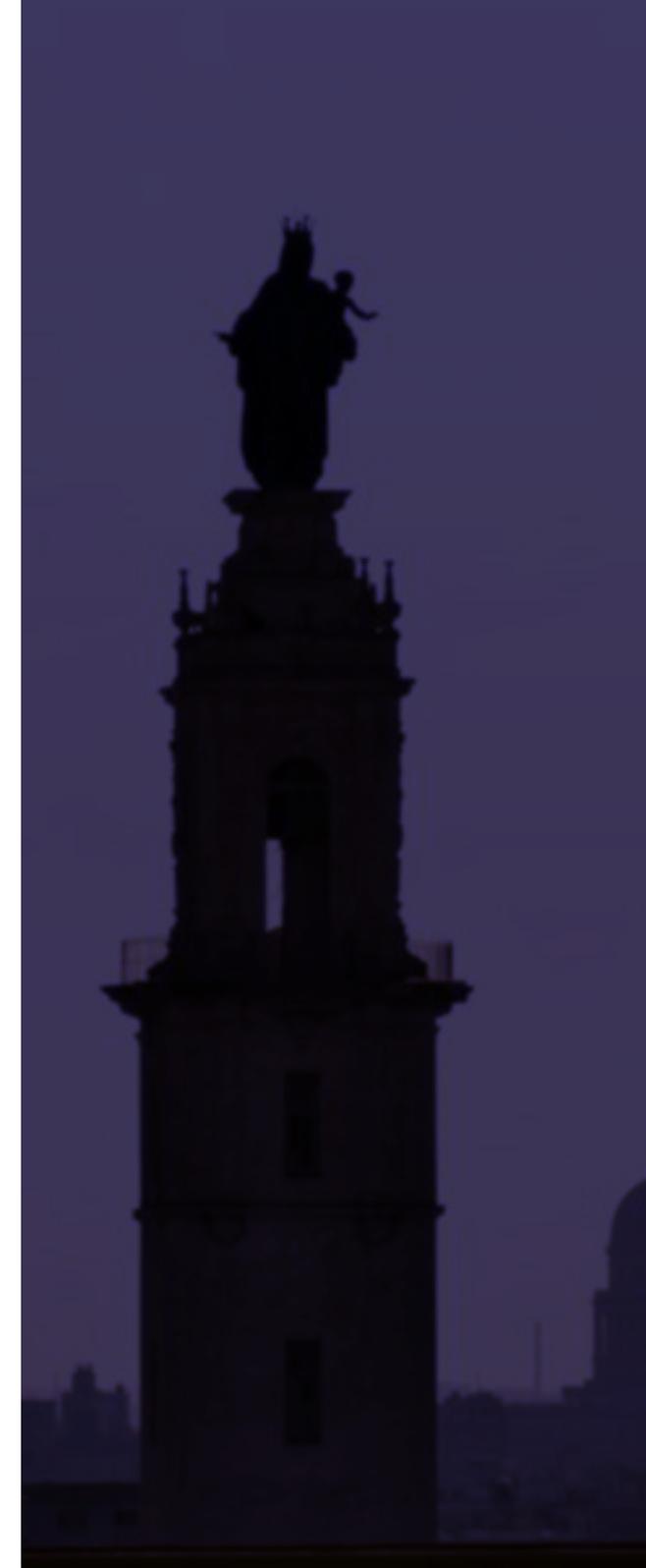
Las interfaces básicas de usuario son aquellas que incluyen elementos como menús, ventanas, teclado, ratón, los “beeps” y algunos otros sonidos que la computadora hace, en general, todos aquellos canales por los cuales se

permite la comunicación entre el hombre y la computadora:

la mejor interacción hombre - máquina a través de una adecuada interfaz (Interfaz de Usuario), que le brinde tanto comodidad, como eficiencia. Dentro de las Interfaces de Usuario se puede distinguir básicamente dos tipos:

Una interfaz de hardware: es un conjunto de controles o dispositivos que permiten que el usuario intercambie datos con la máquina, ya sea introduciéndolos (teclado, ratón, botones, pulsadores) o leyéndolos (pantalla, medidores, marcadores).

Una interfaz de software: destinada a entregar información acerca de los procesos y herramientas de control, a través de lo que el usua-



# MERCADO-LÓGICO

## Nacionales:

El Canal Habana es uno de los siete canales nacionales con que cuenta el país, pertenecientes al Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT). Lo cual implica que la mayoría de dichos canales no tengan un sitio web propio, además de las limitaciones de conexión a internet que presentan la mayoría de los cubanos. Frente a la ausencia de varios referentes de sitios web de canales de televisión, se hace un estudio de sitios web de instituciones de alta importancia en la sociedad cubana, vinculados siempre al área de la comunicación, informatización y di-

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
FACTORES  
Requisitos

3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
Sitio web  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA

Cuba • Prensa Cubana • Consejo Editorial • Red 28 • Blog

**CUBADEBATE**  
Cadena de Ferramentas Médicas

NOTICIAS • Se reúne Díaz-Canel con Primer Ministro de Japón y otras autoridades

NOTICIAS SOCIEDAD • Miño de cinco años descubre en su gominola un paquete de drogas

CUBA REFLEXIONES DE CULTURA ESPECIALES NOTICIAS OPINIÓN FOTOREPORTAJES LA COLETILLA LIBROS LIBRES

POLÍTICA ECONOMÍA EDUCACIÓN DEPORTES SALUD CIENCIA Y TECNOLOGÍA MEDIO AMBIENTE MEDIOS MILITAR INTELIGENCIA SOCIEDAD

## EL CARIBE QUE NOS UNE

**NOTICIAS POLÍTICA** • Instalado Consejo de Ministros de la Asociación de Estados del Caribe (+ Fotos y Video)  
3 junio 2016 | 1

**NOTICIAS POLÍTICA** • Cancilleres de la AEC proponen declaración de respaldo a Venezuela: Zamora  
3 junio 2016 | 1

**NOTICIAS POLÍTICA** • Embajador de Venezuela ante la OEA: "Almagro es un gran responsable"  
3 junio 2016 | 10

**CUMBRE DE LA ASOCIACIÓN DE ESTADOS DEL CARIBE**  
3 junio 2016 | 1

**VENEZUELA: LA OEA ES COSA DE RISA**  
3 junio 2016 | 1

**RELACIONES CUBA-BOLIVIA**  
3 junio 2016 | 1

**OPINIONES**  
3 junio 2016 | 1

**DECLARACIÓN DEL Ministerio de Relaciones Exteriores: Venezuela libra batalla victoriosa en la OEA**  
3 junio 2016 | 1

**OPINIONES: Los nuevos medios**  
3 junio 2016 | 1

**OPINIONES: Como lo veo ahora**  
3 junio 2016 | 1

**OPINIONES: El primer vicepresidente cubano se reúne con Canciller japonés y visita la corporación Panasonic**  
3 junio 2016 | 1

**OPINIONES: Legatario Muhammad Ali se encuentra en estado grave**  
3 junio 2016 | 1

El todo y la fibrosa de Cuba Posible  
Por: Venel Cabrera Osorio  
1 junio 2016 | 1

Hay nos presenten con pasmosa naturalidad a la organización Open Society (Ciudad Abierta), como una cartolina e indefensa organización que fancia y acoge a un minúsculo grupo de personas que desde esta isla fueron a debatir en Nueva York el futuro de Cuba, entre escarpetas y empujados. Es imposible hablar de la Open Society, sin mencionar su dueño: George Soros. La fundación fue anticomunista y coprotagonista de un debate promovido por Cuba Posible en Nueva York.

**NOTICIAS DEPORTES** • Arranca hoy la Copa América de Fútbol  
3 junio 2016 | 27 | 1

**NOTICIAS DEPORTES** • Nadie sabe antes del sorteo que la serie A de la Copa América Centenario de Fútbol será la de la muerte, mucho menos que en dos jornadas se veían los primeros lujos al final del sorteo. Esta noche debutan Colombia y Estados Unidos, a priori favoritos para dominar la Copa, pero ni Costa Rica ni Paraguay van a vender bruto la porfía, una deflata que se verá el sábado en el Citrus Bowl de esta ciudad turística de la Florida.

**NOTICIAS SALUD** • Científicos alemanes avanzan en vacuna universal contra el cáncer  
3 junio 2016 | 6 | 1

**NOTICIAS DEPORTES** • La fiscalía excusa a Messi pero no a su padre  
3 junio 2016 | 39 | 1

**NOTICIAS ECONOMÍA** • El Caribe es el principal mercado de Cuba en América Latina, asegura experto en Cumbre de la AEC  
3 junio 2016 | 1

**NOTICIAS POLÍTICA** • EEUU: Persiste violencia en campaña electoral  
3 junio 2016 | 2 | 1

**NOTICIAS** • La Tira de los lectores: Patrimonio Geológico de Cuba Central  
3 junio 2016 | 14 | 1

**NOTICIAS DEPORTES** • Golden State da el primer golpe en final de la NBA  
3 junio 2016 | 14 | 1

**OPINIÓN POLÍTICA** • "Palabras a los intelectuales" y los peligros de una guerra cultural  
3 junio 2016 | 19 | 1

**OPINIÓN POLÍTICA** • "Palabras a los intelectuales" se cimenó con un instrumento para volver a pensar a él y acudir a ese potencial de intelectuales, artistas, académicos, jóvenes con que cuenta la nación para defendernos de esa guerra cultural que, en su sentido más amplio, Cuba está librando frente a las campañas de desinformación política promovidas por círculos de poder imperialistas, así como los intentos por

**LAS RAZONES DE CUBA**  
MESA REDONDA  
LA VICTORIA ESTRATÉGICA  
Fidel Castro Ruz

**COLUMNAS**  
• La Tira de los Lectores  
• Foro Debate  
• Bitáe 3  
• Crónicas de Ambury  
• Con Punto y aparte  
• La Opinión del Lector  
• La Opinión Agrícola  
• Ciudadanías  
• La imagen del día  
• Con Humor

**AUTORES MÁS PUBLICADOS**  
• Michel Contreras  
• Fidel Castro Ruz  
• Rosa Meam Estabate  
• Hugo Ríos  
• Leonardo Otero  
• Laydner Pérez  
• Yalson Santos  
• Randa Alonso Falcón  
• Ismael Francisco  
• Angel Cuervo Cabrera  
• Juan Carlos Alarcón  
• Pablo Montalvo  
• Isael Sánchez  
• David Brooks  
• Paula Armas Fariña

# MERCADO-LÓGICO Nacionales:

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
**FACTORES**  
Requisitos

3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
Sitio web  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA

The screenshot shows the 'Portal de la Tv Cubana' website. It features a header with navigation tabs like 'PORTADA', 'CUBA', 'INTERNACIONALES', 'OPINIÓN', 'CUBA EN EL MUNDO', 'CUBA Y LA TECNOLOGÍA', 'DEPORTES', 'COLUMBIAS', and 'SUSCRIPCIÓN'. The main content area is divided into several sections: 'La producción de televidios en Cuba y su contexto', 'ACORDEON', 'Proximamente', 'LA COLUMBIA', 'COMPARTIR EN LAS REDES SOCIALES', 'LA TV CUBANA Y SU HISTORIA', 'ARTISTAS DE LA CUBANA', 'SUBIENDO AL 6', 'ARTÍCULO', 'GALERÍA DE FOTOS', and 'OTROS TEMAS DE INTERÉS'. Each section contains text, images, and video thumbnails.

The screenshot shows the 'JUVENTUD rebelde' website. The header includes 'DIARIO DE LA JUVENTUD CUBANA' and navigation tabs like 'PORTADA', 'CUBA', 'INTERNACIONALES', 'OPINIÓN', 'CUBA EN EL MUNDO', 'CUBA Y LA TECNOLOGÍA', 'DEPORTES', 'COLUMBIAS', and 'SUSCRIPCIÓN'. The main content area features several news articles with images and headlines, such as 'Inaugura canciller cubano Consejo de Ministros de la AEC', 'Declaración del Ministerio de Relaciones Exteriores', 'Destaca Díaz-Canel lazos entre Cuba y Japon', 'Continúan llegando a La Habana líderes caribíeros para la VII Cumbre de la AEC', 'La Universidad de La Habana de pie con Fidel', 'Preparan funerales del Presidente saharauí', 'Dilma Rousseff: los golpistas intentan destruir la democracia', 'Pueblos indígenas respaldan la Revolución Bolivariana', 'Lejos de la taquilla', 'Elsa del Diamante Premio sin altura', '¿Cómo contar la historia?', 'NOV. EN LA META REDOBIDA', 'La auténtica película del Caribe', and 'Jolgorio para Polo Montañez'. A sidebar on the right contains 'OPINIÓN', 'COLUMBIAS', 'SUSCRIBIRSE A LOS BOLETINES DE IR', 'GALERÍA DE FOTOS', 'OTROS TEMAS DE INTERÉS', and 'LA VIDA EN LAS MANOS'. The footer includes 'CARTERA', 'SUSCRIBIDOS DE IR', and 'LA VIDA EN LAS MANOS'.

The screenshot shows the 'EcuRed' website. The header includes 'EcuRed' and navigation tabs like 'PORTADA', 'CUBA', 'INTERNACIONALES', 'OPINIÓN', 'CUBA EN EL MUNDO', 'CUBA Y LA TECNOLOGÍA', 'DEPORTES', 'COLUMBIAS', and 'SUSCRIPCIÓN'. The main content area features several news articles with images and headlines, such as 'Formar desde temprano el amor por el trabajo', 'Una región unida ante los desafíos climáticos', 'La juventud por el respeto a la soberanía de Venezuela', 'Reducen tarifas de transporte de carga general en camiones y contenedores', 'Obama se expresa acerca de los candidatos presidenciales en EE.UU.', 'Muestran logros de Cuba en Encuentro Internacional de la Juventud Trabajadora', 'Eusebio, el honor de salvar el patrimonio', '¿Te gusta el Blanco y Negro?', 'MALIBIA', 'FOTOGRAFÍAS', 'OTROS TEMAS DE INTERÉS', and 'LA VIDA EN LAS MANOS'. A sidebar on the right contains 'OPINIÓN', 'COLUMBIAS', 'SUSCRIBIRSE A LOS BOLETINES DE IR', 'GALERÍA DE FOTOS', 'OTROS TEMAS DE INTERÉS', and 'LA VIDA EN LAS MANOS'. The footer includes 'CARTERA', 'SUSCRIBIDOS DE IR', and 'LA VIDA EN LAS MANOS'.

# MERCADO- LÓGICO Nacionales:

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
**FACTORES**  
Requisitos

3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
Sitio web  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA

1.NECESIDAD  
 Cliente  
 Necesidad  
 Validación  
 Condicionantes  
 Estrategia

2.PROBLEMA  
 Problema  
 Objetivos  
**FACTORES**  
 Requisitos

3.CONCEPTO  
 Definiciones  
 Premisas  
 Alternativas  
 Variantes  
 Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
 Sitio web  
 Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

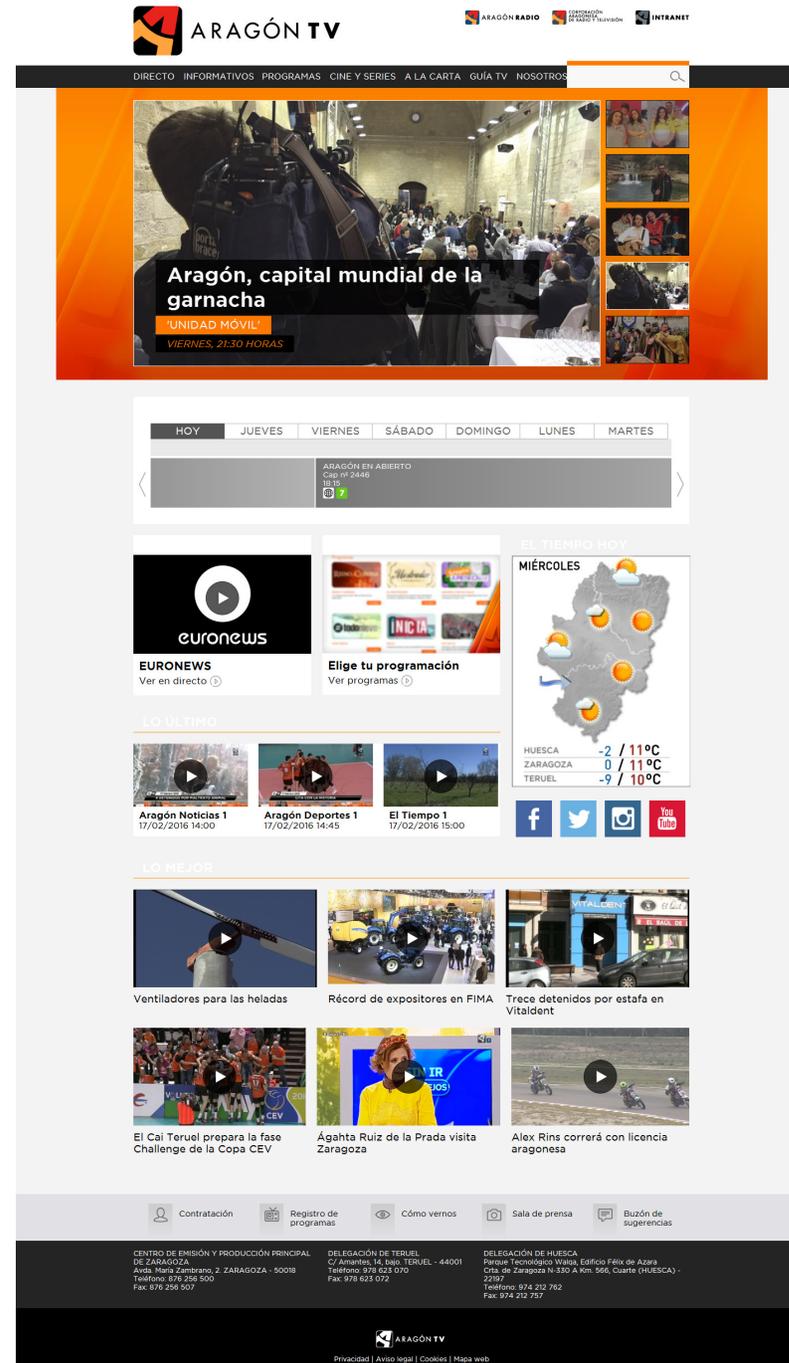
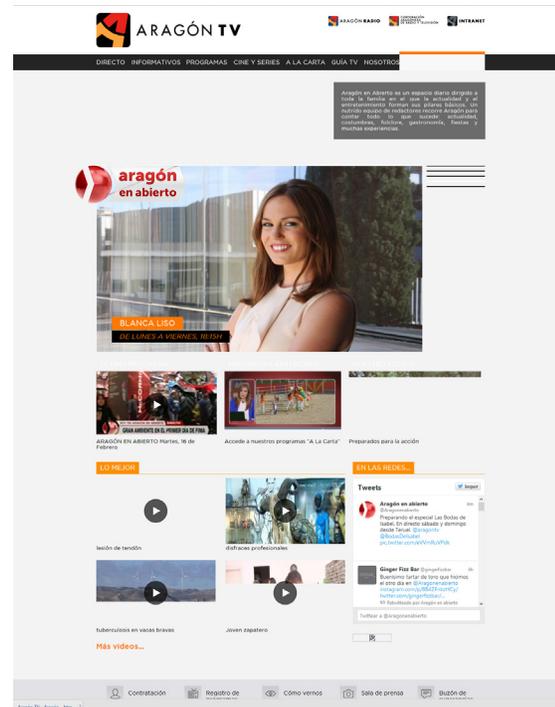
7.BIBLIOGRAFÍA

# MERCADOLÓ- GICO

## Internacionales:

Se tuvieron en cuenta para determinar las tendencias en la utilización de recursos gráficos y rasgos de estilo los siguientes criterios:

Estructura de las páginas (cabezal, contenido, pie de página)  
 Código Tipográfico  
 Código Cromático



1.NECESIDAD  
 Cliente  
 Necesidad  
 Validación  
 Condicionantes  
 Estrategia

2.PROBLEMA  
 Problema  
 Objetivos  
**FACTORES**  
 Requisitos

3.CONCEPTO  
 Definiciones  
 Premisas  
 Alternativas  
 Variantes  
 Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
 Sitio web  
 Aplicaciones

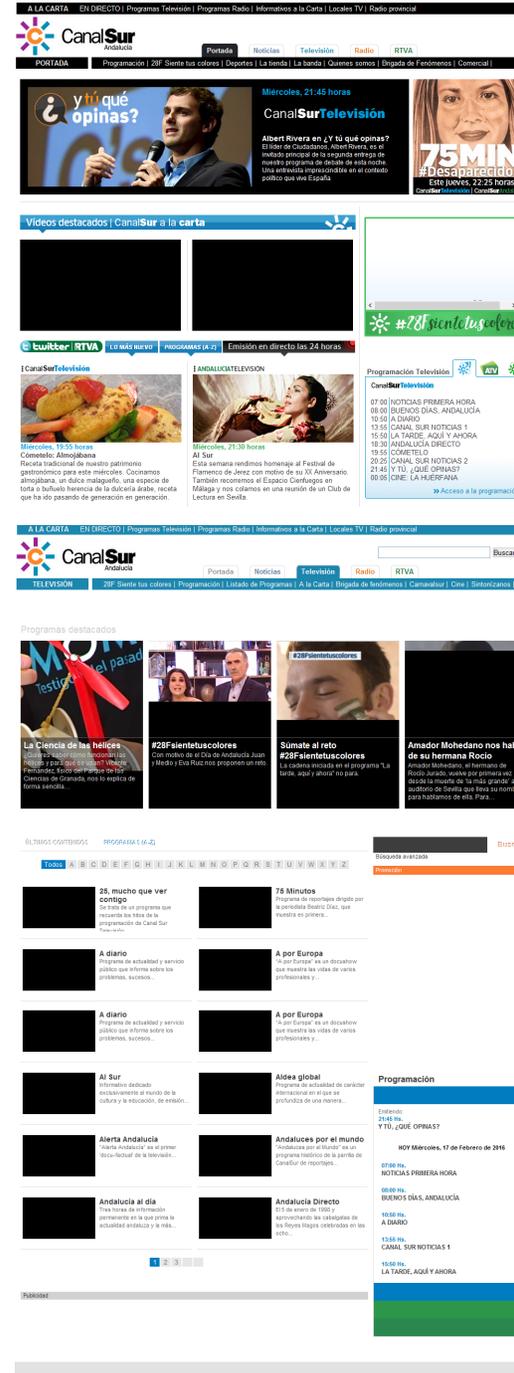
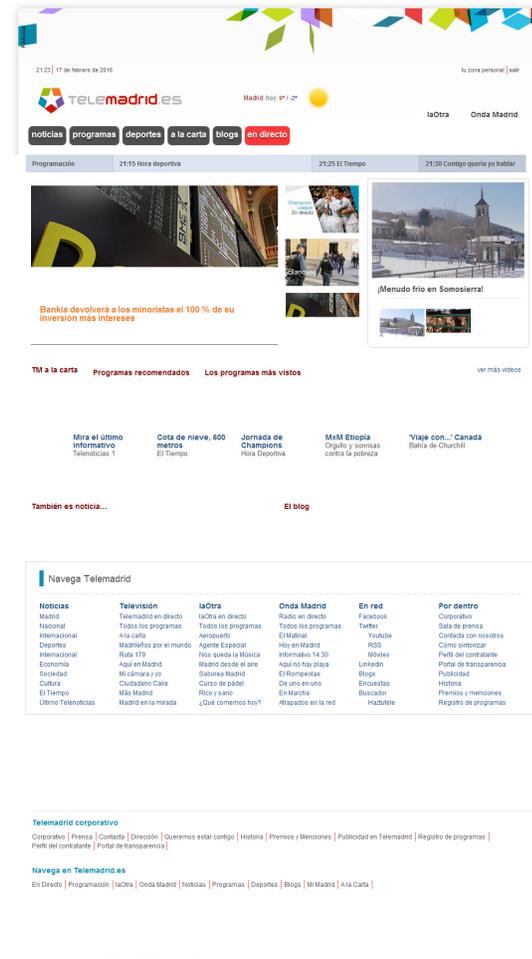
5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA

# MERCADOLÓ- GICO

## Internacionales:



## CABEZAL

- imagen + menú + buscador 44.4%
- menú + buscador 27.7%
- imagen + menú 16.6%
- imagen + buscador 11.1%

## CONTENIDO

- 3 columnas 55.5%
- 4 columnas 16.6%
- 6 columnas 27.7%

## PIE DE PÁGINA

- complejo 44.4%
- simples 55.5%

## CÓDIGO TIPOGRÁFICO

- sans serif 88.8%
- sans serif + serif 11.1%

## CÓDIGO CROMÁTICO

- simbólico 33.3%
- identidad 66.6%

# TECNOLOGÍ- CO

## Producción:

Un sitio web es un conjunto de páginas web, típicamente comunes a un dominio de Internet o subdominio en la World Wide Web en Internet.

Una página web es un documento HTML/XHTML accesible generalmente mediante el protocolo HTTP de Internet.

## Funcionamiento de la web:

El primer paso consiste en traducir la parte nombre del servidor de la URL en una dirección IP, usando la base de datos distribuida de Internet conocida como DNS.

Esta dirección IP es necesaria para contactar con el servidor web y poder enviarle paquetes de datos. El siguiente paso es enviar una petición HTTP al servidor web solicitando el recurso. En el caso de una página web típica, primero se solicita el texto HTML y luego es inmediatamente analizado por el navegador, el cual, después, hace peticiones adicionales para los gráficos y otros ficheros que formen parte de la página.

Las estadísticas de popularidad de un sitio Web normalmente están basadas en el número de páginas vistas o las peticiones de servidor asociadas, o peticiones de fichero, que tienen lugar.

Al recibir los ficheros solicitados desde el servidor web, el navegador renderiza la página como se describe en el código HTML, el CSS y otros lenguajes web.

Al final se incorporan las imágenes y otros recur-

sos para producir la página que ve el usuario en su pantalla. La mayoría de las páginas web contienen hiperenlaces a otras páginas relacionadas y algunas también contienen descargas, documentos fuente, definiciones y otros recursos web.

El sitio web está compuesto por 5 elementos básicos:

- Dominio
- Hosteo
- Correo Electrónico
- Página Web
- Aplicaciones (En algunos casos)

## Servidor web (Apache Linux)

Un servidor web es un ordenador que está conectado a la red el 100% del tiempo, tiene las características necesarias de capacidad y seguridad como para entregar el contenido del sitio web a la red. Los usuarios de la red solicitan contenidos al servidor en que se encuentra el sitio, pudiendo ver las páginas web.

## Lenguaje de programación (PHP)

Hypertext Pre-processor es un lenguaje de programación que tiene entre otros usos la creación de sitios web. Cumple con las características necesarias para la creación de sitios dinámicos y no estáticos de modo que no se debe cambiar el código del sitio cada vez que se realice una modificación en este. Existen múltiples utilidades para la web como foros, noticias, formularios, etc que se basan en PHP.

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos

## FACTORES

Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

# TECNOLOGÍ- CO

## Gestor de bases de datos (MYSQL)

Es un gestor de bases de datos, muy usado en aplicaciones web.

## Servicio de Hosting (ENET)

El servicio de Hosting es un servicio entregado por múltiples empresas en el mundo entero en el que entregan un espacio en un servidor web al que se puede tener acceso para "alojar" u "hospedar" el sitio web.

## Gestor de contenidos (CMS)

Un sistema de gestión de contenidos (en inglés-Content Management System, abreviado CMS) es un programa que permite crear una estructura de soporte (framework) para la creación y administración de contenidos, principalmente en páginas web, por parte de los administradores, editores, participantes y demás roles, es una aplicación informática usada para crear, editar, gestionar y publicar contenido digital multimedia en diversos formatos. El gestor de contenidos genera páginas web dinámicas interactuando con el servidor web para generarlas bajo petición del usuario, con el formato predefinido y el contenido extraído de la base de datos del servidor.

Esto permite gestionar, bajo un formato estandarizado, la información del servidor, reduciendo el tamaño de las páginas para descarga y reduciendo el costo de gestión del portal con respecto a un sitio web estático, en el que cada cambio de diseño debe ser realizado en todas las páginas web, de la misma forma que cada vez que se agrega contenido tiene que maquetarse una nueva página HTML y subirla al servidor web.

CMS más populares en el mercado Drupal: posee todas las funcionalidades básicas de un CMS pero además permite tener ambientes colaborativos, foros, Newsletters, Podcasting y galerías de imágenes. Drupal está escrito en PHP y SQL.

Textpattern: Es muy sencillo y flexible, se encuentra escrito en PHP y utiliza mysql para la base de datos.

Joomla: Es uno de los CMS más reconocidos y nos permite crear sitios web y aplicaciones online muy poderosas.

Nucleus: Está escrito en PHP y MySQL y nos da la posibilidad de manejar múltiples blogs para múltiples autores.

DotCMS: Se encuentra construido en Java, incluye ciertas funcionalidades como soporte para hosting virtual, contenido estructurado, clustering y funciona en múltiples bases de datos. Incluye RSS feeds, calendario AJAX, noticias, blogs, foros, motor de búsqueda incorporado, etc.

Al fresco: Es para Microsoft Windows y Unix. Está diseñado para usuarios que necesitan muchas funciones y escalabilidad. Se encuentra escrito en Java y posee integración de escritorio y completa de documentos.

Ploneç: Se encuentra escrito en Python. Todas sus funcionalidades son personalizables y en su sitio web hay extensiones gratuitas disponibles.

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos

## FACTORES

Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

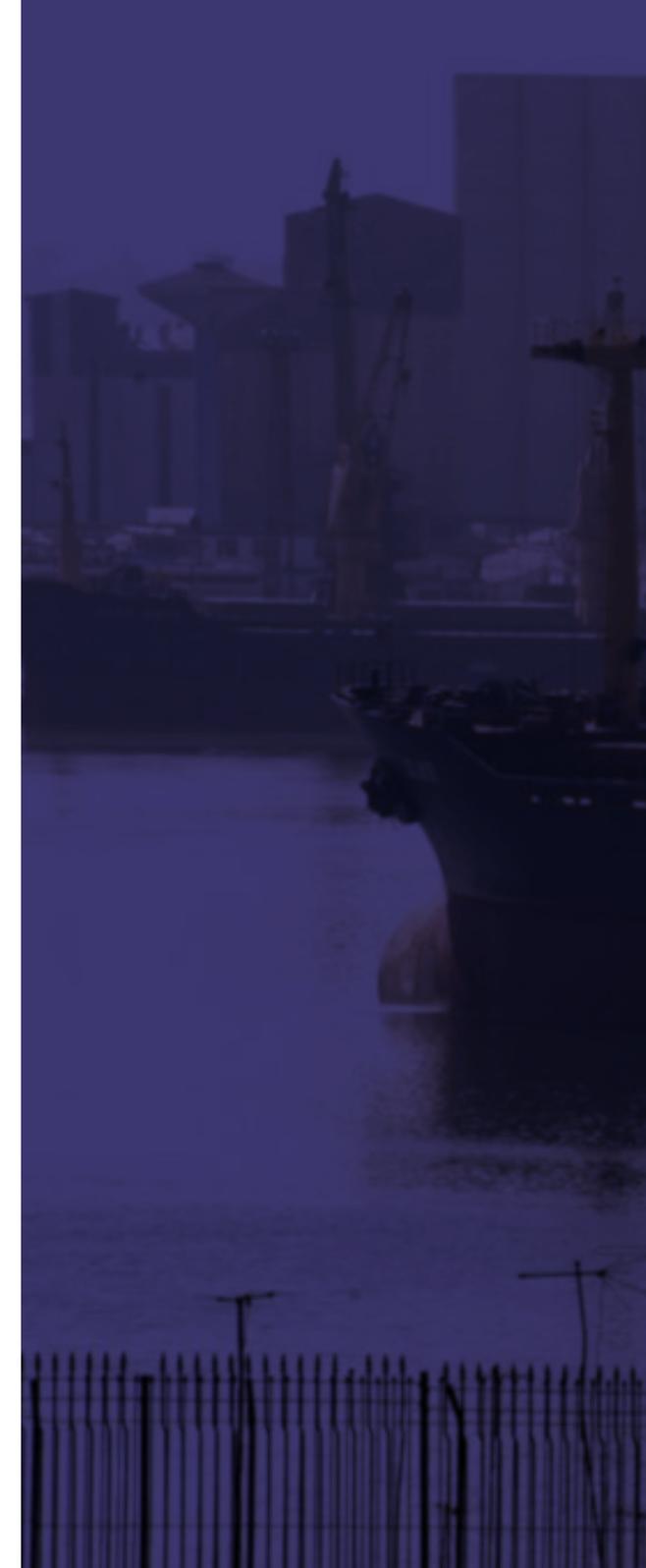
## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA



# TECNOLOGÍ- CO

**Mambo:** Está orientado a los negocios y es muy fácil de instalar y utilizar. Es completamente personalizable. Incluye noticias, secciones de servicios o productos completamente editables, editor de contenido WYSIWYG y administración de publicidades. **Diferior:** Es un CMS multipropósito que nos provee de todas las herramientas necesarias para publicar y organizar nuestro contenido. Es capaz de distribuir archivos vía protocolos BitTorrent, HTTP y FTP, posee foros incorporados y sistema de blogs.

**Symphony:** Es un CMS hecho para desarrolladores web, utiliza XSLT para proveer a los desarrolladores de gran flexibilidad.

**XpressionEngine:** Es un CMS flexible que requiere PHP 4+ y Mysql 3+. Es muy personalizable y fácil de utilizar. Posee una gran función de caché incorporada y hasta incluye un simple carrito de compra.

## Responsive design:

El diseño web adaptativo (Responsive Web Design) es una técnica de diseño y desarrollo web que mediante el uso de estructuras e imágenes fluidas, así como de media-queries en la hoja de estilo CSS, consigue adaptar el sitio web al entorno del usuario.

Actualmente en el mundo la variedad de dispositivos existente en el mercado ha provocado que la información disponible no sea accesible desde todos los dispositivos, bien es accesible pero la experiencia de navegación es muy pobre. El uso de dispositivos móviles está creciendo a un ritmo increíble y la navegación en Internet en estos dispositivos es cada vez más común. Ese es el motivo por el que el diseño web adaptativo se ha vuelto tan popular porque resulta ser una técnica que proporciona una solución web que puede manejar la visualización web tanto de escritorio como de dispositivos.

Con una sola versión en HTML y CSS se cubren todas las resoluciones de pantalla; el sitio web creado estará optimizado para todo tipo de dispositivos: PCs, tabletas, teléfonos móviles, etc, mejorando así la experiencia del usuario por lo que se reducen los costos de creación y mantenimiento.

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos

## FACTORES

Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

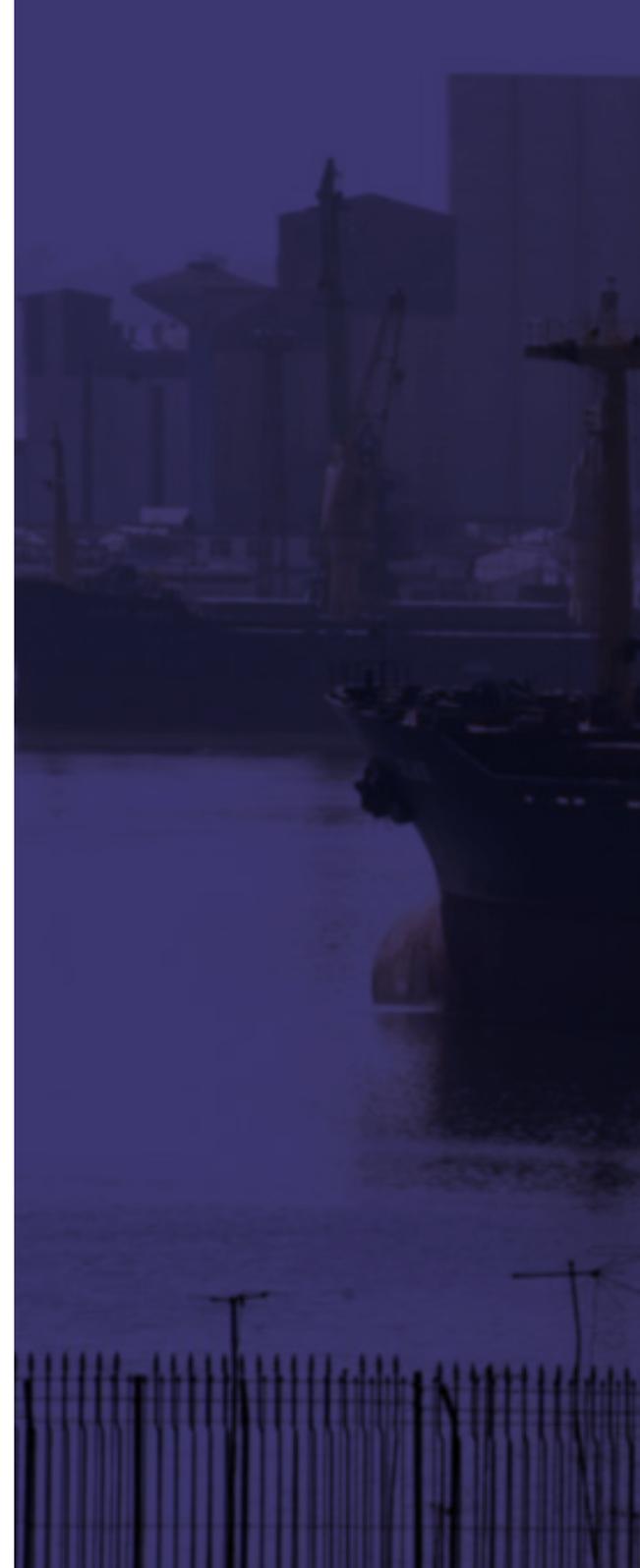
## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA



# TECNOLOGÍ- CO

## Frameworks:

Existen varios desarrolladores que han creado frameworks (aplicaciones preconfiguradas) para que no se tengan que crear las páginas adaptativas desde cero, estos hacen que todo el proceso de creación sea mucho más fácil para los desarrolladores. Uno de los más generalizados es Bootstrap, un framework creado por el equipo de desarrollo de Twitter y de código abierto, muy usado por desarrolladores freelances. Foundation 3 es otro muy popular el cual ellos mismo definen como "el framework más avanzado del mundo". Y finalmente HTML5 Boilerplate, el framework que por sus ventajas usan marcas conocidas como Google, Microsoft, Nike o el equipo de desarrolladores de Barack Obama.

## Bootstrap:

Twitter Bootstrap es un framework o conjunto de herramientas de software libre para el diseño de sitios y aplicaciones web. Contiene plantillas de diseño con tipografía, formularios, botones, cuadros, menús de navegación y otros elementos de diseño basado en HTML y CSS, así como, extensiones de JavaScript opcionales adicionales. Fue desarrollado por Mark Otto y Jacob Thornton de Twitter, como un marco de trabajo (framework) para fomentar la consistencia a través de herramientas internas. Antes de Bootstrap, se usaban varias librerías para el desarrollo de interfaces de usuario, las cuales guiaban a inconsistencias y a una carga de trabajo alta en su mantenimiento. En agosto del 2011, Twitter liberó a Bootstrap como código abierto. En febrero del 2012, se convirtió en el proyecto de desarrollo más popular de GitHub y es usado por la NASA y la MSNBC junto a demás organizaciones. Bootstrap tiene un soporte relativamente incompleto para

HTML5 y CSS 3, pero es compatible con la mayoría de los navegadores web. La información básica de compatibilidad de sitios web o aplicaciones está disponible para todos los dispositivos y navegadores. Desde la versión 2.0 también soporta diseños sensibles. Esto significa que el diseño gráfico de la página se ajusta dinámicamente, tomando en cuenta las características del dispositivo usado (Computadoras, tabletas, teléfonos móviles).

## Estructura y Función

Bootstrap es modular y consiste esencialmente en una serie de hojas de estilo LESS que implementan la variedad de componentes de la herramienta. Una hoja de estilo llamada bootstrap.less incluye los componentes de las hojas de estilo. Los desarrolladores pueden adaptar el mismo archivo de Bootstrap, seleccionando los componentes que deseen usar en su proyecto. Los ajustes son posibles en una medida limitada a través de una hoja de estilo de configuración central. Los cambios más profundos son posibles mediante las declaraciones LESS. El uso del lenguaje de hojas de estilo LESS permite el uso de variables, funciones y operadores, selectores anidados, así como clases mixin. Desde la versión 2.0, la configuración de Bootstrap también tiene una opción especial de "Personalizar" en la documentación. Por otra parte, los desarrolladores eligen en un formulario los componentes, ajustes deseados y de ser necesario, los valores de varias opciones a sus necesidades. El paquete consecuentemente generado ya incluye la hoja de estilo CSS pre-compilada.

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos

## FACTORES

Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

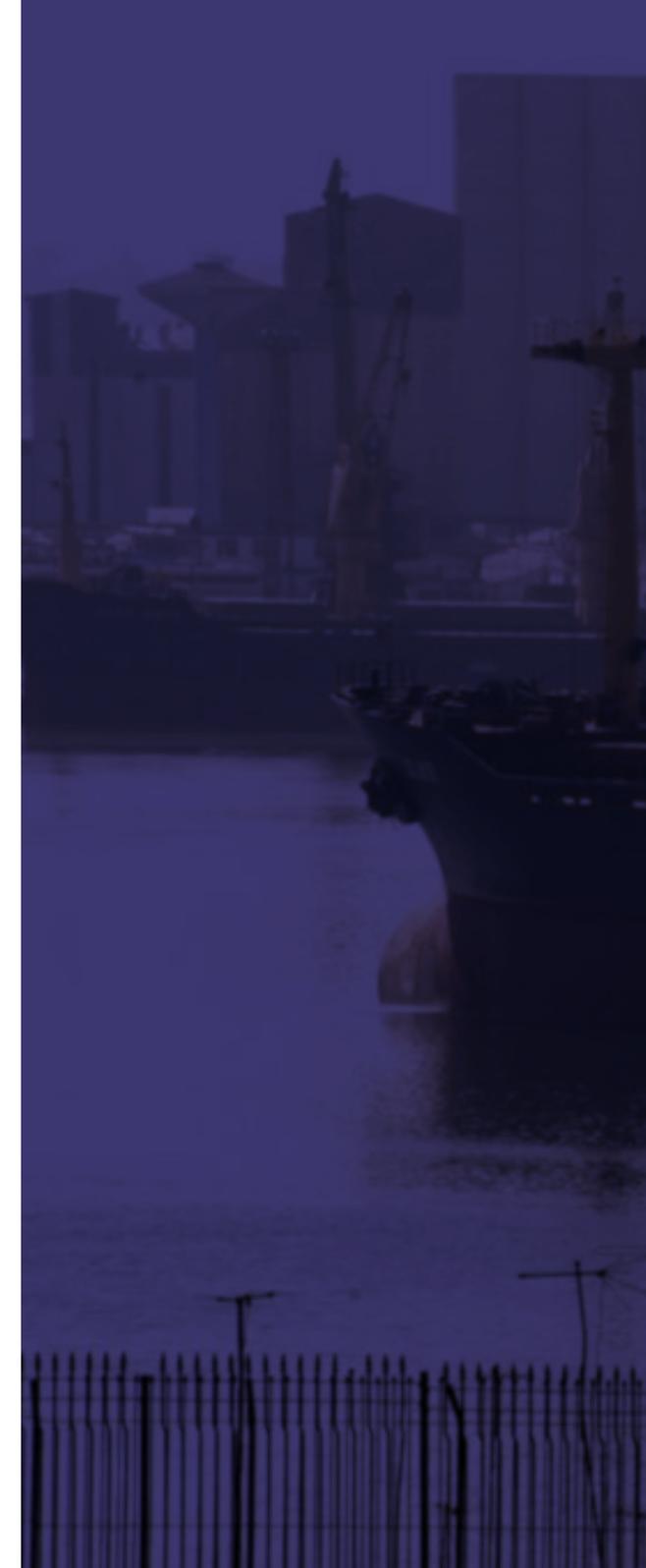
## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA



# TECNOLOGÍ- CO

## Sistema de cuadrilla y diseño sensible

Bootstrap viene con una disposición de cuadrilla estándar de 940 píxeles de ancho. Alternativamente, el desarrollador puede usar un diseño de ancho-variable. Para ambos casos, la herramienta tiene cuatro variaciones para hacer uso de distintas resoluciones y tipos de dispositivos: teléfonos móviles, formato de retrato y paisaje, tabletas y computadoras con baja y alta resolución (pantalla ancha). Esto ajusta el ancho de las columnas automáticamente.

## Componentes re-usables

En adición a los elementos regulares de HTML, Bootstrap contiene otra interfaz de elementos comúnmente usados. Ésta incluye botones con características avanzadas (e.g grupo de botones o botones con opción de menú desplegable, listas de navegación, etiquetas horizontales y verticales, ruta de navegación, paginación, etc.), etiquetas, capacidades avanzadas de miniaturas tipográficas, formatos para mensajes de alerta y barras de progreso.

## Plug-ins de Java Script

Los componentes de JavaScript para Bootstrap están basados en la librería jQuery de JavaScript. Los plug-ins se encuentran en la herramienta de plug-in de jQuery. Proveen elementos adicionales de interfaz de usuario como diálogos, tooltips y carruseles. También extienden la funcionalidad de algunos elementos de interfaz existentes, incluyendo por ejemplo una función de auto-completar para campos de entrada (input). La versión 2.0 so-

porta los siguientes plug-ins de JavaScript: Modal, Dropdown, Scrollspy, Tab, Tooltip, Popover, Alert, Button, Collapse, Carousel y Typeahead.

Uso Para usar Bootstrap en una página HTML, el desarrollador solo debe descargar la hoja de estilo Bootstrap CSS y enlazarla en el archivo HTML. (También pueden compilar el archivo CSS desde la hoja de estilo LESS descargada. Esto puede realizarse con un compilador especial). Si el desarrollador también quiere usar los componentes de JavaScript, éstos deben estar referenciados junto con la librería jQuery en el documento HTML.

### 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

### 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos

### FACTORES

Requisitos

### 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

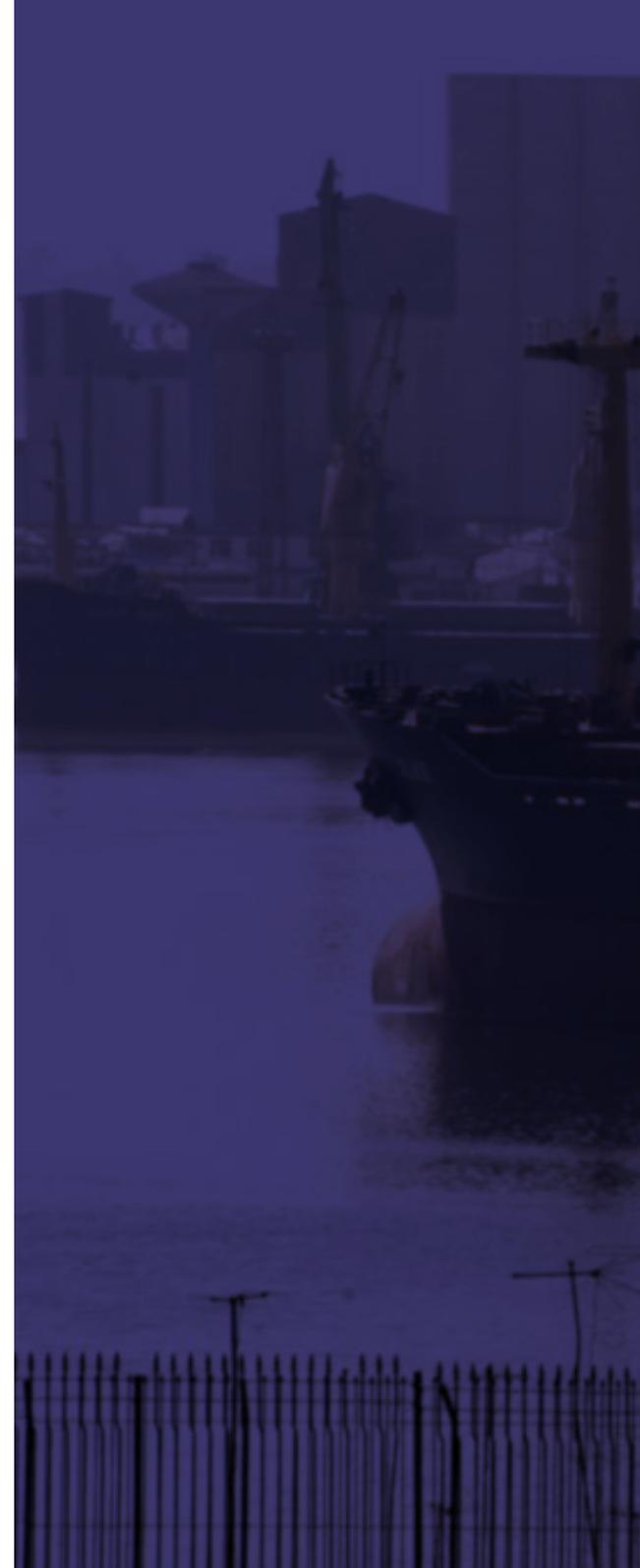
### 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

### 5.CONCLUSIONES

### 6.RECOMENDACIONES

### 7.BIBLIOGRAFÍA



# TECNOLOGÍ- CO

## Tipografía en el medio digital:

A la hora de seleccionar la tipografía que se va a usar en un soporte digital, se debe tener en cuenta que existen algunas especialmente diseñadas para su visualización en la pantalla de un monitor. Estas fuentes suelen ser Sans Serif producto de la morfología del carácter, ya que en este medio las tipografías funcionan mejor a menores puntajes. En cuanto al uso de mayúsculas y minúsculas, las primeras son muchos más difíciles de leer, por lo que es recomendable su utilización en palabras sueltas, como en los menús o botones con etiquetas textuales. La combinación más adecuada depende de las condiciones de iluminación y puede funcionar tanto negro sobre blanco como a la inversa. La proporción mínima aceptable de contraste de brillantez para legibilidad es 3:1 y el recomendado es 7:1.

Entre las tipografías más utilizadas en este medio se encuentran: Helvética, Arial, Verdana, Trebuchet, Lucida y Tahoma, todas tipografías que pertenecen a empresas de renombre como Microsoft Corporation, Monotype Imaging Inc y Mergenthaler Linotype. Para utilizar estas tipografías se debe pagar una licencia. Con el objetivo de reducir los gastos del proyecto y evitar trámites innecesarios se consideró la utilización de tipos gratis que pueden ser descargados en sitios como Dafont, FontSquirrel o Google Fonts.

Se realizó una búsqueda de tipos Sans Serif hechos para display, con variedad de pesos y buena legibilidad, con el fin de seleccionar los más adecuados y evaluarlos para tenerlos en consideración a la hora de proponer soluciones para la interfaz gráfica de usuario y la identidad.

## Tipografías de licencia libre:

**Roboto:** Diseñada por Christian Robertson toma rasgos de la Helvética, la Univers y la Din. Es una tipografía que presenta rasgos típicos de las mecanas sans, aunque comparte curvas en su estructura. Tiene un esqueleto mecánico basado en formas en su mayoría geométricas. Resulta eficiente en cuerpos de texto, pero su amplio número de versiones, a pesar de ser gratis, ofrece prestaciones para titulares y subtítulos.

**Lato:** Diseñada por Lucasz Dzedzic en el año 2010, se caracteriza por la homogeneidad de sus trazos, cuya peculiaridad reside en la combinación de curvas y rectas en sus terminales. Es una tipografía que funciona bien tanto para cuerpo de texto como para titulares por sus trazos originales y elegantes, además es atractiva para establecer jerarquía por sus múltiples variantes de peso.

**Titillium:** Creada por múltiples diseñadores para su utilización en la web, nació en un curso de diseño de tipografía impartido por el máster en diseño visual Campi Visivi como un proyecto didáctico en la Academia de Bellas Artes de Urbino, en Italia. Su objetivo es funcionar en contextos digitales, ya sea para titulares o cuerpo de texto, donde su rendimiento es satisfactorio. La mayoría de sus caracteres, sobre todo las minúsculas, están resueltos en combinaciones de rectas y curvas, lo que le aporta personalidad.

**Oswald:** Diseñada por Vernon Adams, y actualizada por última vez en el año 2012. Posee una generosa altura de las mayúsculas, lo que hace que rinda satisfactoriamente en puntajes bajos. Presenta una peculiaridad en la unión de ascendente-barriga de las minúsculas, produciendo un

### 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

### 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos

### FACTORES

Requisitos

### 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

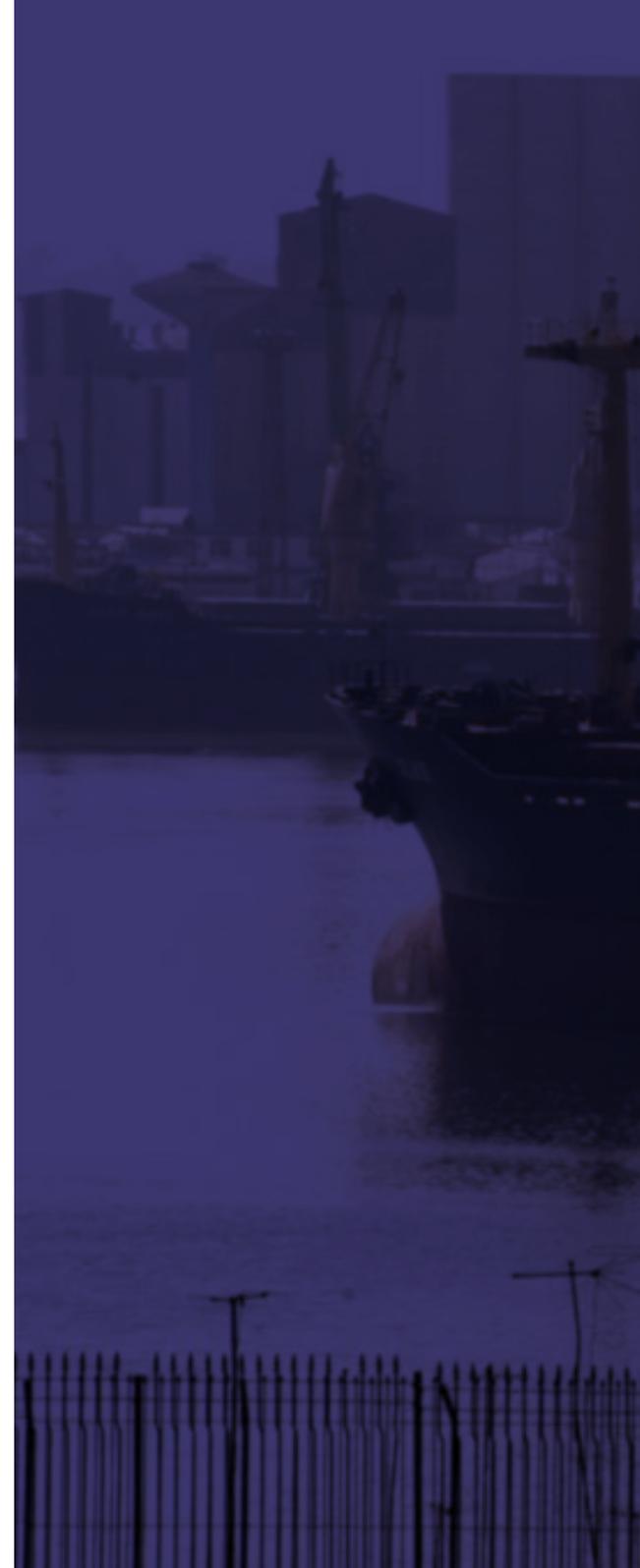
### 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

### 5.CONCLUSIONES

### 6.RECOMENDACIONES

### 7.BIBLIOGRAFÍA



# TECNOLOGÍ- CO

dibujo valorado usado solo en estos casos. Sin embargo, funciona bien en altas, ajustando debidamente algunas fisuras en su interletrado, objetivo esencial del ajuste del 2012, no del todo logrado.

**Cabin:** Es una tipografía sans serif creada por Pablo Impallari, inspirada en las tipografías de Edward Johnston y Eric Gill, con un toque de modernismo, lo cual la dota de una personalidad propia. Incorpora proporciones modernas con ajustes ópticos y algunos elementos de las sans serif geométricas. Se caracteriza por la homogeneidad de sus trazos aunque las curvas superiores e inferiores son un poco más finas, además los terminales poseen un corte a 10 grados. Se considera de buena legibilidad aunque no posee suficientes versiones como para establecer una buena jerarquía de la información en pantallas de la interfaz.

## Dimensiones de pantalla:

En nuestro caso las dimensiones de pantalla para las que se trabajará están en correspondencia con los media que quieres que facilite Bootstrap. Aún así estudios demuestran que el progreso de los smartphones se traduce a un mayor tamaño y calidad de las pantallas. Estudios revelan que las dimensiones más comunes son 240 px de ancho por 320 px de alto en posición vertical (portrait en inglés) aunque existen posibilidades que algunos modelos se establezcan en los 320 x 480.

En cuanto a resolución aparece que la densidad del píxel aumenta parejo con la cantidad, lo que significa que las pantallas se vuelven más grandes al mismo tiempo que más precisas. Estas investigaciones demuestran que a una cantidad específica de píxeles por pulgada (ppi en inglés) el ojo humano no percibe diferencias. Esta can-

tividad oscila entre 150 y 300 ppi. No obstante la tendencia actual es de más de 300 ppi, que garantiza una mejor visualización de páginas web con gran contenido textual como ocurre con los periódicos online.

En el caso de las tabletas el tamaño de la pantalla oscila entre 5 y 10 pulgadas, aunque con el aumento de dimensiones de los smartphones la barrera se torna un poco difusa y se limita a funciones. La tendencia de los actuales compradores es mantenerse por debajo de las 8 pulgadas, pues el mercado en general, ha manifestado desinterés por dispositivos móviles demasiado grandes y difíciles de manipular.

## Resoluciones de pantalla:

La empresa analista StatCounter ha venido monitoreando desde el 2009 los tipos de resolución de pantallas más utilizados en el mundo, actualmente 1366 x 768 px es la que toma el primer lugar con un 19.28%. Así, 1024 x 768 px pierde su larga permanencia con el 41.8% hasta un 18.6% en el período de marzo de 2009 a marzo de 2012. Otras resoluciones largamente usadas son 1280x800px con un 12.95%, 1280x1024px (7.48%) y 1440x900px (6.6%), cayendo el resto bajo el 6% de presencia alrededor del mundo. La resolución 1366x768px la podemos encontrar en ordenadores portátiles que tienen un tamaño de pantalla de 15.6 pulgadas, también en monitores de 18.5 pulgadas.

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos

## FACTORES

Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

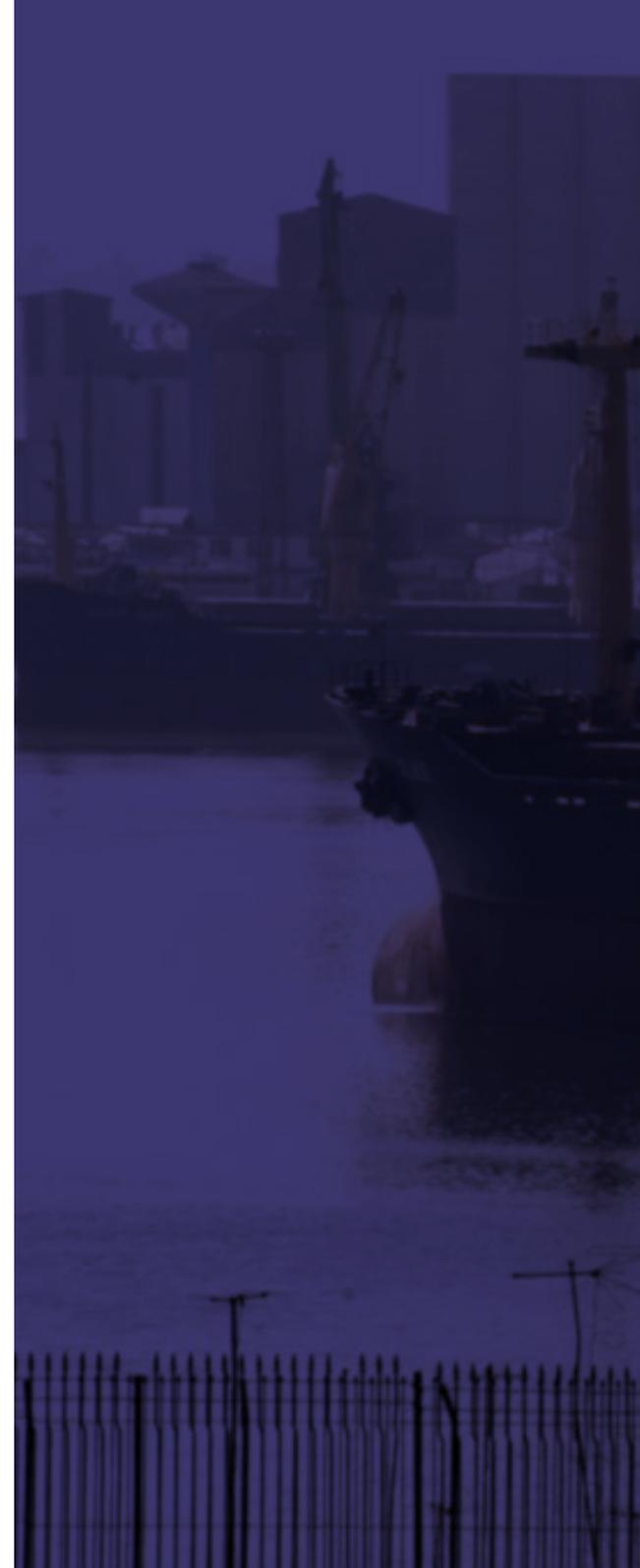
## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA



## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores

## REQUISITOS

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

## CONTEXTO

### Sitio web

- El sitio tendrá una interfaz gráfica que responda al concepto Responsive Design, que garantiza el rendimiento y adaptabilidad en múltiples dispositivos.
- Tener en cuenta las limitaciones de conectividad que existen en Cuba respecto al ancho de banda, a la hora de utilizar elementos que afecten el rendimiento del sitio, como son el peso de las imágenes, videos, animaciones y sonidos.

## USO

### Sitio web

- El sitio web contará con la accesibilidad a dos idiomas (Español e Inglés).
- Para simplificar el modo de uso del sitio web, utilizar como recursos la jerarquía de los titulares por puntaje, la segmentación de áreas por planos de color y el uso de fondos claros.

## FUNCIÓN

### Sitio web

- El sitio web tendrá como función representar al canal e informar al público con eficiencia comunicativa destacando las secciones informativas como Habana Noticiero y Coordinadas.

### Manual de identidad

- Se generarán aplicaciones promocionales tanto para medios digitales como para medios impresos para promocionar los eventos que ocurran durante la semana.

## TECNOLÓGICO

### Sitio web

- Las imágenes para el medio digital deben estar a 72 dpi, con una configuración de los canales de color RGB y en formatos .png, .svg o .jpg.
- Las tipografías que se utilizarán para el diseño web deben ser libres y en formato Web Open Type Fonts.
- Diseñar la interfaz gráfica de usuario bajo el concepto de Responsive Design empleando como herramienta el framework Bootstrap.

## MERCADOLÓGICO

### Sitio web

- Integrar al diseño de la Web enlaces a las redes sociales de Facebook y Twitter.
- Se tendrán en cuenta las tendencias actuales en desarrollo web y gestión de contenidos para obtener un resultado novedoso y moderno, y lograr una diferenciación como característica del Canal Habana en el ambiente nacional.

### Manual de identidad

- Los soportes que serán impresos en tecnología Offset deberán ser entregados en formatos .tiff o .jpg, con 300 dpi, exceptuando las gigantografías (150 dpi), en modo de color CMYK.
- Los softwares en que deben ser entregados los originales son: .ai, .cdr, .eps.
- Para la impresión digital se deben entregar los originales en RGB y a tamaño real con 100 dpi de resolución.



ETAPA 3  
**CONCEPTO**

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

## 3.CONCEPTO

### DEFINICIONES

Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

### Sitio web

- Sistema de navegación ramal que le permita al usuario navegar desde y hacia todos los contenidos del sitio.
- Utilización de la imagen como principal recurso visual de la interfaz para generar un gran impacto visual.

Respetando los preceptos del framework Bootstrap, se encontrarán como componentes comunes en todas las páginas del Sitio:

2- Banner o cabezal con el nombre de la sección y una breve descripción.

3- Pie de página con información legal, enlace al correo, mapa del sitio y enlaces a sitios institucionales

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

## 3.CONCEPTO

### DEFINICIONES

Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

## DECISIONES ESTRATÉGICAS

### Discurso visual

El discurso visual del sitio web está relacionado con el discurso de identidad visual del canal ya existente, por lo que se tomaron los atributos y rasgos que este representa.

### ATRIBUTOS GENERALES

- Masivo
- Popular
- La Habana

### ATRIBUTOS ESPECÍFICOS

- Dinamismo
- Regional
- Actualidad

### ATRIBUTOS A COMUNICAR

- Eclecticismo
- Regionalidad
- Diversidad

### RASGOS DE ESTILO

#### Código cromático:

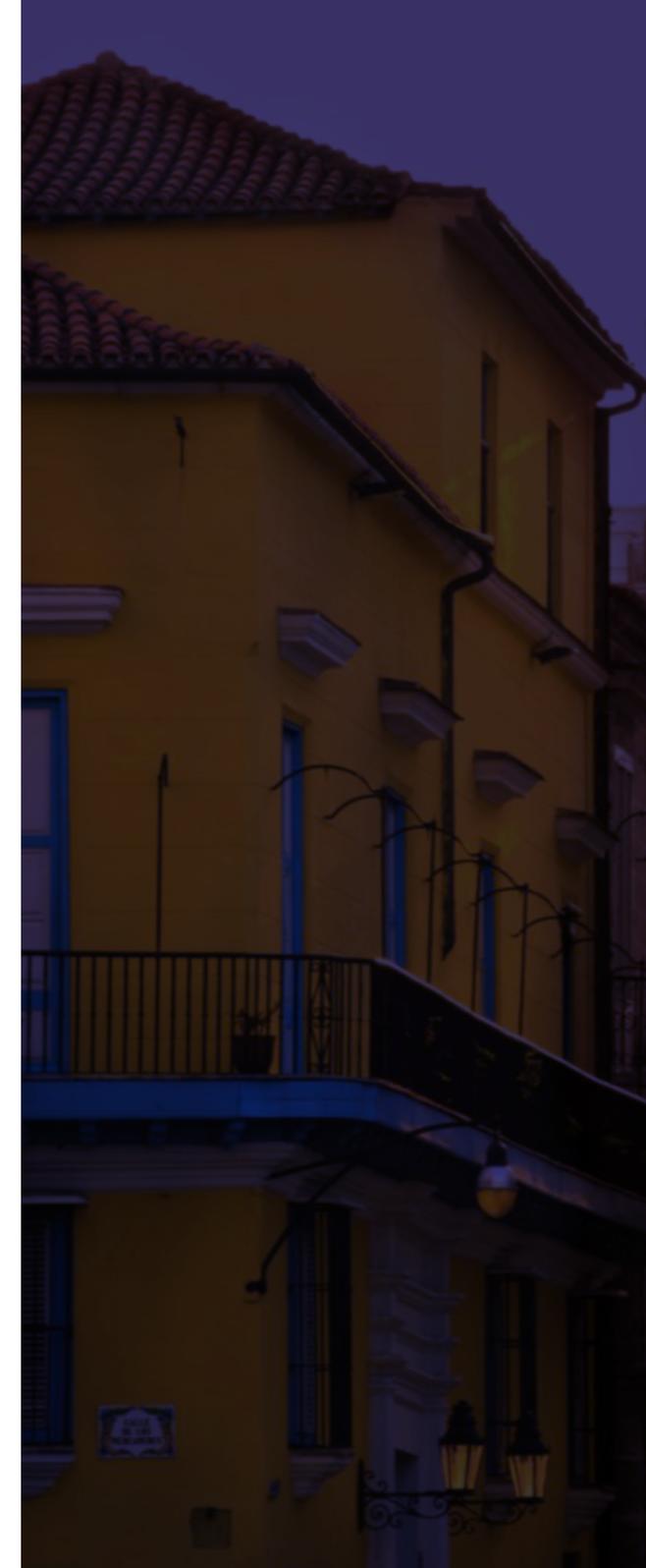
- Colores institucionales (azul, amarillo)

#### Código tipográfico:

- Tipografía institucional (Walbam Book Regular)
- Contraste con tipografías SansSerif

#### Código de imagen:

- Recurso fotográfico (representación de la realidad)
- Collage
- Composiciones asimétricas



## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
**PREMISAS**  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

### **PREMISA - 1**

Representar las estructuras fundamentales de la ciudad como elemento primordial para la identificación.



## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condiciones  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
**PREMISAS**  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

## PREMISA - 2

Destacar las características de la sociedad capitalina: sus costumbres, rutinas, tradiciones y cualidades.



1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

3.CONCEPTO  
Definiciones  
**PREMISAS**  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
Sitio web  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA

### **PREMISA - 3**

Destacar los elementos identitarios de La Habana y de los integrantes de su sociedad.

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
**ALTERNATIVAS**  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

### PREMISA - 3

Destacar los elementos identitarios de La Habana y de los integrantes de su sociedad.

#### Alternativas

Para reforzar el sentido de identidad de la ciudad existen diversas posibilidades:

- Utilización de resgos de estilo inherentes a las actividades de los capitalinos, sus edificaciones, sus habitantes, el quehacer diario de los habaneros.
- La fotografía será la herramienta principal para representarlo.

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
**VARIANTES**  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

## PREMISA - 3

Destacar los elementos identitarios de La Habana y de los integrantes de su sociedad.

### Alternativas

Para reforzar el sentido de identidad de la ciudad existen diversas posibilidades:

- Utilización de resgos de estilo inherentes a las actividades de los capitalinos, sus edificaciones, sus habitantes, el quehacer diario de los habaneros.
- La fotografía será la herramienta principal para representarlo.

## VARIANTES

### 1.

Zonificación cromática para establecer los niveles de jerarquización de la información



### PREMISA - 3

Destacar los elementos identitarios de La Habana y de los integrantes de su sociedad.

#### Alternativas

Para reforzar el sentido de identidad de la ciudad existen diversas posibilidades:

- Utilización de resgos de estilo inherentes a las actividades de los capitalinos, sus edificaciones, sus habitantes, el quehacer diario de los habaneros.
- La fotografía será la herramienta principal para representarlo.

### VARIANTES

#### 2.

Utilizar el recurso fotográfico como herramienta jerarquizadora de la información utilizando la semiótica de la imagen como ícono para identificar las secciones.



### PREMISA - 3

Destacar los elementos identitarios de La Habana y de los integrantes de su sociedad.

#### Alternativas

Para reforzar el sentido de identidad de la ciudad existen diversas posibilidades:

- Utilización de resgos de estilo inherentes a las actividades de los capitalinos, sus edificaciones, sus habitantes, el quehacer diario de los habaneros.
- La fotografía será la herramienta principal para representarlo.

### VARIANTES

#### 3.

Utilizar una estructura de mosaico continuo para darle un mayor dinamismo y fluidez al sitio.



## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condiciones  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes

## CONCEPTO ÓPTIMO

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

La Habana es una ciudad que se caracteriza por su eclecticismo: en su arquitectura, en sus costumbres, en su gente, en sus barrios. Es una ciudad muy heterogénea y diversa.

Su sitio web pretende crear una "casa" donde los usuarios se sientan identificados, donde se vean reflejadas sus tradiciones... su Habana.



### Actualidad Habanera

**La Habana**  
Anuncian cambios de servicios en aeropuerto José Martí por visita del Patriarca Kiril



La antorcha olímpica está recorriendo más de 300 ciudades de todos los estados brasileños, hasta su entrada al estadio Maracanã el 5 de agosto, cuando se inauguren los Juegos de Río...  
30/02/2016 25,782

**La Habana**  
Con motivo de la visita oficial a nuestro país del Patriarca Kiril de Moscú



Con motivo de la visita oficial a nuestro país del Patriarca Kiril de Moscú y Toda Rusia a partir del día 11 del presente mes, y su encuentro oficial con Su Santidad el Papa... Francisco, en las...  
30/02/2016 92,782

**La Habana**  
La antorcha olímpica está recorriendo más de 300 ciudades de todos los estados brasileños



Una demanda por negligencia contra la Malasya Airlines presentaron hoy los familiares de la tripulación del avión con vuelo MH17 derribado en julio de 2014 cuando pasaba...  
30/02/2016 61,782

**La Habana**  
Anuncian cambios de servicios en aeropuerto José Martí por visita del Patriarca Kiril



Dr. cubano Argelio Hernández Pupo lleva la antorcha olímpica de Río 2016, 27 de mayo de 2016...  
30/02/2016 161,782

Más noticias

### Actualidad Deportiva

**La Habana**

**La Habana**

ETAPA 4  
**DESARROLLO**



## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

### **MANUAL DE IDENTIDAD**

Aplicaciones  
Sitio web

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

# MANUAL DE MARCA

## Identidad

La actual identidad visual del Canal Habana, cuya vigencia y pregnancia conceptual en la población habanera es absoluta, conllevaron a que la directiva del canal no se plantee la tarea de buscar cambiar la imagen del canal a través del rediseño de su identidad.

No obstante, esta presentan errores de construcción que afecta a su óptimo rendimiento en situaciones específicas, con lo cual mediante ajustes formales se lograron subsanar.

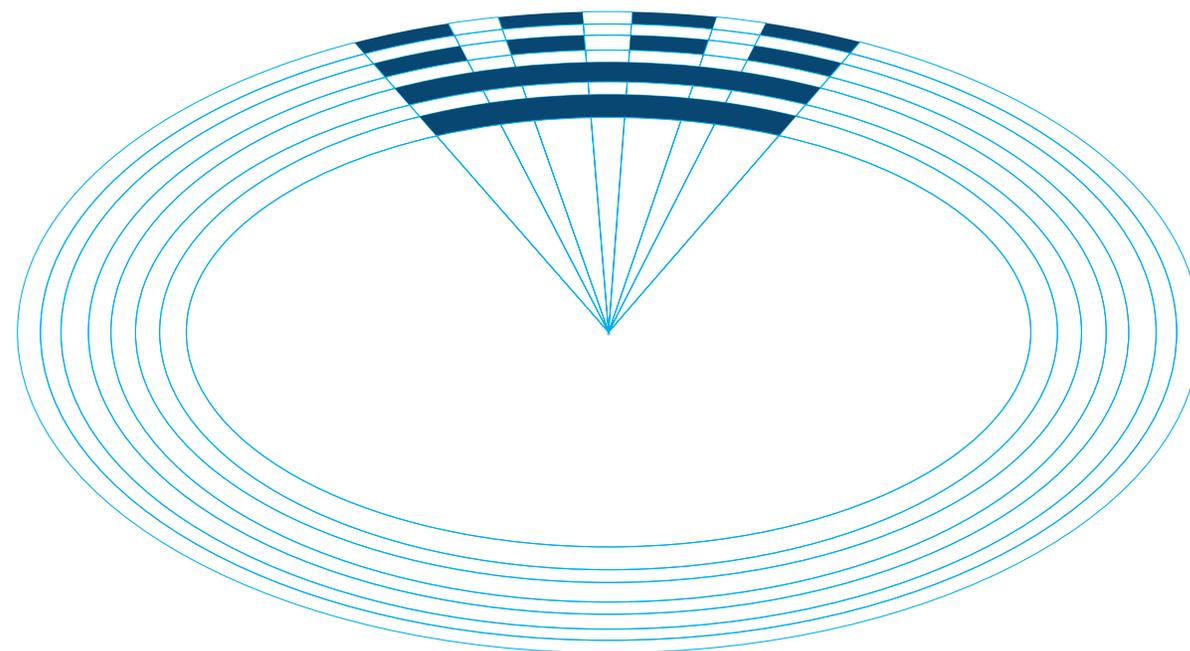


# MANUAL DE MARCA

## Construcción

El imagotipo presentaba errores de construcción a la hora de su geometrización basado en la intercepción entre un conjunto de elipses concéntricas y sus respectivos radios.

Para realizar el ajuste, se partió de la geometrización con las elipses a partir de las distancias de las del actual identificador, y se arreglaron los ángulos de los radios que forman los salientes de la “corona”



1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA

# MANUAL DE MARCA

## Construcción

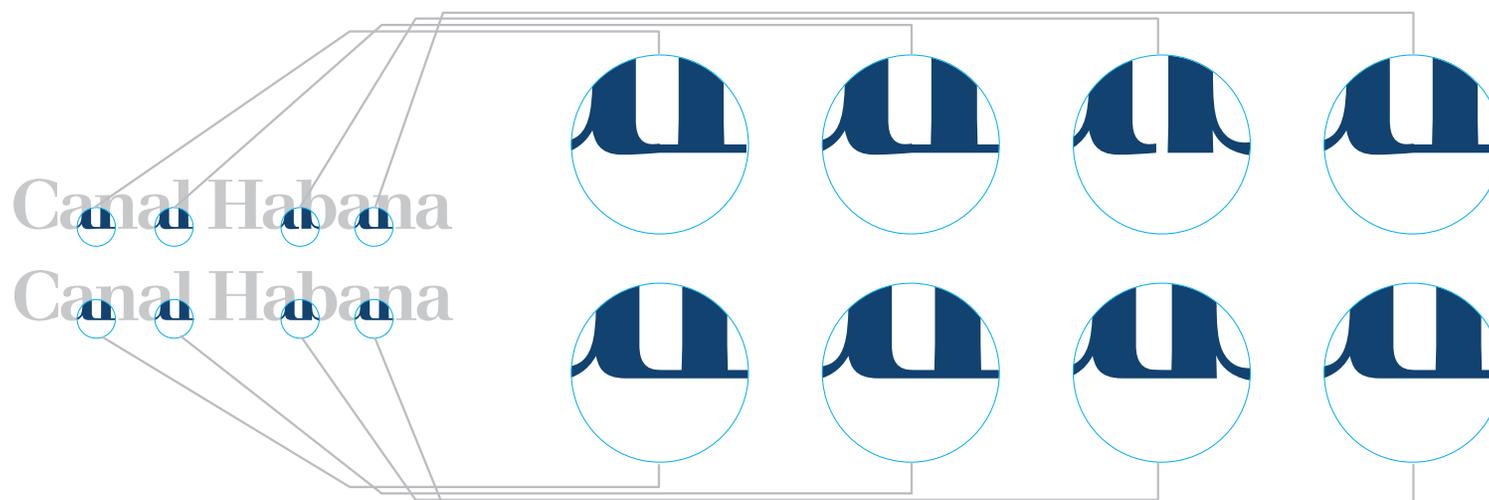
Para el logotipo, al tener un interlineado tan ajustado, se le aplicó un tratamiento a las juntas que forman las letras “a”, dada su morfología, con las letras que la siguen.

Si bien a simple vista, este fallo parece insignificante, no lo es cuando se espera un óptimo rendimiento del identificador en situaciones en donde es evidente, tales como impresiones ampliadas de la marca, cuando a esta se le aplican técnicas de corte como plotteado y ruteado, etc.

Canal Habana a

Interletrado -57

Canal Habana



1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA

# MANUAL DE MARCA

## Construcción

En el caso del genérico, se mantuvo igual que al original, por lo tanto se llevó a cabo la construcción del mismo sin alteraciones.

DESDE LA CAPITAL DE TODOS LOS CUBANOS

Interletrado 95

**DESDE LA CAPITAL DE TODOS LOS CUBANOS**

# MANUAL DE MARCA

## Código tipográfico

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA



### HUMANIST 52I

Bold

ABCDEFGHI

JKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

(.,;:\_\*?!"#\$%&/=+ )

### FIRA SANS

LIGHT

ABCDEFGHI

JKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

(.,;:\_\*?!"#\$%&/=+ )

### FIRA SANS

MEDIUM

ABCDEFGHI

JKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

(.,;:\_\*?!"#\$%&/=+ )

### FIRA SANS

LIGHT ITALIC

ABCDEFGHI

JKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

(.,;:\_\*?!"#\$%&/=+ )

### FIRA SANS

MEDIUM ITALIC

ABCDEFGHI

JKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

(.,;:\_\*?!"#\$%&/=+ )

### FIRA SANS

REGULAR

ABCDEFGHI

JKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

(.,;:\_\*?!"#\$%&/=+ )

### FIRA SANS

BOLD

ABCDEFGHI

JKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

(.,;:\_\*?!"#\$%&/=+ )

### FIRA SANS

REGULAR ITALIC

ABCDEFGHI

JKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

(.,;:\_\*?!"#\$%&/=+ )

### FIRA SANS

BOLD ITALIC

ABCDEFGHI

JKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

(.,;:\_\*?!"#\$%&/=+ )

# MANUAL DE MARCA

## Código cromático

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA



0=c | r=0  
0=m | g=0  
0=y | b=0  
100=k | #000000



0=c | r=255  
0=m | g=255  
0=y | b=255  
0=k | #FFFFFF

5=c | r=245  
22=m | g=196  
100=y | b=0  
0=k | #F5C400



0=c | r=255  
0=m | g=237  
100=y | b=0  
0=k | #FFED00

100=c | r=0  
76=m | g=59  
33=y | b=113  
22=k | #003B71



75=c | r=0  
0=m | g=181  
7=y | b=226  
0=k | #00B5E2

# MANUAL DE MARCA

## Reducciones máximas

Se realizaron los ajustes debidos para lograr el mayor rendimiento de la marca en reducciones máximas.

Las medidas en mm es para soportes impresos y las medidas en px es para su utilización en soportes digitales.

### 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

### 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

### 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

### 4.DESARROLLO

**SITIO WEB**  
Aplicaciones

### 5.CONCLUSIONES

### 6.RECOMENDACIONES

### 7.BIBLIOGRAFÍA



# MANUAL DE MARCA

## Gráfica de apoyo

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condiciones  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

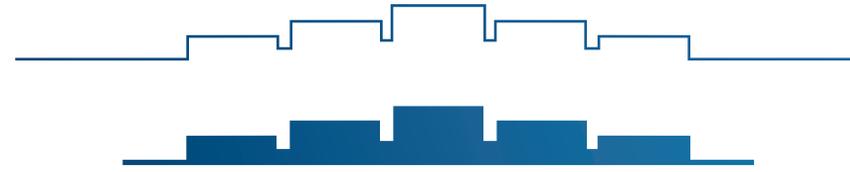
3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA



# MANUAL DE APLICACIONES

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condiciones  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
**APLICACIONES**

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA



# MANUAL DE APLICACIONES

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

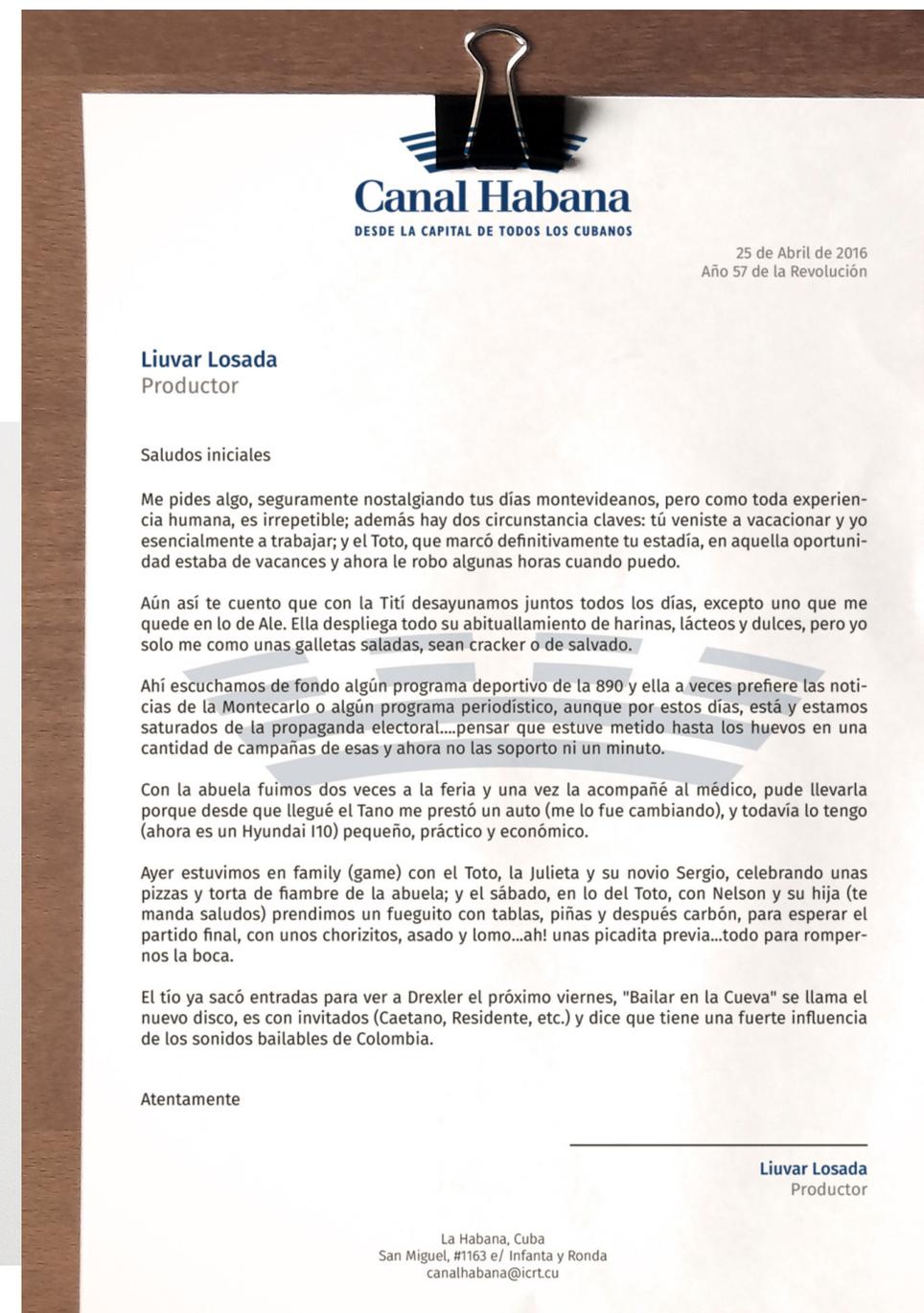
Sitio web

## APLICACIONES

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA



# MANUAL DE APLICACIONES

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condiciones  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
Sitio web  
**APLICACIONES**

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA



# MANUAL DE APLICACIONES

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condiciones  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

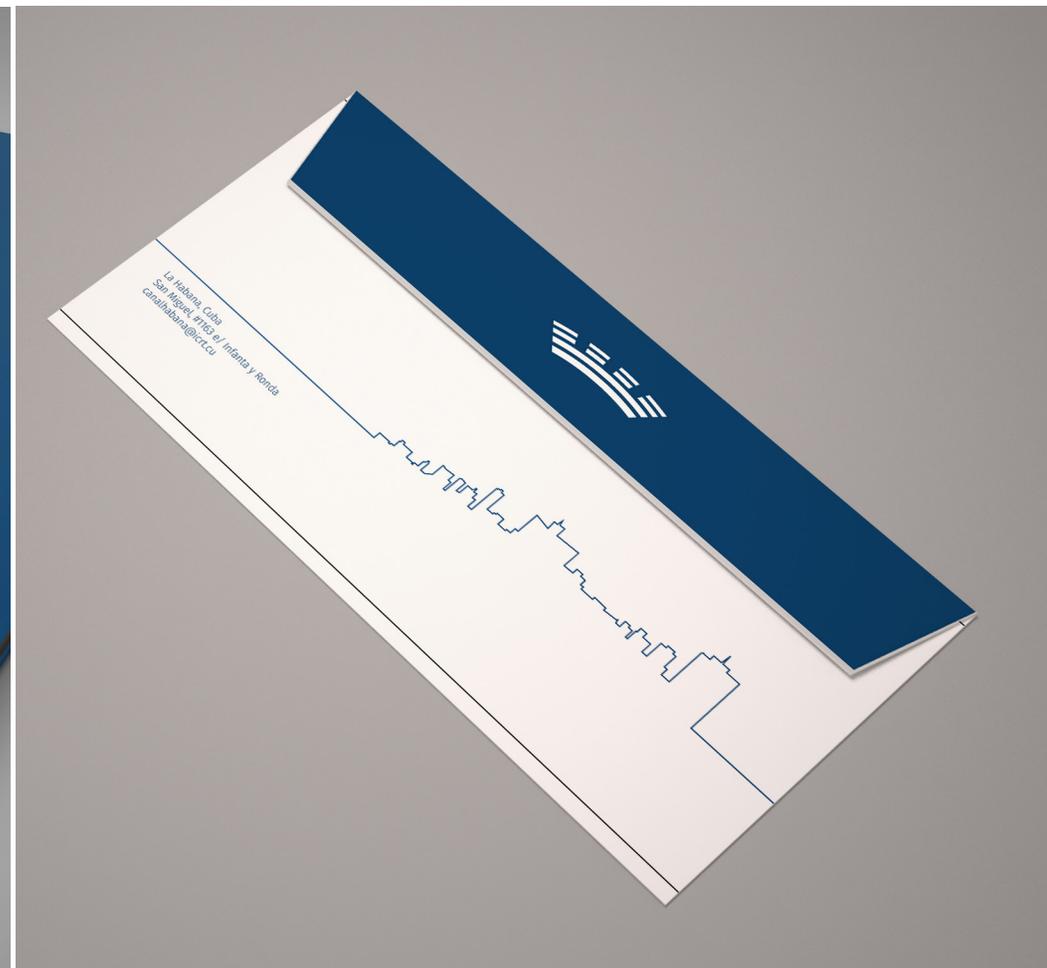
## 4.DESARROLLO

Sitio web  
**APLICACIONES**

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA



# SITIO WEB

## Mapa de contenido

### 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

### 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

### 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

### 4.DESARROLLO

**SITIO WEB**  
Aplicaciones

### 5.CONCLUSIONES

### 6.RECOMENDACIONES

### 7.BIBLIOGRAFÍA

No.	Nivel	Contenido	Descripción	Multimedia	Formato
1	0	Inicio	Noticias, Enlaces, Cartelera, Multimedia	Texto, Imagen, Video	Html, Jpg, Png, Flv
2	0.1	Noticias	Últimas noticias nacionales e internacionales	Texto, Imagen	Html, Jpg, Png
3	0.2	Cartelera	Cartelera de la programación del día	Texto	Html
4	1	Actualidad	Actualidad habanera, deportiva y cultural	Texto, Imagen	Html, Jpg, Png
5	1.1	Actualidad habanera	Noticias de actualidad en la Capital	Texto, Imagen	Html, Jpg, Png
6	1.2	Actualidad deportiva	Noticias e información deportiva desarrollada en la ciudad	Texto, Imagen	Html, Jpg, Png
7	1.3	Actualidad cultural	Noticias y cartelera de eventos culturales en La Habana	Texto, Imagen	Html, Jpg, Png
8	2	Habana Noticiero	Reportajes	Texto, Imagen	Html, Jpg, Png
9	2.1	Reportajes	Reportajes periodísticos	Texto, Imagen	Html, Jpg, Png
10	3	Cartelera	Cartelera semanal	Texto	Html
11	4	Programas	Descripción de los programas en transmisión	Texto, Imagen	Html, Jpg, Png
12	4.1	Programa	Descripción del programa	Texto, Imagen	Html, Jpg, Png
13	6	Institución	Detalles de la Institución	Texto, Imagen	Html, Jpg, Png

# SITIO WEB

## Árbol de navegación

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condiciones  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

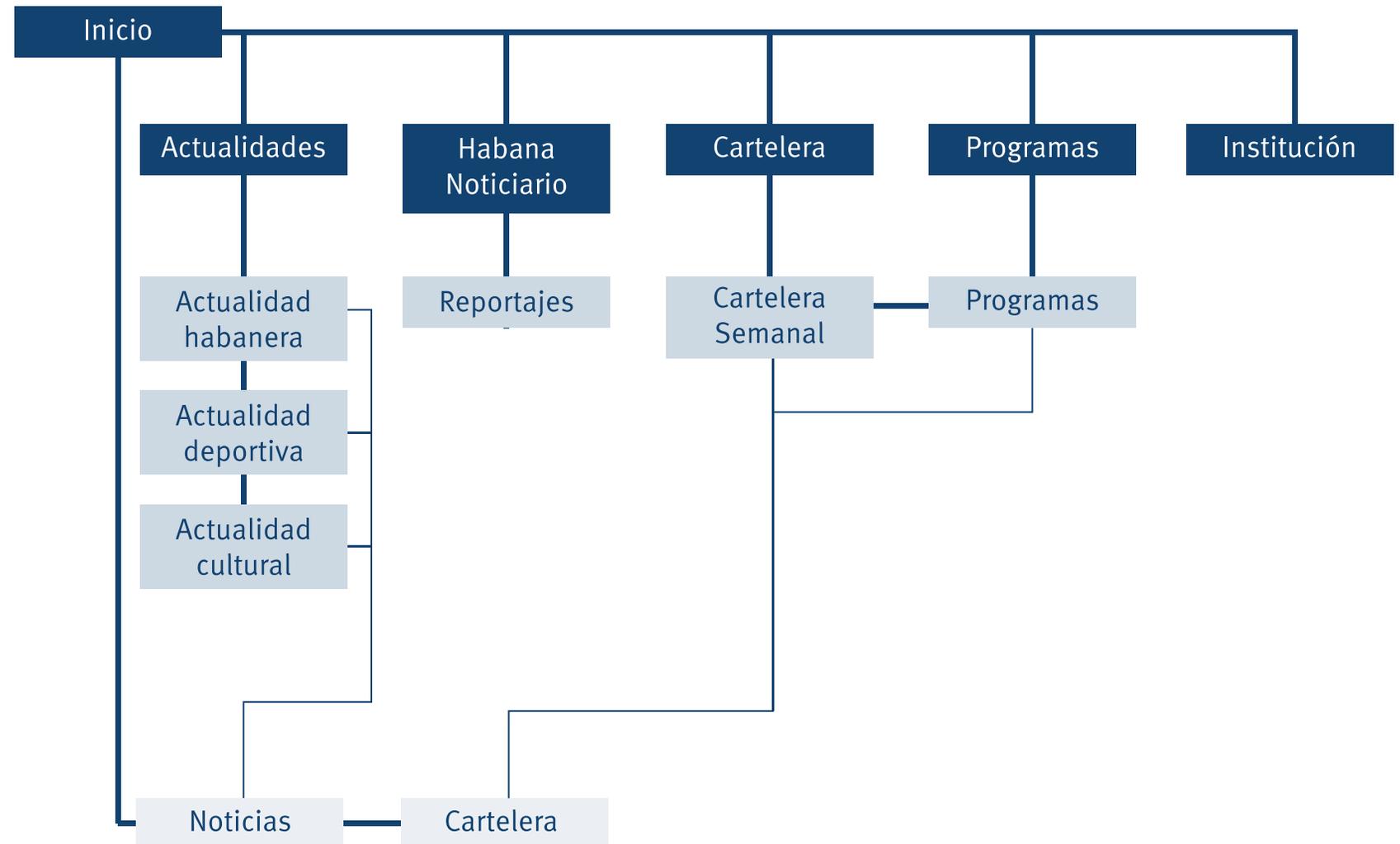
3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA

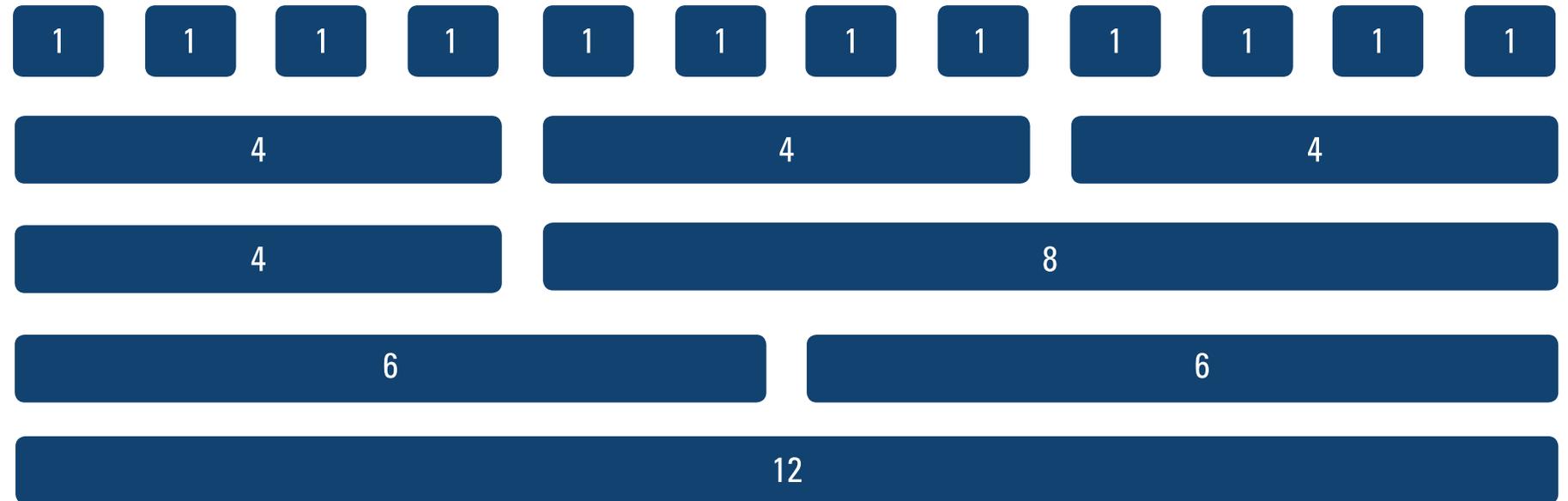


# SITIO WEB

## Grilla

### SISTEMA FLUIDO DE COLUMNAS

El sistema fluido de columnas usa porcentajes en lugar de px para el ancho de las columnas y ofrece gran versatilidad para distribuir los contenidos.



1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condiciones  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA

# SITIO WEB

## Grilla

### SISTEMA FLUIDO DE COLUMNAS

Se empleó de base una grilla flexible que permitie su utilización para el diseño de la interfaz gráfica teniendo en cuenta las media queries facilitadas por el framework bootstrap.

Aquí se relacionan las características de los distintos dispositivos y resoluciones de pantalla:

Dispositivo	Ancho del lienzo	Ancho del columnas	Espacio entre columnas
PC display	1200 px y superiores	70 px	30 px
Default (Predeterminado)	980 px	60 px	20 px
Tabletas (Retrato)	768 px	42 px	20 px
Móviles	480 px	Sistema fluido de columnas	

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA

# VALORACIÓN TIPOGRÁFICA

1.NECESIDAD  
 Cliente  
 Necesidad  
 Validación  
 Condicionantes  
 Estrategia

2.PROBLEMA  
 Problema  
 Objetivos  
 Factores  
 Requisitos

3.CONCEPTO  
 Definiciones  
 Premisas  
 Alternativas  
 Variantes  
 Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
 Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA

TIPOLOGÍA	MUESTRA	TIPOGRAFÍA	COLOR	PUNTAJE
Menus principal	Actualidad	Unna Bold	# FFFFFFFF	14 pt
Menus principal (Desplegado)	Actualidad	Unna Bold	# FFFFFFFF	11 pt
Titular de Rotador	<b>Actualidad</b>	Unna Bold	# 003B71	19 pt
Fecha y lugar de Rotador	Actualidad	Fira sans Italic	# 003B71	13 pt
Header de secciones	<b>Actualidad</b>	Unna Bold	# FFFFFFFF	19 pt
Titulares de resumen de noticias	Actualidad	Fira sans Medium	# 003B71	11 pt
Cuerpo de texto de resumen de noticias	Actualidad	Fira sans Light	# 003B71	11 pt
Fecha y lugar de resumen de noticias	Actualidad	Fira sans Italic	# 003B71	11 pt

# VALORACIÓN TIPOGRÁFICA

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condiciones  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA

TIPOLOGÍA	MUESTRA	TIPOGRAFÍA	COLOR	PUNTAJE
Titulares de noticia completa	<b>Actualidad</b>	Unna Bold	# 003B71	36 pt
Lugar de noticia completa	<i>Actualidad</i>	Fira sans Italic	# 003B71	14 pt
Pie de imagen de noticia completa	Actualidad	Fira sans Light	# 000000	12 pt
Créditos de pie de imagen de noticia completa	<i>Actualidad</i>	Fira sans Medium Italic	# 000000	12 pt
Cuerpo de texto de noticia completa	Actualidad	Fira sans Light	# 000000	14 pt

# CÓDIGO DE IMAGEN

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condiciones  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA



Imagen Original



Filtro



#262160  
Multiplicar 90%

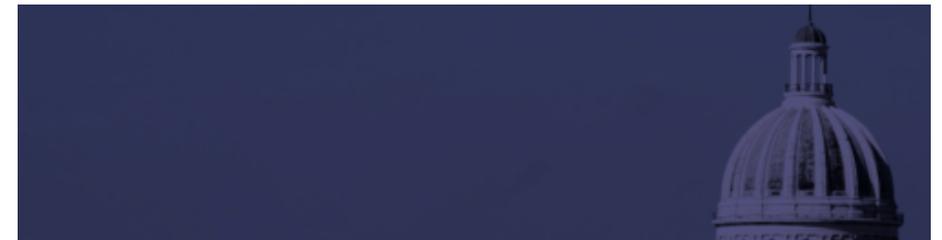


Imagen Final

# ZONIFICACIÓN

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

**SITIO WEB**  
Aplicaciones

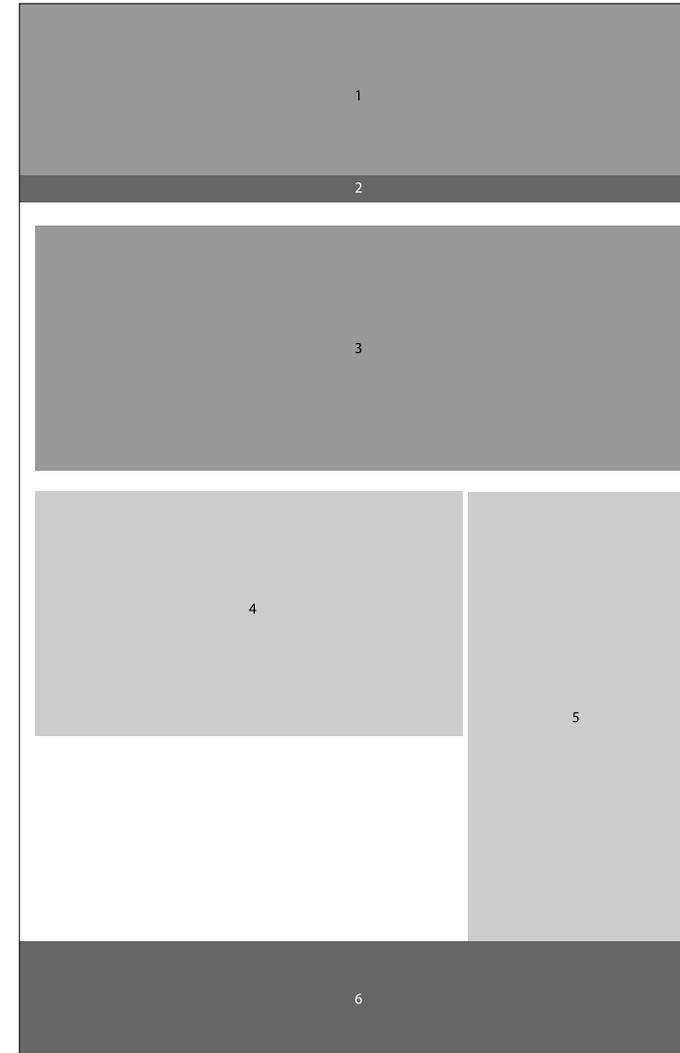
## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

### *PÁGINA DE INICIO*

- 1- Banner
- 2- Menú
- 3- Rotador
- 4- Noticias
- 5- Cartelera
- 6- Pie de página



# ZONIFICACIÓN

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
Aplicaciones

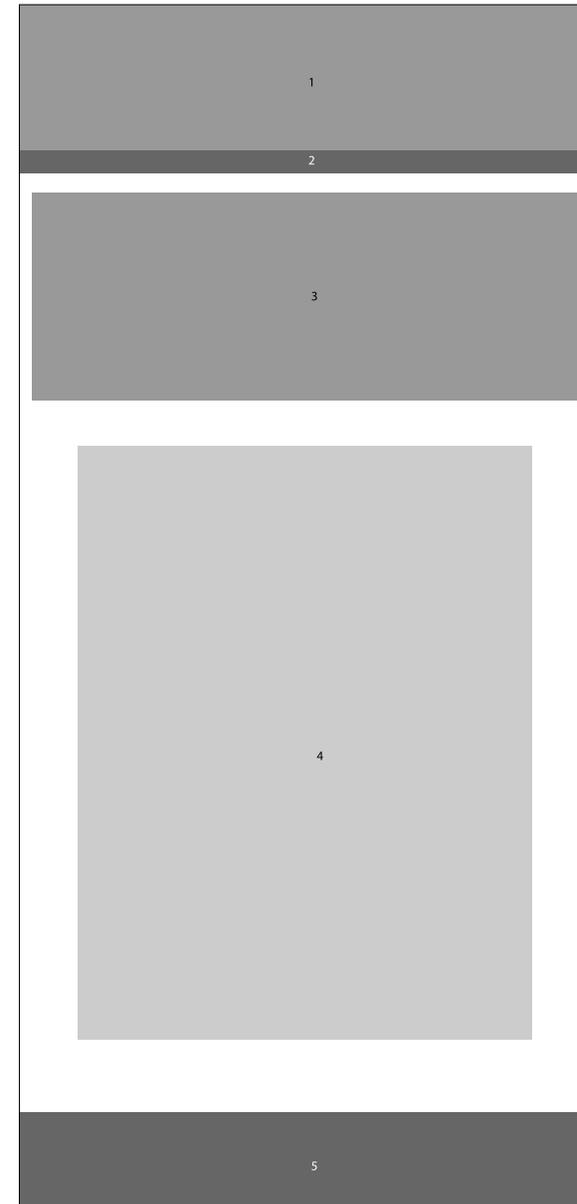
5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA

## *PÁGINAS INTERNAS*

- 1- Banner
- 2- Menú
- 3- Rotador
- 4- Noticias
- 5- Pie de página



# PÁGINAS TIPO

## Página de inicio

1.NECESIDAD  
 Cliente  
 Necesidad  
 Validación  
 Condicionantes  
 Estrategia

2.PROBLEMA  
 Problema  
 Objetivos  
 Factores  
 Requisitos

3.CONCEPTO  
 Definiciones  
 Premisas  
 Alternativas  
 Variantes  
 Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
 Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA

245 PX

39 PX

34 PX

352 PX

29 PX

26 PX

14 PX

127 PX

127 PX

313 PX

170 PX

27 PX

Canal Habana  
 DESDE LA CAPITAL DE TODOS LOS CUBANOS

Actualidad Programas Habana Noticiero Cartelera Institución

La Habana  
**Cualquier noticia es noticia cuando se quiere que sea noticia**  
 30/02/2017

**Nacionales**

La Habana  
**Anuncian cambios de servicios en aeropuerto José Martí por visita del Patriarca Kiril**  
 Con motivo de la visita oficial a nuestro país del Patriarca Kiril de Moscú y Toda Rusia a partir del día 11 del presente mes, y su encuentro oficial con Su Santidad el Papa...  
 30/02/2016

**Internacionales**

La Habana  
**Anuncian cambios de servicios en aeropuerto José Martí por visita del Patriarca Kiril**  
 Con motivo de la visita oficial a nuestro país del Patriarca Kiril de Moscú y Toda Rusia a partir del día 11 del presente mes, y su encuentro oficial con Su Santidad el Papa...  
 30/02/2016

**Cartelera Semanal**

LUN 16

AM

(6:30) Revista Buenos Días (Noticiero)  
 (8:30) Cartelera Deportiva (Deportes)  
 (8:31) Súmate (Infantil)  
 (8:36) Juguemos (Infantil)  
 (9:21) Donde nacen los campeones / "El juego perfecto", 2009 (Film)  
 (11:40) Fútbol Internacional (Deportes)

PM

(2:10) Tenis Internacional: Wimbledon 4ta Ronda (Deportes)  
 (5:00) Tour de Francia: Etapa 14 (Deportes)  
 (6:00) Cartelera Deportiva (Deportes)  
 (6:01) NND (Deportes)  
 (6:30) Mi Béisbol: Pedro Chávez (Deportes)  
 (7:00) Antesaña (Deportes)  
 (7:15) Primera Serie Nacional de Béisbol Sub 23 (Deportes)  
 (7:40) Al Duro y Sin Guante (Deportes)  
 (9:00) A Todo Motor (Deportes)

>Leer Más

Home Actualidad Programas Habana Noticiero Cartelera Institución

(+51) 7 832 3464  
 (+51) 7 832 3521

info@canalhabana.cu  
 cartelera@canalhabana.cu

f t g+

Derechos Reservados © 2016 Canal Habana ICRT

# PÁGINAS TIPO

## Actualidad - nivel 1

1.NECESIDAD  
 Cliente  
 Necesidad  
 Validación  
 Condicionantes  
 Estrategia

2.PROBLEMA  
 Problema  
 Objetivos  
 Factores  
 Requisitos

3.CONCEPTO  
 Definiciones  
 Premisas  
 Alternativas  
 Variantes  
 Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
 Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA

The screenshot shows a news website layout with a vertical scale on the left (85 PX, 299 PX, 40 PX, 299 PX, 40 PX, 299 PX) and a horizontal scale at the bottom (100 PX, 780 PX, 100 PX). The layout includes a main header image, a featured article, and three sections of news items: 'Actualidad Habanera', 'Actualidad Deportiva', and 'Actualidad Cultural'. Each news item includes a title, a short description, a date, and a view count.

**Actualidad Habanera**

- La Habana**  
**Anuncian cambios de servicios en aeropuerto José Martí por visita del Patriarca Kiril**  
 La antorcha olímpica está recorriendo más de 300 ciudades de todos los estados brasileños, hasta su entrada al estadio Maracanã el 5 de agosto, cuando se inauguren los Juegos de Río...  
 30/02/2016 25,782
- La Habana**  
**Con motivo de la visita oficial a nuestro país del Patriarca Kiril de Moscú**  
 Con motivo de la visita oficial a nuestro país del Patriarca Kiril de Moscú y Toda Rusia a partir del día 11 del presente mes, y su encuentro oficial con Su Santidad el Papa... Francisco, en las...  
 30/02/2016 92,782
- La Habana**  
**Anuncian cambios de servicios en aeropuerto José Martí por visita del Patriarca Kiril**  
 Una demanda por negligencia contra la Malaysia Airlines presentaron hoy los familiares de la tripulación del avión con vuelo MH17 derribado en julio de 2014 cuando pasaba...  
 30/02/2016 61,782
- La Habana**  
**Anuncian cambios de servicios en aeropuerto José Martí por visita del Patriarca Kiril**  
 Dr. cubano Argelio Hernández Pupo lleva la antorcha olímpica de Río 2016, 27 de mayo de 2016...  
 30/02/2016 161,782  
 Más noticias

**Actualidad Deportiva**

- La Habana**  
**Anuncian cambios de servicios en aeropuerto José Martí por visita del Patriarca Kiril**  
 Con motivo de la visita oficial a nuestro país del Patriarca Kiril de Moscú y Toda Rusia a partir del día 11 del presente mes, y su encuentro oficial con Su Santidad el Papa... Francisco, en las...  
 30/02/2016 55,782
- La Habana**  
**Anuncian cambios de servicios en aeropuerto José Martí por visita del Patriarca Kiril**  
 La antorcha olímpica está recorriendo más de 300 ciudades de todos los estados brasileños, hasta su entrada al estadio Maracanã...  
 30/02/2016 35,782
- La Habana**  
**Anuncian cambios de servicios en aeropuerto José Martí por visita del Patriarca Kiril**  
 El médico holguinero Argelio Hernández Pupo, quien brinda servicios en Brasil, se convirtió en el primer cubano que conocamos haya...  
 30/02/2016 3,782
- La Habana**  
**Anuncian cambios de servicios en aeropuerto José Martí por visita del Patriarca Kiril**  
 Con motivo de la visita oficial a nuestro país del Patriarca Kiril de Moscú y Toda Rusia a partir del día 11 del presente mes, y su encuentro oficial con Su Santidad el Papa... Francisco, en las...  
 30/02/2016 1,782  
 Más noticias

**Actualidad Cultural**

- La Habana**  
**Anuncian cambios de servicios en aeropuerto José Martí por visita del Patriarca Kiril**  
 Hasta ahora ningún de los grupos en beligerancia se responsabilizó con el lanzamiento del cohete de fabricación rusa...  
 30/02/2016 782
- La Habana**  
**Anuncian cambios de servicios en aeropuerto José Martí por visita del Patriarca Kiril**  
 Con motivo de la visita oficial a nuestro país del Patriarca Kiril de Moscú y Toda Rusia a partir del día 11 del presente mes, y su encuentro oficial con Su Santidad el Papa... Francisco, en las...  
 30/02/2016 55,782
- La Habana**  
**Anuncian cambios de servicios en aeropuerto José Martí por visita del Patriarca Kiril**  
 Tal vez se refirió a los 33 millones de dólares con que una firma australiana compensó a los familiares de los 33 ciudadanos rusos muertos...  
 30/02/2016 981
- La Habana**  
**Anuncian cambios de servicios en aeropuerto José Martí por visita del Patriarca Kiril**  
 Presentamos la denuncia porque los directivos de la aerolínea no advirtieron del peligro de pasar por un lugar en conflicto bélico, explica Balañ Nair, abogado de los querrelantes...  
 30/02/2016 88,782  
 Más noticias

# PÁGINAS TIPO

## Actualidad - nivel 2

1.NECESIDAD  
 Cliente  
 Necesidad  
 Validación  
 Condicionantes  
 Estrategia

2.PROBLEMA  
 Problema  
 Objetivos  
 Factores  
 Requisitos

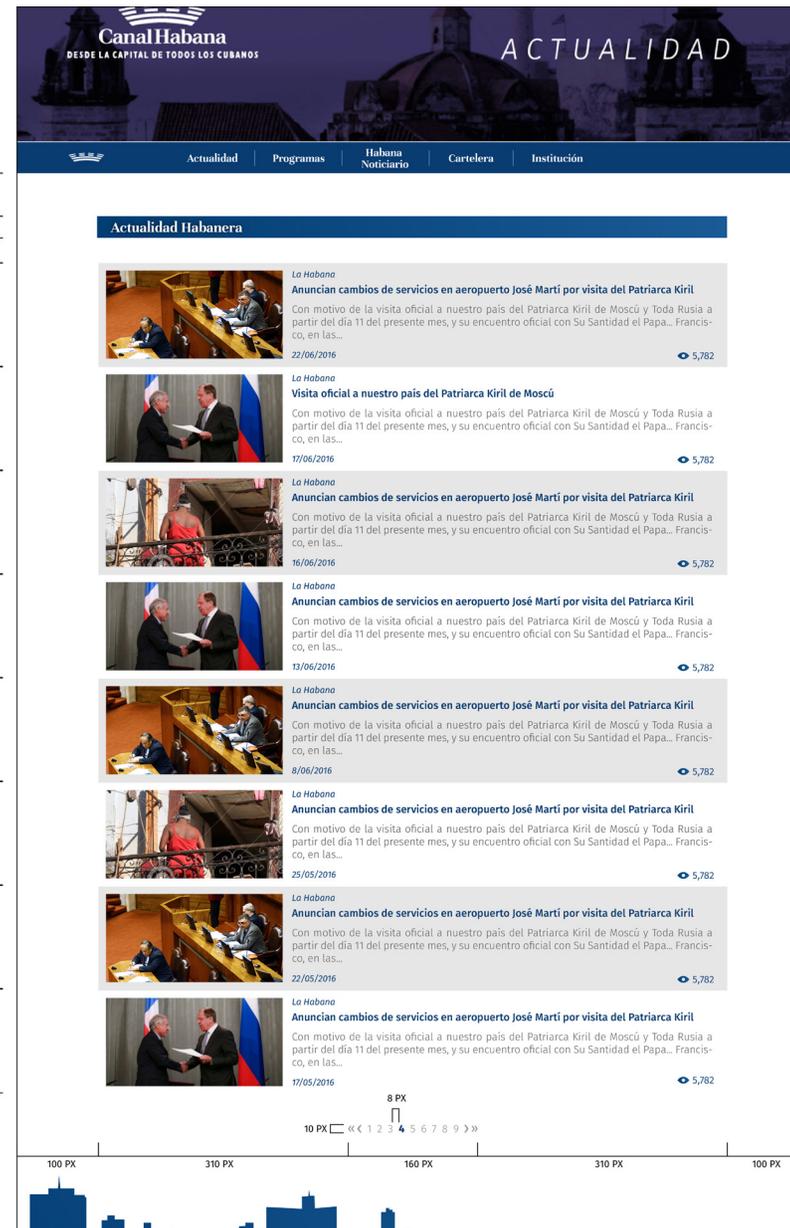
3.CONCEPTO  
 Definiciones  
 Premisas  
 Alternativas  
 Variantes  
 Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
 Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA



# PÁGINAS TIPO

## Página de noticia

1.NECESIDAD  
 Cliente  
 Necesidad  
 Validación  
 Condicionantes  
 Estrategia

2.PROBLEMA  
 Problema  
 Objetivos  
 Factores  
 Requisitos

3.CONCEPTO  
 Definiciones  
 Premisas  
 Alternativas  
 Variantes  
 Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
 Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA

Candidatos sobrecalificados manejan pretensiones a la baja y ajustan su CV paratener más opciones.  
 Foto: Reuters

23 PX

124 PX

26 PX 10 PX 26 PX 10 PX 26 PX

104 PX 42 PX 27 PX

54 PX

174 PX 632 PX 174 PX

Camagüey, Cuba, 5 nov.- Miguel Fatjó, un experimentado vaquero de rodeo de esta provincia central, nunca pensó que a los 60 años su vida cambiaría. Sin embargo, la equinoterapia le mostró nuevas maneras de ayudar a niños y niñas con discapacidad.

Este hombre ayudó a fundar el Centro de Rehabilitación, en Camagüey, a 534 kilómetros al este de La Habana, que hoy apoya a pequeños con retardo del desarrollo, psicomotor, lesión estática del sistema nervioso central, síndrome genético (incluido Down), enfermedades neurológicas y malformaciones congénitas, entre otras.

Fambién atiende los casos de autismo, amputados, cardiopatía congénita compensada, discapacidad intelectual, trastornos con déficit de atención o hiperactividad, psicosis infantil, fobia, retraso del lenguaje, síndrome de Wuess, tipos de escoliosis, problemas sensoriales, visuales, auditivos y fonológicos, así como implantes cocleares.

"La equinoterapia no es algo nuevo. Pero hoy se conoce que los equinos emiten entre 110 y 120 impulsos nerviosos en un minuto a través de la médula espinal a la parte motora del cerebro", explicó Fatjó a la Redacción IPS Cuba.

Según expertos, un caballo entrenado en el paso tridimensional – tres puntos de apoyo y uno en el aire- realiza movimientos ascendentes, descendentes, rotación y flexión, que incitan a trabajar la masa muscular del niño o niña, algo que no se consigue en la cama o silla de ruedas.

**Ese ejercicio da orientación espacial al paciente, cuya calidad de vida mejora.**

"Al principio, salud pública no quiso participar. Alegaban que eso no estaba incluido en ningún tratamiento ni institucionalizado. Pero las buenas referencias de los padres los hizo cambiar de opinión y mandaron los primeros defecctólogos y rehabilitadores", mencionó el vaquero.

También el calor corporal del caballo (38 grados) provoca distensión del cinturón pélvico y los miembros inferiores. Los impulsos rítmicos del lomo se transmiten al cerebro a través de la columna vertebral, favoreciendo la relajación muscular y la estabilización dinámica del tronco y la cabeza, y la coordinación.

"Los pacientes llegan de todo el país", señaló el vaquero. "Evolucionan de una manera extraordinaria. Algunos llegaron en estado casi vegetativo, sin tono muscular, fuerza en el tronco y cuello, ni agarre en las manos", detalló.

Hace más de una década, Rosario Camejo, presidenta de la no gubernamental Asociación Cubana de Producción Animal en Camagüey, buscó a Fatjó y le dijo: "Vi en La Habana algo que debemos tener. Tú eres el hombre para hacerlo".

Juntos fueron a Río Verde, en la periferia de la capital, donde un criador de caballos pura sangre realizaba terapias con niños sordo ciegos. Entonces Fatjó se dio a la tarea, que luego fue perfeccionando en varios cursos.

174 PX 632 PX 174 PX

José Bernardo comentó: 12 de febrero (14:35)  
 Este tipo de interacciones culturales pueden significar mucho para el desarrollo de los estudiantes y crear nuevos caminos para sus vidas como profesionales, aseguro el ex bailarín de Danza Contemporánea de Cuba.  
 >Responder

Teresa Mildred comentó: 12 de febrero (18:21)  
 Juntos fueron a Río Verde, en la periferia de la capital, donde un criador de caballos pura sangre realizaba terapias con niños sordo ciegos. Entonces Fatjó se dio a la tarea, que luego fue perfeccionando en varios cursos.  
 >Responder

José Bernardo comentó: 12 de febrero (18:21)  
 "Los pacientes llegan de todo el país", señaló el vaquero  
 >Responder

Nombre (opcional)...

Deja tu comentario aquí...

>Comentar

# PROTOTIPOS VISUALES

## Home

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

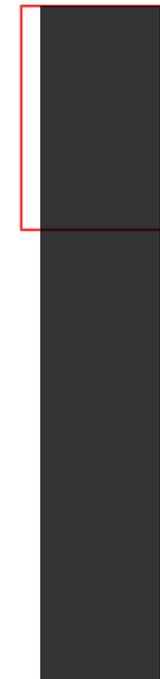
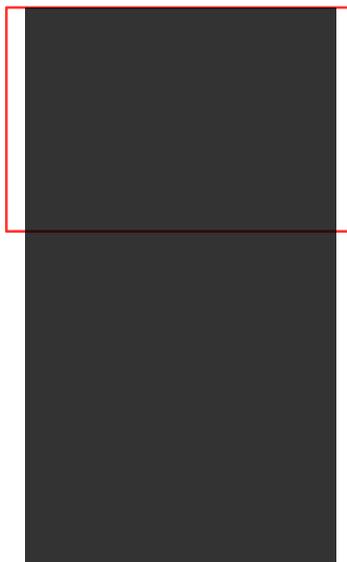
3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA



# PROTOTIPOS VISUALES

## Home

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

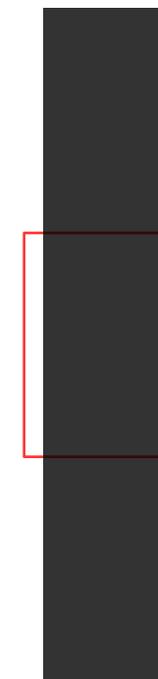
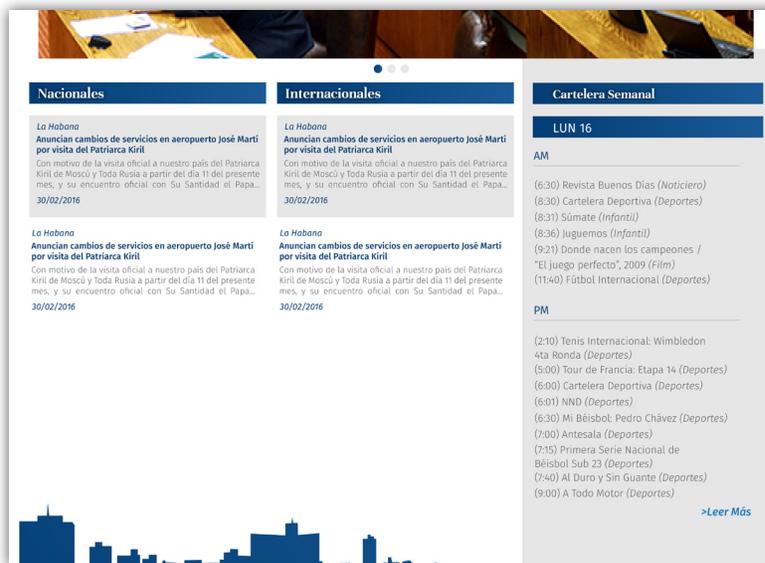
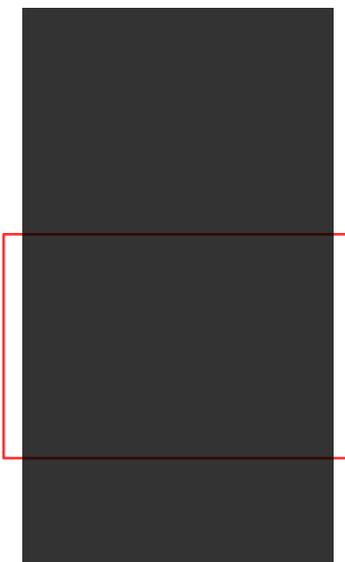
3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA



# PROTOTIPOS VISUALES

## Actualidad

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condiciones  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

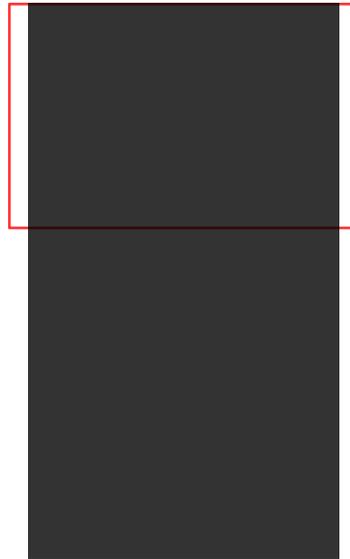
3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA



# PROTOTIPOS VISUALES

## Actualidad

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

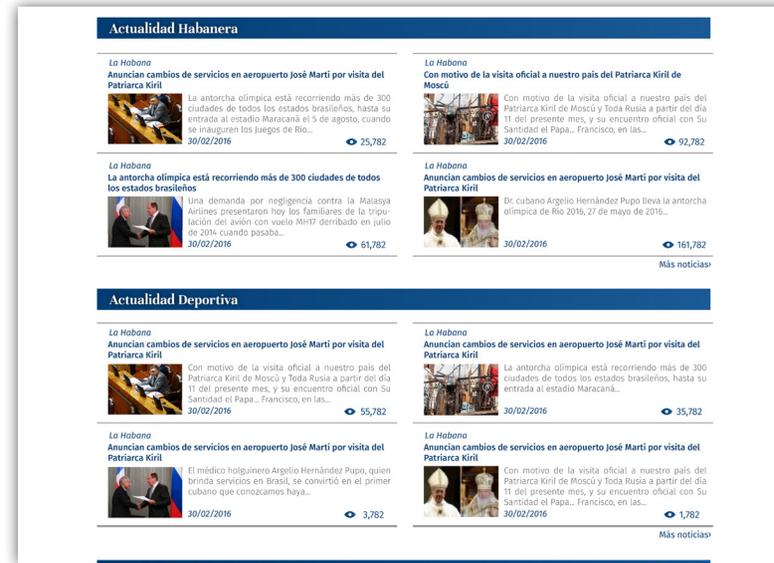
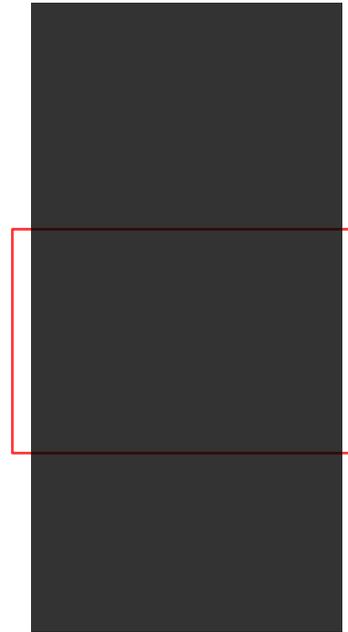
3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA



# PROTOTIPOS VISUALES

## Actualidad

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

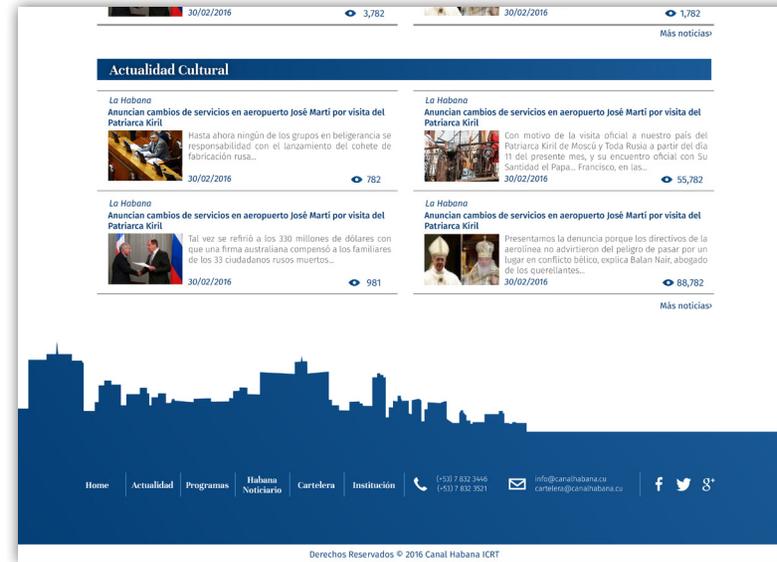
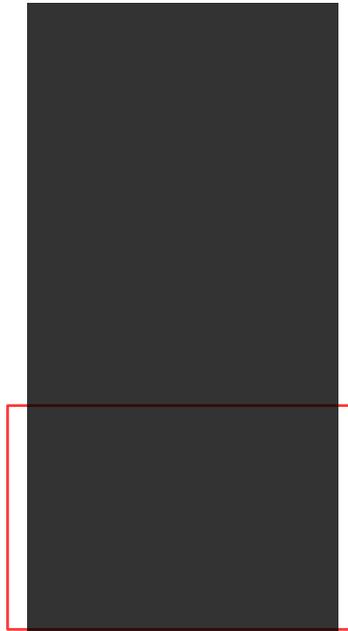
3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA



# PROTOTIPOS VISUALES

## Programas

1.NECESIDAD  
 Cliente  
 Necesidad  
 Validación  
 Condicionantes  
 Estrategia

2.PROBLEMA  
 Problema  
 Objetivos  
 Factores  
 Requisitos

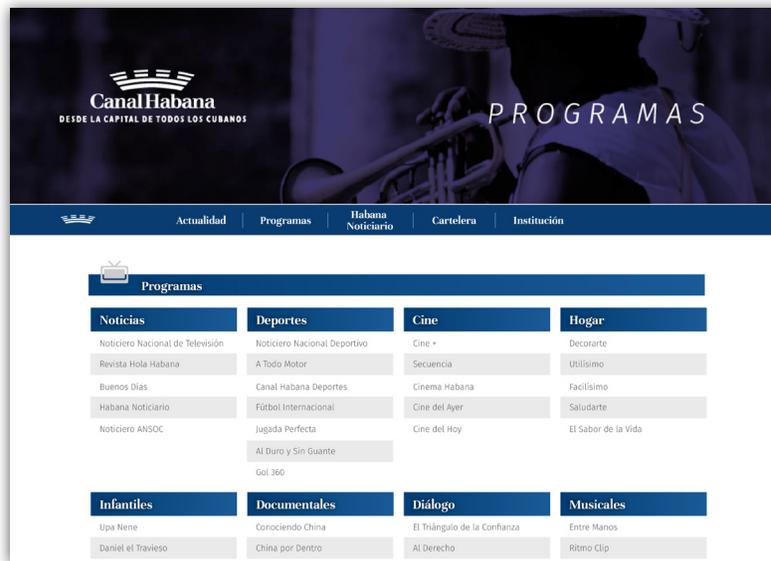
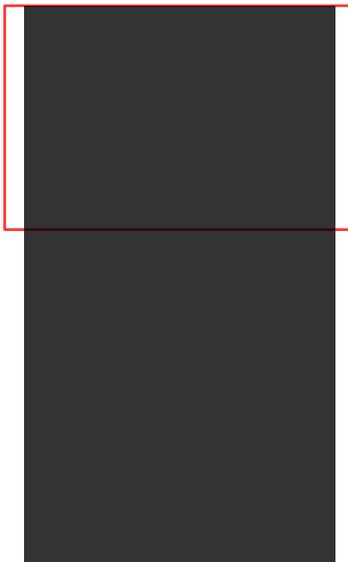
3.CONCEPTO  
 Definiciones  
 Premisas  
 Alternativas  
 Variantes  
 Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
 Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA



# PROTOTIPOS VISUALES

## Cartelera

1.NECESIDAD  
 Cliente  
 Necesidad  
 Validación  
 Condicionantes  
 Estrategia

2.PROBLEMA  
 Problema  
 Objetivos  
 Factores  
 Requisitos

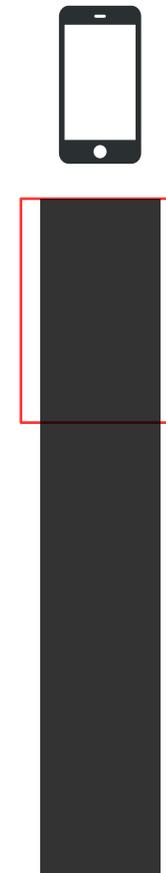
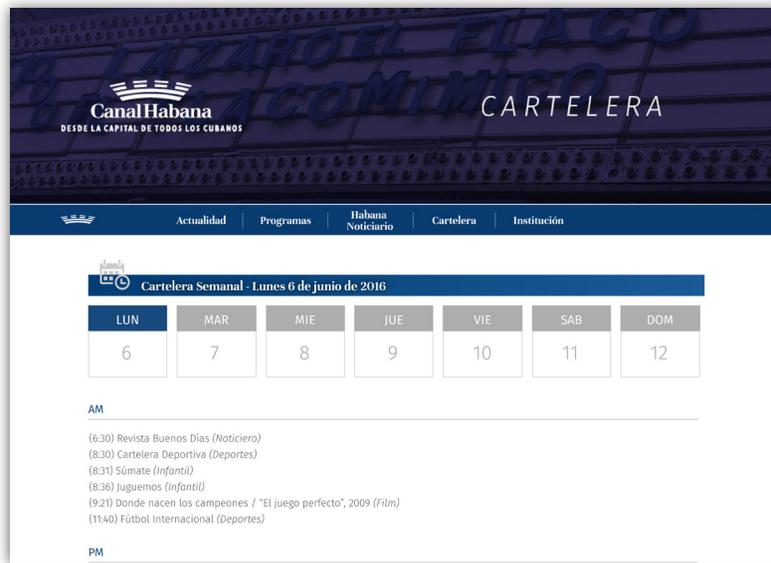
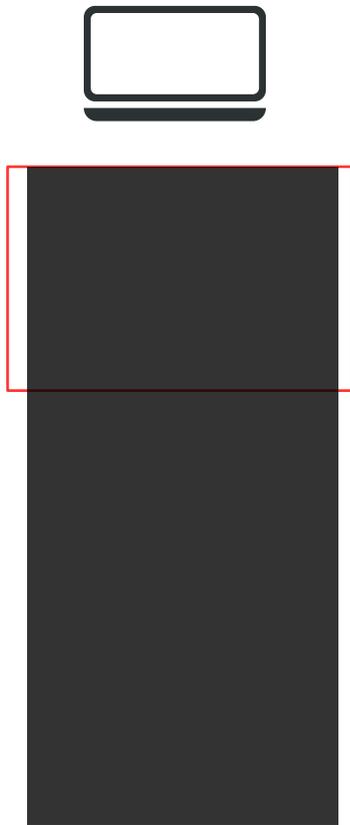
3.CONCEPTO  
 Definiciones  
 Premisas  
 Alternativas  
 Variantes  
 Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
 Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA



# PROTOTIPOS VISUALES

## Institución

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

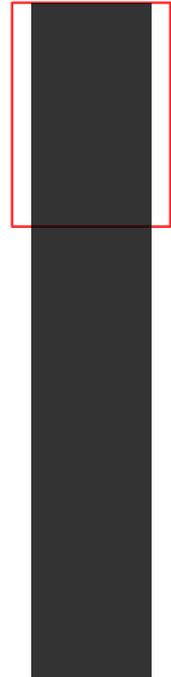
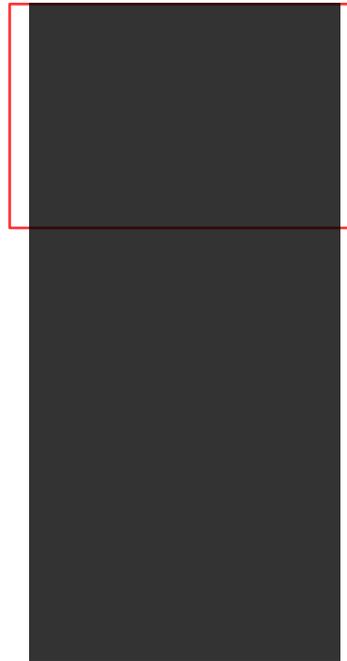
3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA



# RENDERS

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condiciones  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

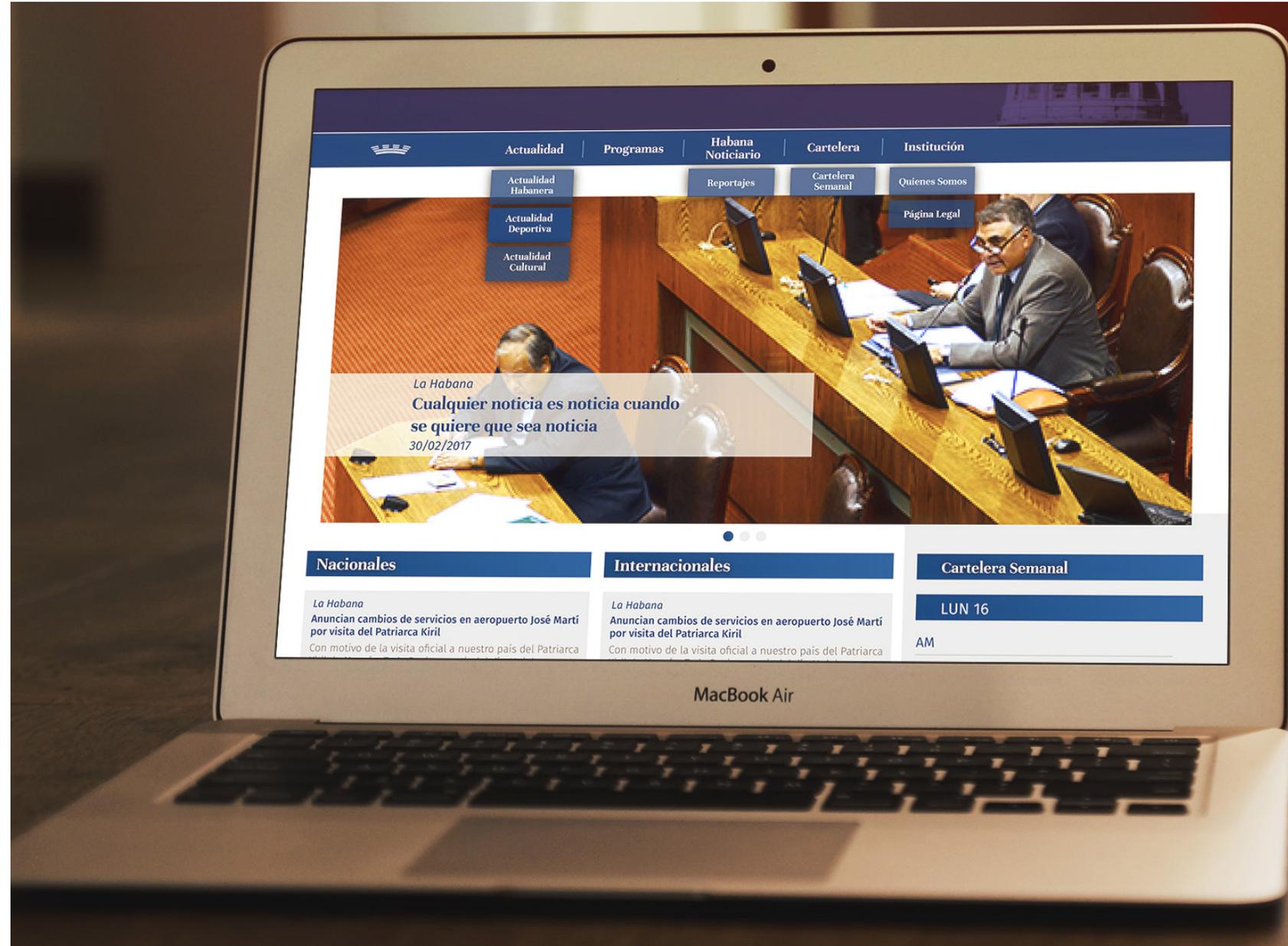
3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA



# RENDERS

## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

**SITIO WEB**  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA



# RENDERS

1.NECESIDAD  
Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condiciones  
Estrategia

2.PROBLEMA  
Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

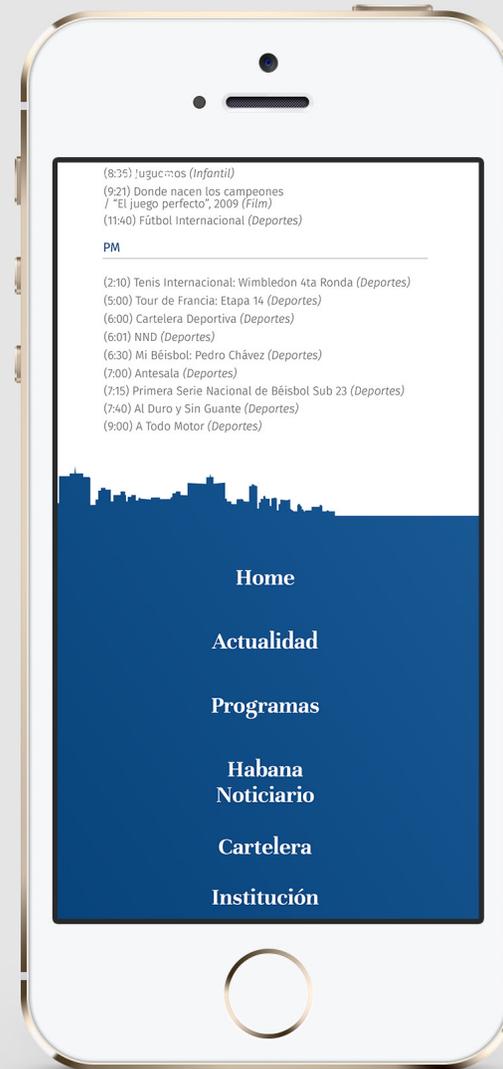
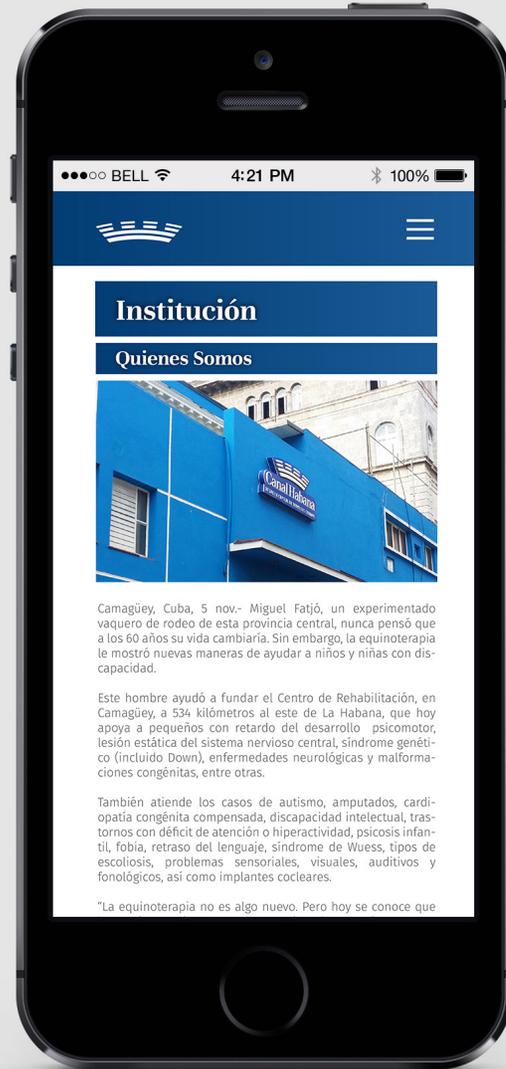
3.CONCEPTO  
Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

4.DESARROLLO  
**SITIO WEB**  
Aplicaciones

5.CONCLUSIONES

6.RECOMENDACIONES

7.BIBLIOGRAFÍA



## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

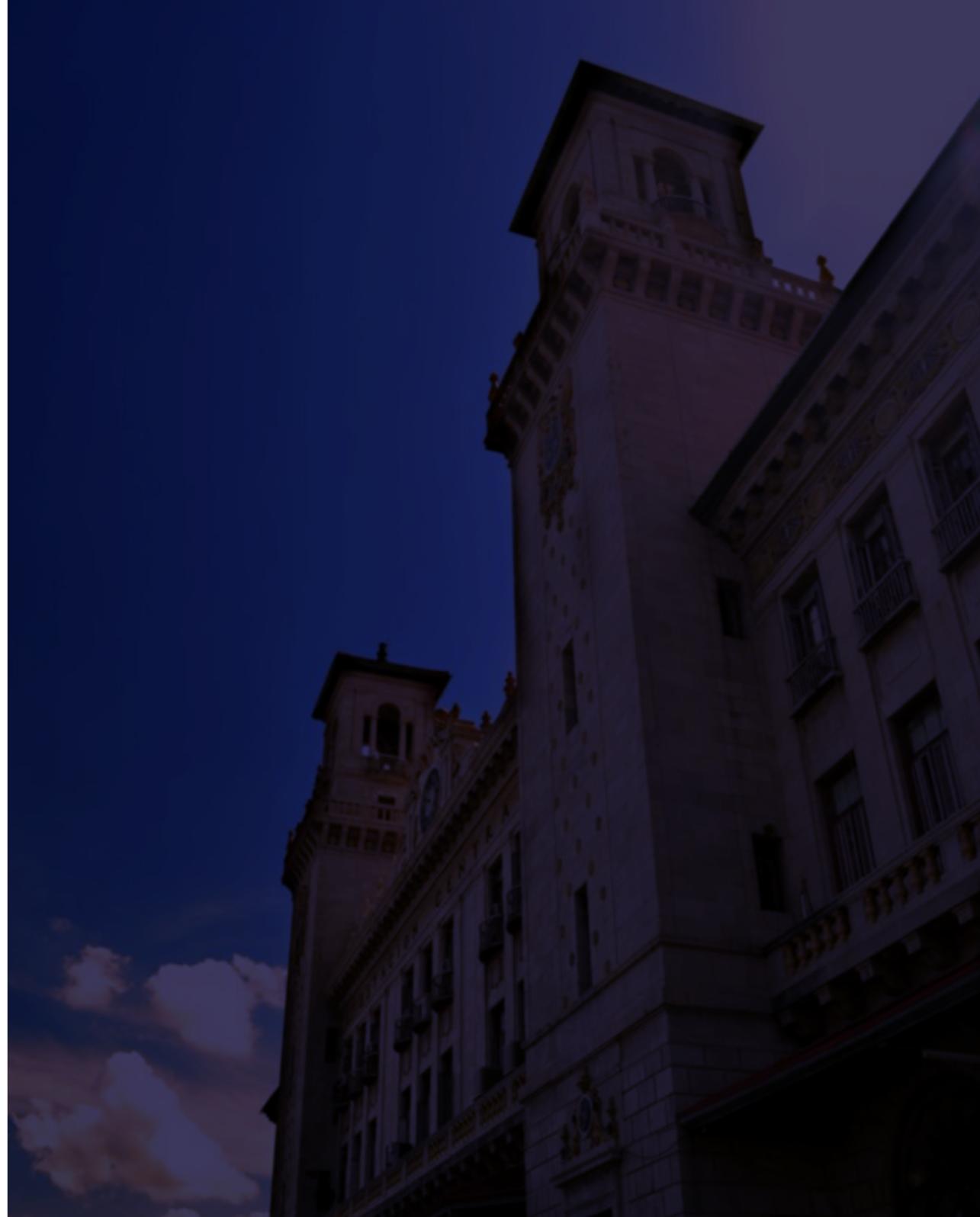
## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

El presente Trabajo de Diploma abordó las etapas de diseño previstas para el desarrollo del Manual de Identidad y el Sitio Web del Canal Habana. El consecuente trabajo y esfuerzo en cada una de las etapas dio respuesta al problema planteado, pues los resultados obtenidos muestran una imagen original y coherente con el discurso de identidad. La metodología que pauta el proceso de trabajo se siguió en cada etapa con el fin de profundizar en los temas pertinentes y así llegar a un proceso creativo consecuente con la realidad del canal.

El Manual de Identidad es solo un punto de partida, ahora la institución cuenta con signos que la identifican y que deben ser implementados correctamente para cumplir con su función final de posicionar la marca correctamente y que sea percibida positivamente por el público, así como garantizar su calidad funcional y estética. El diseño de la web respeta los atributos definidos en el proceso de conceptualización.

De este modo podemos concluir que el alcance previsto para el Trabajo de Diploma fue cumplido, así como los objetivos definidos en la etapa problema dando respuesta al encargo del cliente respetando los tiempos establecidos para la culminación del proyecto. El éxito de este trabajo dependerá de cuán riguroso sea el seguimiento de las pautas establecidas en el manual de identidad y de estilos para el sitio web, por lo que se deben respetar las decisiones tomadas para garantizar el correcto funcionamiento del diseño que hará posible la implementación paulatina de los resultados del proyecto.



## 1.NECESIDAD

Cliente  
Necesidad  
Validación  
Condicionantes  
Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema  
Objetivos  
Factores  
Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones  
Premisas  
Alternativas  
Variantes  
Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web  
Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## **6.RECOMENDACIONES**

## 7.BIBLIOGRAFÍA

- Proponemos la implementación de este proyecto.
- La implementación del proyecto debe ser atendida por personal calificado para este tipo de trabajo (equipo de trabajo de un diseñador gráfico, arquitecto de la información y un programador o maquetador), para asegurar el correcto funcionamiento del Sitio Web, garantizando resultados efectivos según las condicionantes productivas.
- Respetar las pautas y reglamentos presentados en los manuales de identidad y de estilos gráficos del sitio.

## 1.NECESIDAD

Cliente

Necesidad

Validación

Condicionantes

Estrategia

## 2.PROBLEMA

Problema

Objetivos

Factores

Requisitos

## 3.CONCEPTO

Definiciones

Premisas

Alternativas

Variantes

Concepto Óptimo

## 4.DESARROLLO

Sitio web

Aplicaciones

## 5.CONCLUSIONES

## 6.RECOMENDACIONES

## 7.BIBLIOGRAFÍA

### LIBROS

- Olins, Wally. Identidad Corporativa. Celeste Ediciones. 1991.
- Davis, Jack. Diseño de páginas WEB. ND 468.
- Cuello, Javier; Vittone, José. Diseñando apps para móviles. ISBN: 978-84-616-5070-5
- Nielsen, Jakob. Usabilidad. Diseño de sitio Web. Madrid, España. Pearson Educación.SA, 2000.
- Elam, Kimberly. Sistemas reticulares. Barcelona, España: Editorial GG, 2006. 126p

### TESIS

- González Borbolla, Javier Alejandro; Rodríguez Bello, Daniela Laura; “Campaña promocional por el Décimo Aniversario del Canal Habana”, Tesis de Diploma. ISDi. 2014-2015.
- Sánchez Sánchez, Miguel Armando: “Diseño de nuevos signos de identidad para el Canal Habana.” Tesis de diploma, ISDi, La Habana, Cuba, 2012-2013
- Cabrera Piña, Arianna; García Fernández, Olga E. “Sistema de Identidad Visual y Sitio Web de la Universidad de Ciego de Ávila Mayor General Máximo Gómez Báez”, Tesis de Diploma. ISDi. 2013-2014.

### CONFERENCIAS

(Departamento de Comunicación Visual. ISDi)

- Conferencia de Taller Pre-profesional: Conferencia Introductoria. Curso 2014-2015
- Conferencia de Taller Pre-profesional: Etapa Necesidad. Curso 2014-2015

- Conferencia de Taller Pre-profesional: Etapa Problema. Curso 2014-2015
- Conferencia de Diseño de Identidad: Nombre de Marca. Curso 2011-2012
- Conferencia de Diseño de Identidad: Logotipo e imagotipo. Curso 2012-2013

### WEB

- <http://www.tvcubana.icrt.cu>
- <http://www.radiorebelde.cu>
- <http://www.juventudrebelde.cu>
- <http://www.cubadebate.cu>
- <http://www.aragontelevision.es>
- <http://www.telemadrid.es>
- <http://www.canalsur.es>
- <http://www.librosweb.es/libros/bootstrap> 3, el manual oficial
- <http://getbootstrap.com>
- <http://es.wikipedia.org>
- <http://www.w3c.es.org>
- <http://www.awwwards.com>
- <http://www.ati.es/novatica/glointv2.html>
- <http://manuelbaronetti.com.ar/blog>
- <http://icomoon.io>
- <http://www.streamlineicons.com>



DISEÑO SITIO WEB Y DE MANUAL DE IDENTIDAD  
**CANAL HABANA**

Facultad Diseño de Comunicación Visual  
INSTITUTO SUPERIOR DE DISEÑO  
2015 - 2016