

Transición de Medios Impresos a Digitales

CARACTERÍSTICAS DE INTERNET

Multimedia

La definición de multimedia dada por la revista inglesa *Multimedia: computing with sound and motion* en su primera edición es la siguiente:

"Multimedia es todas las cosas para todas las personas. El nombre puede referirse a un significado altamente específico o a menos que nada, dependiendo de la audiencia. De hecho, multimedia es una mezcla singular de tecnologías dispares con aplicaciones superpuestas persiguiendo un mercado y una identidad" (cfr. en Feldman, 1997:23).

Siguiendo términos tecnológicos para llegar a otra definición, Signe Hoffos la define en términos de la tecnología que la provee:

"Idealmente, los sistemas multimedia proveen en una simple caja o espacio, todo el hardware y software necesarios para combinar las imágenes fijas y en movimiento –incluyendo video, fotografía, gráficas computarizadas y animación– con sonido, texto, datos generados por computadora y programas; los cuales pueden ser grabados en un objeto como unidad zip o disco óptico" (cfr. en Feldman, 1997:24).

Feldman, da su definición como sigue:

"'Multimedia' es la integración de datos, texto, sonido e imágenes de todo tipo, en un sencillo ambiente de información digital" (Feldman, 1997:24).

A estas expresiones tecnológicas mixtas (video, imagen fija o fotografía, animación, infografía, sonido, texto y plug-ins) que forman el coctel de medios para dar soporte y forma a los requerimientos técnicos de integración de un sitio en Internet, se les denominará en esta tesis como Criterios Multimedia.

Interactividad

La interacción es la relación directa cara a cara, coincidiendo dos o más sujetos en un espacio temporal. Interactividad, por otro lado, es una relación mediada, el espacio y el tiempo son secundarios. La enseñanza-aprendizaje entre el contenido y el usuario se logra mediante una interfaz que enfatiza la participación activa de éste.

En el libro *An Introduction to Digital Media* se muestran ciertas características y funciones de la interactividad que a continuación se exponen. Es el valor agregado de Internet pues representa la manera como un producto alcanza al usuario, ofreciendo el potencial para crear una nueva era de sistemas informativos, de entretenimiento y educación. Sus pilares estructurales son estas dos preguntas: ¿cómo se desenvuelve el usuario a través de las bases de datos? y ¿cómo interactúa éste con el sistema artificial (interfaz)?

La interactividad arrasa con el paradigma unilateral, unidireccional y unidimensional al que estábamos acostumbrados, y asimismo, con la pasividad de las experiencias humano-computadora. Dota al usuario de cierta influencia y grado de control sobre el acceso a la información y los desenlaces probables en ésta. Las decisiones tomadas influyen las consecuencias durante el camino a seguir a través de la información. Sin embargo, la experiencia del usuario no es cien por ciento libre, pues los programas y sitios moderan el tránsito por medio de controles, opciones, encrucijadas, propuestas y restricciones previamente definidos para ser seleccionados o comunicados con el fin de obtener lo necesario del sistema mediante estrategias de búsqueda en las bases de datos (Feldman, 1997). Esto significa que establece un mecanismo de comportamiento dividido en tareas simples para facilitar la asimilación del proceso, pues de otro modo, sería muy complejo de abordar directamente.

Las interfaces más eficaces son aquellas que dan poder sobre la máquina, son fáciles de usar y convenientes; manejando un aprendizaje intuitivo sin necesidad de entrenamiento o manuales (Feldman,1997). Muchas veces, estas interfaz se basan en metáforas extraídas de la realidad porque el contacto entre el humano y la computadora va así suavizado por un sentimiento de confianza e identificación con lo cotidiano, pero son en realidad un 'espacio de acción' (Bonsiepe,1997: 43). Un punto débil de la interactividad es que no ha logrado mover las fibras emotivas o sentimentales, tanto como las mentales, perdiéndose gran parte de la retroalimentación como seres humanos; a pesar de que constantemente se trata de representar la realidad.

"Así como todos los artefactos son palabras, todas las palabras y lenguajes son artefactos... El rol de la metáfora es la elevación de un fondo oculto hacia la sensibilidad... las tecnologías, al igual que las palabras, son metáforas. De este modo, comprometen la transformación del usuario en tanto que establecen nuevas relaciones entre éste y sus medios." (McLuhan, 25).

Aunque las interfaces permiten al usuario interactuar cómodamente, todavía son consideradas tareas demasiado demandantes que requieren un grado de esfuerzo mental, lo cual merma la atención e interés del usuario. Sin embargo, como dijo Einstein: *"las cosas deben mantenerse tan sencillas como sea posible, pero no más sencillas"* (cfr. en Feldman, 1997). Interactuar con un sistema o programa de cómputo no es una idea sencilla de asimilar y en realidad pocas veces se está consciente de ello; se trata de un proceso de aprendizaje durante el cual el usuario debe familiarizarse según su capacidad de adaptación, y por ello, no se le debe exigir que desde un principio sepa moverse con gran soltura en una

interfaz compleja, pero tampoco subestimarse y ofrecerle siempre las mismas opciones. El diseño efectivo y la implementación de la interactividad en todos sus aspectos son cruciales para el éxito de medios interactivos y en un orden mayor, son herramientas para la construcción de nuevos paradigmas.

La libertad proporcionada por la interactividad emancipa a los usuarios, pero por otro lado, se corre el riesgo de darles tanto poder al modelar sus propias experiencias de contenido que el único mensaje transmitido y recibido es aquel elegido para ser creado por el usuario; quien muchas veces no está preparado para interactuar con el equipo o ignora el resto de la trama de mensajes creados para complementar su recorrido.

Niveles de interactividad

En seguida, se mostrarán al lector los cuatro niveles de interactividad que se identificaron a raíz del avance de las generaciones de espacios digitales que describe Gustavo Ross Quass y la observación de sitios analizados en la red (cfr. en Islas,2000):

Primero. Ofrece una interacción básica por operaciones de contacto entre el usuario y el contenido –uniforme y estático–, accediendo a sus diferentes rincones por los hipervínculos.

Niveles de interactividad

Segundo. El usuario participa en actividades o interacciones aisladas, delimitadas por los creadores del sitio (formularios, directorios, foros, libros de visitas y chats). La novedad es que se puede convivir con otros usuarios.

Tercero. El usuario genera contenidos bajo control, fungiendo de coautor y modificando la información. La interacción se caracteriza aquí por su dinamismo y personalización, apoyada por bases de datos; el navegante tiene el poder de elegir sus rutas y contenidos.

Cuarto. Es un sistema mucho más complejo y actual (que apenas se está probando) basado en sistemas inteligentes que distinguen los requerimientos, perfiles e intereses de los usuarios, enriqueciendo su base de datos con cada visita y permitiendo una personalización mucho más avanzada que en el nivel anterior.

Criterios de interactividad

Hipertexto o lectura no secuencial e Hipermedia

El nombre de hipertexto fue acuñado en 1965 por Ted Nelson durante la aplicación de 'Xanadu', una base de datos hipertextual; pero como concepto fue creado por Vannever Bush desde 1945, al proponer el 'Memex', un dispositivo analógico que permite el almacenamiento de grandes cantidades de información, dejando al lector la posibilidad no sólo de navegar en esta masa de textos sino también de establecer conexiones (links) entre ellos, construyendo recorridos (trails) que otros lectores pueden seguir en el futuro (<http://www.kaleidos.org/hyperpage/crono1.html> accesado el 3 de mayo de 2003).

El Dr. V. Balasubramanian lo define así:

"Los sistemas hipertextuales están basados en un enfoque en que el usuario tiene la posibilidad de crear, agregar, enlazar y compartir información de fuentes diversas, proveyendo la posibilidad de acceder a documentos de manera no secuencial a diferencia de sistemas de información más tradicionales en los cuales el acceso es naturalmente secuencial" (cfr. en <http://www ldc.usb.ve/~abianc/hipertexto.html> y accesado el 16 de enero de 2003).

Hipermedia es exactamente lo mismo, pero refiriéndose a los sistemas hipermedios y tratando de recrear con mejor fidelidad el pensamiento humano que no se limita a lo verbal y por ende, no es absolutamente textual; es decir, texto, imágenes y sonidos asociados unos con otros mediante vínculos denominados hipervisual o hiperaudio, dependiendo de la naturaleza de la información.

"Sabemos que, sin la ayuda de un medium, el organismo humano dispone de dos sistemas emisores, el sistema motor y el sistema fónico, y de tres canales de recepción, el canal táctil, el canal visual y el canal auditivo. El canal táctil y el canal auditivo son multidireccionales, el canal visual es lineal y sólo se convierte en multidireccional por la adición del movimiento, es decir, por el barrido" (Escarpi, 1973, 161).

También McLuhan tenía una visión sobre la no secuencialidad y su calidad en comparación con las estructuras lineales:

"El hombre electrónico, al hallarse en una arena de información simultánea, también se ve excluido cada vez más del mundo (visual) más tradicional y antiguo donde el espacio y la razón parecen ser uniformes, estables y estar relacionados. En cambio, el hombre occidental (visual y secuencial) se descubre ahora relacionado con la información, en forma habitual, estructuras que son simultáneas, discontinuas y dinámicas. Fue sumergido en una nueva forma de conocimiento, alejada de su habitual experiencia ligada a la página escrita. En la misma forma en que el sentido del oído capta detalles de todas las direcciones al mismo tiempo, dentro de una esfera de 360 grados, de manera similar a un campo magnético o eléctrico; de modo que el conocimiento en sí está siendo reconstruido y recuperado en forma acústica" (McLuhan,1989:31).

Transición de Medios Impresos a Digitales

CARACTERÍSTICAS DE INTERNET

Usabilidad

Este término muy común en software y relevante a cualquier artefacto humano se refiere a la característica de ser fácil, conveniente e intuitivo de usar al realizar diversas tareas efectivamente para complacer al humano. No sólo se limita a comunicar contenido, sino busca comunicarlo basada en cómo será experimentado por el usuario. Puede ser medido por la facilidad de uso, rapidez con que se desempeña, utilidad, los errores cometidos, qué tan rápido y fácil se aprende a usar el producto, la apreciación del usuario y qué tanta satisfacción logra dejar en la gente que lo utiliza. Conforme avanzan los estudios y estadísticas al respecto, se van incluyendo más factores para evaluar la usabilidad como la seguridad, funcionalidad, utilidad, efectividad de costos, etcétera.

La siguiente definición de usabilidad es de una estandarización ISO 9241 de la International Standardization Organization (ISO) referente a la ergonomía en sistemas humanos de interacción o métodos de usabilidad enfocados al diseño centrado en el humano:

Usabilidad:

La efectividad, eficiencia y satisfacción con la que usuarios específicos logran metas específicas en ambientes particulares.

Efectividad:

La precisión y completación con la cual los usuarios pueden lograr metas específicas en ambientes particulares.

Eficiencia:

Los recursos empleados en relación con la precisión y completación de los objetivos alcanzados.

Satisfacción:

El comfort y aceptabilidad del sistema de trabajo para los usuarios y otras personas afectadas por su uso.

(cfr. en <http://www.webaliza.com/philosophy/usability.html> y accesado marzo 18, 2003)

Sin embargo, ciertos aspectos de la usabilidad son guiados por el sentido común y serán cuestionados en esta tesis, para comprender mejor el espacio al que se enfrenta el diseñador. Como visionario, éste debe adelantarse al comportamiento social y tecnologías existentes hasta la fecha, con el fin de buscar discursos de diseño acordes al contexto que se presenta. La usabilidad no debe estar limitada por un costumbrismo y recetas para vender más, satisfaciendo siempre la pereza de pensar; al contrario, el diseñador no puede subestimar al usuario, dejándose llevar sólo por estadísticas que demuestran lo favorable de dejar las cosas como están para beneficio de un desarrollo mediocre. Al usuario se le debe enseñar, retarlo a aprender y adquirir una amplia cultura del lenguaje visual, desechando lo convencional e incitándolo a experimentar ideas que desestabilicen las certidumbres establecidas.

En épocas pasadas, se subestimaba la participación del diseñador en la creación de sitios web, ya que su trabajo era considerado de 'adorno' e incluso un distractor u obstaculizador de la usabilidad para el usuario. Por eso, con el afán de seguir ciertas pautas, se comenzó a uniformar y limitar el diseño para web, bajo la premisa de 'hay que mantener las cosas sencillas' –en ocasiones demasiado sencillas- para beneficio del usuario. Finalmente, se ha logrado un gran avance en la comprensión y aceptación general de la usabilidad y la integración del diseño como pieza clave en la misma. Por supuesto, el diseñador no debe olvidar lo imprescindible de crear un modelo mental constante, integral y consistente para que el usuario se adapte a la interfaz de un sitio; pero esto no significa que el diseño no sea uno de los caminos para lograrlo, sobretodo si se tiene el respaldo de una buena arquitectura para web y diseño de información (habilidades que un diseñador es capaz de desarrollar).

Accesibilidad

La accesibilidad es el grado de facilidad que tiene una página para que su contenido sea disponible para todas las personas.

Para mejorar la accesibilidad hay factores que deben tomarse en cuenta como el uso de un lenguaje estructural que sea reconocido por todos los sistemas; una navegación funcional que considere el teclado como herramienta principal para lograr una fácil orientación; y contenido alternativo que apoye y explique los elementos visuales como sonidos, scripts y applets.

Simultaneidad

Internet es un medio interconectado en el cual la información digital puede ser compartida e intercambiada por un gran número de usuarios simultáneamente alrededor del mundo, imprimiéndole matices de globalización, a pesar de

ubicarse las terminales en lugares geográficamente dispersos. Esto significa que el mismo producto o contenido puede ser distribuido cuantas veces sea necesario sin las dificultades y costos implicados al intercambiar productos físicos por medio de una cadena de distribuidores; lo cual debe ser considerado como una revolucionaria transformación del sistema económico e incluso de las relaciones personales, pues no se trata solamente de comunicarse con un flujo de información, sino entre varios seres humanos.

Personalización

La interactividad permite que la información sea infinita y fácilmente manipulable en todos los niveles: desde el momento en que es creada o capturada digitalmente hasta cuando es distribuida al usuario y más allá. Entonces, se puede hablar de una libre reforma (o deformación) de datos, supeditada a los gustos, excentricidades, necesidades o experiencias de cada quien, estableciéndose paradigmas sin precedentes anteriores, aprovechables por parte de los medios, aunque definitivamente, el usuario se lleva más ventajas. Ahora no tiene que adquirir todo el producto que los publicistas o editores le quieran vender, sino solamente la parte que realmente le interesa y de la forma como ellos quieran verlo, configurando sus equipos de acuerdo a su comodidad y satisfacción.

Se rompe así la tradición de los medios sobre el privilegio dictatorial de que los usuarios vieran, leyeran y escucharan la información generada por ellos con un mínimo de selectividad. Es por eso, que las empresas ahora prestan mayor atención a los deseos de los clientes y tienen respuestas más rápidas y eficaces a sus inquietudes. El diseñador debe afrontar un nuevo rol creativo sin ser demasiado pretencioso como para controlar todas las variables, sin embargo, no debe olvidar ser líder generador de propuestas que vayan de acuerdo a las perspectivas culturales y sociales actuales.

Profundidad y Retroalimentación

Los contenidos pueden ser profundizados por el usuario al tener acceso a millones de bases de datos relacionados entre sí, transferibles por las redes. Aunado a esto, éstas pueden unir también a más de una persona, organizaciones o instituciones en intercambios de contenidos frescos, actuales y enriquecedores, que de otro modo resultarían más difíciles de realizar.

Uno de los retos a los que se han tenido que enfrentar las empresas dedicadas a proveer información en Internet es a la falta de credibilidad debido a la proliferación de datos anónimos, improbables, incongruentes o falsos. Sin embargo, todo esto es el despertar de una nueva actitud hacia la cultura digital, donde nacen comunidades electrónicas provenientes de contextos extremadamente distintos, motivadas por la idea de compartir precisamente esas diferencias que antes parecían alejar a los individuos y ahora evidentemente los acercan. La retroalimentación se intensifica produciendo una masa en constante creación de opiniones, criterios y revaloraciones que invalidan cualquier intento de uniformar una verdad absoluta; así, identificamos rasgos del pensar postmoderno "nada es verdad ni auténtico, solo existen las diferentes interpretaciones y simulaciones que celebran la pluralidad de las fuentes de placer" (Webster,1995:98).

Disponibilidad

Respecto a la facilidad para encontrar información eficaz y rápidamente provista en Internet, el diseñador tiene una excelente herramienta de aproximación al concepto Heideggeriano de lo 'presente' (*Vorhandenheit* o *present-at-hand*) y lo 'disponible' (*Zuhandenheit* o *ready-at-hand*) (cfr. en Bonsiepe,1997:3). Este último término atañe al diseño y lo diferencia del arte y la ciencia. Conforme crece la red, los datos se encuentran disponibles para cualquiera, en cualquier momento, en cualquier lugar, desde cualquier terminal conectada; sólo es cuestión de ordenarlos en una estructura que resulte familiar al usuario, "estructurar espacios de acción a través de la intervención del diseño en el material y el universo semiótico" (Bonsiepe,1997:3) sin sucumbir por completo ante la seducción de formas. Es importante considerar que un sitio web debe mantener activos y disponibles sus archivos y vínculos, para contar con información respaldada por ediciones pasadas.

Actualización instantánea

Los medios más desarrollados de la red han alcanzado un grado de actualización increíble; sus equipos están conformados por profesionales que transmiten la información minuto a minuto conforme les llega de las diferentes agencias noticiosas. Los bits pueden viajar a través de las redes de fibra óptica a la velocidad de la luz, llevando consigo datos para estructurar contenidos, imágenes, video, audio, etcétera al instante de ser obtenidos. Sin embargo, la actualización instantánea se mantiene como utopía (a la cual Internet está muy próxima) pues la

Transición de Medios Impresos a Digitales

CARACTERÍSTICAS DE INTERNET

mancuerna de ciertos aspectos humanos y tecnológicos no han evolucionado a tal grado para alcanzar este punto.

Internet desafía el concepto de tiempo al que estábamos acostumbrados. El pasado queda atrás rápidamente, sólo el presente y segundo inmediato importan en el afán de estar informados; reflejos del ritmo de vida donde la contemplación y tradiciones son obsoletos.

Criterios de Diseño

Diseño gráfico

En el sentido estético, un sitio debe ser agradable para el visitante, pues es una de las razones que captarán su atención entre otras opciones existentes en la Red; es necesario contar con elementos que proporcionen balance, equilibrio, simetría, y poder de comunicación mediante denotaciones y connotaciones semióticas, permitiendo una identificación clara de la función del sitio.

Estructura o integración de los elementos

Se refiere a la distribución, orden y enlace de las partes de las páginas del sitio; se deben tomar en cuenta la homogeneidad y el equilibrio entre los espacios ideados para colocar el contenido, los elementos de navegación y otros. Es idóneo buscar libertad y flexibilidad, mediante el balance entre espacios vacíos y la información, para evitar amontonamientos, confusión o caos. Normalmente, las páginas están divididas en columnas o campos como en trabajos editoriales normales, para permitir un ordenamiento y la comprensión efectiva espacial del contenido, con el fin de facilitar la navegación; pero muchas de ellas carecen de tales elementos, lo cual también es válido. Todo depende de la capacidad para lograr que el contenido esté bien organizado.

Jerarquización de la información

Una de las normas ya estandarizadas consciente o inconscientemente, es la disposición jerarquizada del contenido y la información, pues en Occidente se ha educado al ojo de una manera diferente a Oriente. Ésta, tiene que ver con los hábitos de lectura acumulados durante tantos siglos. Con un filtro así, no es tan fácil romper con las reglas y la información es –preferiblemente, por cuestiones de funcionalidad- dispuesta según el grado de importancia, empezando de arriba abajo y de izquierda a derecha.

Por ello existe cierta convencionalidad (que puede o no saltarse), la disposición de logos o elementos fundamentales para un sitio se colocan en la parte superior izquierda de la página; mientras las notas más importantes son acentuadas por encabezados en tamaños más grandes y colores contrastantes con el resto de la información. Por supuesto, la noticia más importante, ocupará una extensión mayor que las demás y estará colocada en un lugar visible, cuya accesibilidad sea inevitablemente captada por el ojo humano.

Funcionalidad

La funcionalidad es uno de los pilares del diseño en la red, tiene alcances mayores aparte de la usabilidad y el diseño, depende también de exigencias técnicas y pragmatismo. Pero es la función de comunicar, la más imprescindible del sitio. Un sitio completo, con los requerimientos básicos para el usuario más una oferta interesante de conceptos que sobrepase sus expectativas e información sólidamente respaldada y de fácil acceso –sin caer en lo absurdo o pretencioso- es mucho mejor que un sitio que contenga lo último en tecnología, pero tenga poco contenido que ofrecer. Sin embargo, esto sólo se logra captando la atención del navegante durante los primeros segundos de su visita, de no ser así, lo más seguro es que siga adelante con su búsqueda por otros sitios y nunca más regrese al que lo decepcionó, es más, es muy probable que no lo recuerde.

Ergonomía (legibilidad)

Debido a la gran demanda tecnológica y creativa generada por el desarrollo de sitios para web, se han creado tipografías exclusivas para mejorar la legibilidad en pantalla; hasta hace algunos años, al llevar un tipo a otra plataforma electrónica que no fuera impresa, se percibía un problema al verse borrosas las letras. Esto se debía a que los trazos no coincidían con los límites del píxel, provocando curvaturas forzadas y movimientos ondulatorios. Razón por la cual, la lectura en pantalla no es considerada conveniente si se hace durante largo rato, pues la visión del ojo debe ajustarse frecuentemente.

Las nuevas fuentes son creadas siguiendo el principio fundamental de la pantalla: los pixeles; es por ello que se les conoce como tipografías de bitmap o mapa de bits. Para no quedar completamente rígidas (debido a la forma cuadrada del píxel), se les da un recubrimiento con un valor de color más bajo alrededor de cada letra, creando un efecto liso; esto es conocido como anti-alias. Si se

quiere utilizar una de estas tipografías, es necesario seguir las especificaciones de tamaño y uso definidas por sus creadores, entre las que se encuentra el hecho de no usarlas en puntajes a medias, sino completamente, debido a que los bits no pueden ser parcialmente ocupados. Es decir, un píxel ocupado representa un bit encendido, de otra manera, permanece apagado.

Optimización de imágenes

Las imágenes en los sitios web son importantes –si el concepto y naturaleza del sitio así lo requiere- pues representan un diálogo equilibrado entre textualidad y visualidad. Además, es posible aprovechar su definición en pantalla, ocupando menos espacio que los archivos destinados a ser impresos. Los contenidos complementados con imagen son mucho más interesantes pues ayudan al usuario a recrear la situación descrita en el texto con más facilidad. Es necesario saber qué formatos son adecuados (gif, jpeg, bmp, etc.), dependiendo del uso que se les quiera dar y tomar en cuenta la resolución óptica de la imagen para poderse ver bien en pantalla, es decir, no estar pixeleada o borrosa y no pesar demasiado a la vez.

Las pantallas también cuentan con estándares de resolución medidos en pixeles para controlar la visión en la web tanto del ancho como del alto (entre más alta sea la resolución, más nitidez y definición de las imágenes y mas elementos se verán en el monitor). Entre los estándares están 640x400 (da una visión limitada, las cosas se salen de la pantalla a lo ancho, hay que mover continuamente las barras de desplazamiento, etcétera), 800x600 (es la ideal para visualizar bien las ventanas de web) y 1024x768 (sólo algunos monitores pueden tener esta resolución).

Análisis de sitios web dedicados a la publicación en línea de información

A continuación se aplicará un análisis cuantitativo y cualitativo a los criterios interactivos, multimedia y de diseño que han propuesto cincuenta publicaciones de diferente tipo y género (periódicos, revistas y publicaciones en línea) en sus sitios web, para tener una idea clara de las constantes y rasgos que estos usan para comunicar y organizar la información de manera funcional (aunque, como se verá a raíz del estudio, a veces no logran el impacto ni la funcionalidad requeridas para que el usuario se vuelva fiel a su producto), así como apreciar ciertas innovaciones y tentativas experimentales en algunas de sus interfaz.

Proceso de selección

Los sitios se seleccionaron de acuerdo a criterios como los siguientes:

- Fueron accedidos durante los meses de octubre y noviembre de 2002.
- Disponibilidad de la página las 24 horas del día.
- Contenido intenso, profundo e interesante.
- Temas de interés general, sobretodo informativo, social y cultural.
- Consolidación editorial, en caso de tener un equivalente impreso.
- Vanguardia en diseño y usabilidad.
- En algunos casos, son versiones exclusivas para Internet (sin equivalente impreso), ya que esta respuesta de los editores independientes es un complejo fenómeno a analizar que no debe ignorarse; un ejemplo palpable de cómo la información se ha ido descentralizando y cada vez se diversifica más con aportes tecnológicos.
- Se escogieron publicaciones de periodicidad variada (diaria, semanal, mensual, etc.).
- De procedencia nacional o internacional, cuyos lenguajes sean español, inglés y francés para facilitar su estudio.
- Diferencias radicales entre unos y otros, para tener así ejemplos distintos.

Proceso de evaluación

Como parte de la evaluación de los sitios, se tomarán en cuenta los conceptos estudiados en el capítulo anterior.

Los criterios Multimedia serán evaluados del 0 al 5, siendo 0 el carácter nulo (es decir, inexistente o inaplicable), el 1 una aplicación básica de los mismos, mientras el 5 representa un aprovechamiento máximo de estos, con su respectiva justificación.

En cuanto a los criterios de Interactividad, primero se hará un análisis del nivel o generación en que se encuentran los periódicos o revistas digitales (el nivel 1 no contará para los resultados, pero a partir del nivel 2, se le aumentarán cinco puntos por cada nivel que alcancen –es decir, a un sitio con nivel 3 se le aumentan 15 puntos) después, se les dará un puntaje oscilante entre el 0 y 5 a cada criterio, según las cualidades alcanzadas.

También serán calificados los criterios de Diseño, de la misma manera que los anteriores: del 0 al 5.

En seguida, se nombran las publicaciones que servirán de estudio, siguiendo los criterios anteriores y se muestra su imagen. Están divididas en revistas, periódicos e e-zines, en cada caso, se describe brevemente su filosofía y naturaleza (algunas descripciones han sido citadas tal como se encuentran en el sitio).

Transición de Medios Impresos a Digitales

www.spark-online.com

Spark Magazine

E-zine de temas socioculturales basada en la idea de que el nuevo mundo de alta tecnología no sólo ha creado una sociedad electrónica sino también un nuevo entendimiento del ser, al que denominan conciencia electrónica. La tecnología no ha cambiado solamente las sociedades, fundamentalmente nos ha cambiado a nosotros. *Spark-online* es la vanguardia de reconocer y tratar de entender este cambio.

Criterios multimedia

Este sitio contiene muchas fotografías y collages experimentales, al mismo tiempo cuenta con una galería digital de sitios asociados o colaboradores que muestran ahí sus proyectos animados y de video, accesibles en Flash. Lo más valioso es su contenido pues se escriben muchos artículos acerca de la cultura digital contemporánea y la manera en que ésta cambia al mundo e influye sobre los individuos.

Criterios de interactividad

Nivel 2

La página se conecta a otros sitios, archivos y documentos por hipervinculación textual y multimedia. Página sencilla para el usuario, los tópicos están a la mano en cualquier momento. La organización exhaustiva, sin ser aburrida, permite al usuario decidir a qué edición y tema referirse rápidamente. Requiere de Flash 5, aunque a comparación de otras páginas, está más enfocada a los que no actualizan sus programas continuamente y al mismo tiempo, trabaja básicamente con HTML. Flash 5 ya es una versión conocida. El acceso por flechas del teclado es limitado y se requiere el uso del mouse para ver ciertos archivos. Se explica algunos archivos con texto sencillo. Los foros de discusión permiten la simultaneidad entre usuarios y el medio. Sólo se puede personalizar al ser colaborador, mandando archivos o textos. Las cartas al correo electrónico, la consulta a ediciones pasadas y la libertad para colaborar en la revista, son elementos que ofrecen profundidad y

retroalimentación. Disponible para cualquier browser y plataformas Mac, PC y otras. Permite imprimir los textos y su descarga es bastante veloz. Actualiza su contenido cada mes.

Criterios de diseño

Cada número, aparece una imagen nueva, innovadora, propositiva y experimental. Hay un uso inteligente del espacio, logrando un equilibrio estético y funcional que sin presunciones, armoniza la forma, el texto, la imagen y el color.

Página de inicio despliega archivos; en la parte superior, se encuentra una barra de navegación, hacia abajo el logo y las ediciones distribuidas en campos y columnas bien alineadas para incluir cada edición publicada. En las demás páginas, la estructura es parecida en organización; de arriba abajo: la barra de navegación, dos columnas (una más ancha a la izquierda para la imagen y la otra para el logo, número de edición y tema. Otro campo más amplio dividido en 5 columnas para cada sección con sus títulos hipervinculados y un pequeño resumen.

Propicia la navegación funcional gracias al orden geométrico y la sencillez que facilitan el reconocimiento rápido de información. En la barra de navegación se sitúan las divisiones relativas al contenido y servicios de la revista: Acerca de, galería digital, foros de discusión, archivos y contacto. Mientras en los temas, están: *Media, Trends, Discourse, Esociety* y *Misc(ing)*. Hay una igualdad jerárquica al presentar estos elementos horizontalmente, pero sobresalen del texto corriente. Al texto se le da un tratamiento discreto pero preciso en tipografía sans serif, cuyo color depende del fondo, pero normalmente es blanca o negra para mejor legibilidad. Tamaño no muy grande, pero correcto para lectores experimentados. Las fotografías o el collage son el medio de expresión gráfico usado en este sitio. En ellas se transmite la esencia del tema escogido, normalmente son experimentales, artísticas y conceptuales, con encuadres interesantes o tratamientos que las distorsionan sin perder su naturaleza y con colores brillantes.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	3	5	4	0	3	5	3	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	4	5	3	3	2	3	5	3
Diseño	OG	EI	J	F	E	OI		
	5	5	5	5	5	5		

www.nervousroom.com

Nervousroom

Su eslogan es *Fresh! Design E-zine*. Se trata de una revista especializada en temas de diseño, desde sitios de *freelances*, pasando por reportajes acerca de diseñadores y sus inquietudes hasta las tendencias más actuales de este campo. *Nervousroom* presenta una visión interesante del Diseño, aunque no ha alcanzado la madurez necesaria como proyecto serio, básicamente es un portafolio y una página de vínculos.

Criterios multimedia

Ofrece la oportunidad a cualquier adicto al Diseño de 'enfrentarse' con otros diseñadores de fama mundial en un duelo de creatividad y talento, mediante la realización de imágenes digitales que van cobrando forma. La propuesta y visión de sus fundadores se puede ver por medio de Acrobat Reader; además, hay foros donde intercambiar opiniones.

Criterios de interactividad

Nivel 3

Los vínculos no están claramente señalados como tales, aunque se entiende que lo son. No hay interconexión eficiente en la página pues se debe recurrir a las flechas del browser; sin embargo, la barra de navegación que regresa al inicio está siempre presente. Es un tanto confuso para el lector normal o el navegante inexperto; no obstante, al estar dirigida a diseñadores, se entiende que la **interfaz** deba proponer otros medios de navegación. La sencillez visual puede engañar al no tratarse de la forma acostumbrada de proveer noticias, resultando complicada. El movimiento puede ser con flechas del teclado, pero no es posible acceder a los documentos a menos que se cuente con el mouse. Algunas imágenes carecen de texto alternativo para explicarlas.

Básicamente, es una propuesta avanzada para explorar la simultaneidad en Internet por medio de batallas entre diseñadores, quienes crean imágenes a ser superadas por un contrincante. Para ello deben seguirse ciertas reglas, como hacerlo en el menor número de pasos posible. Otra característica es que se le brinda al usuario la oportunidad de publicar sus propias noticias y de recibir información de última hora, todo al suscribirse sin costo, lo que resulta atractivo para la audiencia. Hay chats y foros de opinión donde se debaten diferentes temas. Los archivos y herramientas de búsqueda permiten mas profundidad, además de estar conectados

con otros sitios de interés. La retroalimentación se obtiene al intercambiar comunicación e ideas con otros diseñadores, que participan en los diferentes espacios de expresión.

Este sitio funciona en cualquier *browser* que soporte imágenes (no demasiado atrasado) y que sea lo suficientemente rápido, desde plataforma Mac o PC. La descarga de animaciones en las Batallas es lenta, ya que muchas se construyen simultáneamente. La actualización del contenido sólido se hace cada mes, sin embargo, está en constante mantenimiento por las Batallas, chats, foros y noticias que los usuarios publican. Las Batallas cambian y a veces son interrumpidas o canceladas, dependiendo de la situación: cuando existe un vencedor se detienen definitivamente.

Criterios de diseño

No es un diseño fuera de lo común, pero sí destaca por su arquitectura de información. Es moderno, tiende a la discreción y elegancia, con muy pocos elementos, dejando suficiente espacio entre ellos. Destaca por los colores Cyan y Magenta, su identidad gráfica está basada en su propio logotipo. Hay secciones claramente delimitadas dentro de recuadros, formando unidades independientes. En la parte superior se encuentra un bloque con el logotipo de *Nervousroom* que contiene una frase útil para los diseñadores, la cual cambia día a día. Otras dos unidades, situadas debajo, son el sitio del día y *link* elegido al azar, junto a las políticas y filosofía de la empresa.

Más abajo, un bloque de contenido: *Interrogation, Rebound, Battles, Beautiful* y *Communication*, junto al área de Noticias recientes y el perfil de los colaboradores. En otros bloques horizontales hasta el final de la ventana se localizan: sitios recomendados, sitios para involucrarse y estar presente en el Diseño, así como el servicio de mensajes por correo electrónico. Ciertos datos son confusos y parte del contenido no es tan valioso como parece. El usuario se puede perder entre tantas ligas y opciones desconocidas. La legibilidad se sacrifica por la visualidad y modernidad del sitio, ya que la tipografía usada es demasiado pequeña, además de estar en mayúsculas. Los títulos en Cyan se pierden sobre el fondo crema, pero los demás textos en negro se leen bien, excepto por los detalles citados antes.

Las imágenes varían entre ilustraciones de contribuyentes e imágenes creadas por computadora o 3D. Sin embargo, no cuentan con un contexto aparte del estético.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	4	0	0	0	3	3	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	3	3	3	5	4	4	3	3
Diseño	OG	EI	J	F	E	OI		
	3	4	4	4	3	4		

Transición de Medios Impresos a Digitales

www.celeste.com.mx

Celeste

Esate es el sitio en *Internet* de una revista mexicana publicada cada estación del año, promueve diferentes expresiones y propuestas artístico-culturales conceptuales, radicales e innovadoras de creadores jóvenes destacados. La versión digital de *Celeste* experimenta con apoyos multimedia para darle un valor adicional a su versión impresa; a pesar de ello, no es lo suficientemente fuerte y a veces resulta un simple promocional de ésta.

Criterios multimedia

Utiliza varios tipos de apoyos **multimedia** como sonidos en mp3, video, imágenes, animación y texto.

Criterios de interactividad

Nivel 1

Los vínculos a textos y medios son directos, lo cual facilita la navegación. La propuesta es amigable con el usuario, pero se vuelve monotonía al no actualizarse constantemente. Existen contenidos limitados, habiendo gran desperdicio de espacio. Las secciones están divididas en dos: institucional y contenido. En cada página hay un botón de Menú, por lo que el usuario no se pierde. En general su señalización es buena.

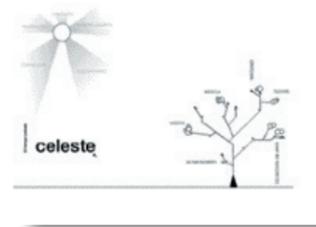
Esta página o está pensada para usuarios con equipos y software anteriores a Flash 6, por otro lado el tiempo de descarga es bastante lento. La movilidad es limitada, y empeora cuando existe texto corriente. No hay interacción simultánea con otros usuarios ni con el equipo de la revista. Tampoco hay personalización, aunque existen secciones especializadas enfocadas a la venta y comercialización, dirigidas a audiencias meta. Los archivos y la información de la revista es limitada, pues los temas no se tocan a fondo. Al requerir Flash 6, ciertos usuarios se ven relegados y necesitan actualizar su equipo o, de plano, no pueden acceder al sitio. Sin embargo, esto se justifica por la audiencia de nivel socioeconómico alto –con acceso a lo último en *hardware* y *software*– a la que está dirigida la revista. Se actualiza cada tres meses, demasiado para un sitio web que tiene los recursos y motivos para estar actualizado con frecuencia.

Criterios de diseño

Basado en animación Flash básica. Es claro y sencillo, pero es rebasado por mucho por la calidad de su original impreso. Necesita ampliar su contenido para hacerlo más interesante.

Un inicio animado lleva al *Home*, donde hay un sol que despliega servicios institucionales y un árbol cuyas ramas son los contenidos de cada número. Cumple las funciones básicas.

En el sol: Anunciantes, Números pasados, Distribución, Suscripción. En el árbol: Videos, Música, Imágenes, Textos, Colección de Arte, Último número. Las imágenes son impactantes, innovadoras y plantean conceptos de temas controversiales.



Multimedia

V I A I G S T PL

2 4 3 0 5 3 1

Interactividad

H U A S P P R D AI

4 5 3 0 1 2 3 1

Diseño

0G EI J F E OI

3 4 4 4 3 4

www.adbusters.com

Adbusters

Sitio de la revista canadiense del mismo nombre con 85,000 ejemplares en circulación. Es una revista de contracultura que se manifiesta contra la publicidad y las marcas mediante campañas, denunciando el consumismo inconsciente y promoviendo un activismo creativo contra el mismo.

Criterios multimedia

Hay una inmensidad de apoyo multimedia en esta edición virtual de Adbusters, posicionándola como un sitio básico para los navegantes del ciberespacio. Se manejan campañas de carteles como protesta social, **PDFs** descargables y videos para *Real Player*. En muchos casos, hay infografía para sustentar mejor las noticias y por supuesto imágenes, desde fotografía hasta ilustraciones.

Criterios de interactividad

Nivel 2

Hipertexto e **hipermedia** distribuidos a lo largo del texto. Contenido privilegiado y no saturado. Son resaltadas las noticias con apoyo multimedia y las secciones principales permanecen fijas para que el usuario frecuente sepa hacia dónde dirigirse. *Quicktime*, *Real Player* y *Flash* son algunos de los programas para acceder a la información, pero son dotados por el mismo sitio en diferentes formatos. La movilidad se permite mediante las flechas del teclado, aparte del scroll y el acceso con mouse. Hay foros de discusión y suscripción para obtener actualizaciones de noticias. Todos los usuarios pueden participar mandando textos, imágenes, animaciones y videos como parte de la Resistencia Creativa. En esta página, las ideas propias y de otros son tomadas en cuenta como inspiración. En el sitio hay un buscador de artículos publicados, campañas, números de revistas, carteles, galería y calcomanías, así como otros artefactos promocionales. Disponible en versión japonesa, noruega y holandesa con sus respectivos idiomas y adaptaciones al nombre. A diario se actualizan artículos textuales y los vínculos multimedia al menos una vez por semana.

Criterios de diseño

Diseño claro y concreto respecto a la información mostrada. Estilo sarcástico lleno de humor. El orden que tiene facilita el acceso, dando prioridad a la sección de noticias (sin demasiada rigidez reticular) y a las imágenes en las secciones de resistencia creativa.

En la esquina superior izquierda se localizan el logotipo y la barra de navegación con secciones. En la parte inferior izquierda, hay una columna con la red Adbusters, suscripciones o renovaciones de revista, así como noticias por mail, foros de discusión y buscador. A un lado, se encuentra el contenido, primero multimedia arriba en un bloque y después textos junto a sus respectivas imágenes.

Altamente funcional por su arquitectura, amigable y accesible para el usuario. Todo a la mano y sencillo, con un contenido interesante.

La barra de navegación está situada en el sitio ideal como referencia para moverse con facilidad. También las secciones relacionadas con la venta y distribución de la revista localizadas a la izquierda cumplen bien su función, al no intervenir ni mezclarse con el texto.

Al contenido se le da una gran importancia y está estructurado de manera que el usuario no ignore los apoyos multimedia. Los textos se apoyan en la imagen correspondiente sin cobrar demasiado protagonismo. A cada nota pertenece un título vinculado a su página en tipografía más grande, un breve resumen y, al terminar, la sección a la que pertenecen en tipografía menor en gris.

Las imágenes son controversiales, humorísticas, irónicas y retan la conciencia social de los individuos. Sorprenden por su ingenio y creatividad.



Multimedia

V I A I G S T PL

4 5 3 2 2 5 4

Interactividad

H U A S P P R D AI

5 5 4 3 5 5 4 5

Diseño

0G EI J F E OI

3 4 5 5 5 5

Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://azteca.conaculta.gob.mx/cimagen/lunac.htm>

Luna Córnea

Publicación monográfica, cuatrimestral; plantea la reflexión y el análisis de la fotografía. Cada número explota un género, un territorio geográfico o bien un tema específico. Dialoga a partir de distintos momentos de la fotografía: lo pasado y lo presente, lo popular y lo artístico, lo propio y lo ajeno, y desde ese cruce de miradas y tiempos abre un ámbito de discusión acerca del lenguaje de la imagen.

Criterios multimedia

El contenido, aunque interesante, resulta bastante rígido y carente de hipertextos. Por tratarse de una revista dedicada a la imagen fotográfica se debería tener acceso a una galería de fotos más amplia. La animación utilizada en casos muy específicos sólo es un adorno para la página y sirve en lo mínimo para la navegación.

Criterios de interactividad Nivel 1

La página es básicamente hipertextual, pero son pocos los vínculos existentes para relacionar contenido. Sólo en el índice aparecen títulos de textos vinculados. Por lo demás, los elementos navegacionales y la portada llevan a otros rincones del sitio. Las opciones de navegación no son claras, confundiendo las partes limitadas de la revista con los demás contenidos. Es poco el contenido ofrecido, sobretodo porque no se muestran muchas fotos (objetivo principal de la publicación). Rapidez al descargar, ya que no hay obstáculos que lo impidan ni se requieren *plugins*, todas las imágenes aparecen en su sitio. No hay opciones para explotar la simultaneidad y la accesabilidad se puede dar por medio de las flechas de teclado. Carece de cualquier elemento para permitir la interacción entre individuos, así como la creación o modificación de contenidos. Sólo existe un email y teléfono a los cuales dirigirse para suscripción o dudas. La manera básica de profundizar que permite es dando referencias bibliográficas para que el visitante investigue por su cuenta, y se pueden ver ediciones pasadas. Se actualiza cada 4 meses.

Criterios de diseño

Diseño sencillo pero descuidado, parece haber sido editado en un procesador de textos común; no utiliza medios atractivos para el usuario ni una estructura interesante. Demasiado tradicional y rígido. Es de fondo azul con tipografía blanca. En la parte superior, una barra de navegación; el título de la revista y foto de portada junto a la edición y el tema (explicado más abajo). Terminando, portadas de números anteriores, anuncio de suscripción y de nuevo la barra. En ciertas ediciones, maneja retícula, o al menos, se intenta distribuir mejor la información. Ofrece al usuario los servicios y productos básicos sin ir más allá, por lo que pierde la atención de éste fácilmente al faltar calidad en contenido y diseño. Usa una jerarquización típica de texto vertical y texto continuo. Sólo remarca algunas características como títulos y subtítulos, con un tamaño de tipografía legible. La mayoría de las imágenes están en blanco y negro, pero algunos artículos las incluyen a color.



Multimedia	V	I	A	IG	S	T	PL	
	0	4	1	0	0	2	1	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	AI	
	3	3	5	0	1	2	5	1
Diseño	0G	EI	J	F	E	OI		
	1	2	2	3	5	5		

<http://www.cuartoscuro.com>

Cuartoscuro

Primera agencia fotográfica en contar con su publicación bimestral, con un tiraje de diez mil ejemplares. La revista tiene como objetivos fundamentales: difundir la fotografía mexicana, ofrecer al lector imágenes de diversos géneros que cumplan los requisitos de calidad técnica y valor estético, informativo y/o documental, así como dar seguimiento a la evolución del movimiento fotográfico nacional e internacional.

Criterios multimedia

Cuartoscuro cuenta con foros de discusión, chat y libro de visitas, así como con un clip interactivo con fotografías de un artículo en especial. La información puede ser obtenida mediante una base de datos.

Criterios de interactividad Nivel 2

La primera página del sitio lleva a tres opciones: Fotos Hoy, Archivo y Revista, exponiendo una foto al lado. Un clip animado permite tener acceso a **hipermedios** visuales (fotos y animaciones), información del autor y contacto por *e-mail*. En los textos, no hay distribuidos **hipertextos**. Hay *links* a otros sitios. La barra de navegación apoya al usuario para moverse efectivamente por la página, aunque se dan inconsistencias que confunden, sobretodo respecto a la definición de categorías. Tarda en descargar y requiere *Flash* para ver los interactivos. Incluye *chats*, *email*, foros y diario de visita para que interactúen los usuarios. Permite una consulta de archivo fotográfico más búsqueda avanzada. Ciertos elementos permiten una buena profundización, y la retroalimentación posible es regular. Es actualizado cada dos meses.

Criterios de diseño

Los elementos de la interfaz pretenden simular el obturador de una cámara y algunas fotos de adorno están retocadas digitalmente. A pesar de ello, es conservador y no propone algo nuevo.

El contenido está centrado debajo del logo y un vínculo a la World Press. A la derecha, una columna de fotos retocadas donde se anuncia como agencia fotográfica y un vínculo fuera de lugar (Tienda de luz). A la izquierda, el menú principal (Artículos, Suscripción, Portada y Foros). Debajo del contenido, se presenta la foto del día. Alineados a un nivel horizontal, chat, clip animado y novedades que incluye la suscripción. Al final de la página, la barra de navegación (Presentación, Archivo, Galería, Cuartoscuro, Bazar y Links). Algunos servicios están desperdigados sin pertenecer a una categoría para agilizar las búsquedas. La legibilidad se ve afectada por el tamaño de la letra en ocasiones. El tratamiento de la imagen es bueno, aunque para ser un sitio dedicado a mostrar fotografías, se deberían manejar tamaños más grandes donde se aprecien mejor.



Multimedia	V	I	A	IG	S	T	PL	
	0	5	4	2	1	3	3	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	AI	
	3	4	3	3	2	4	2	2
Diseño	0G	EI	J	F	E	OI		
	1	3	3	3	3	4		

Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://www.cinemanía.com.mx>

Cinemanía

Su eslogan reza **El cine hecho revista**, y es una publicación mensual que ofrece reseñas, reportajes, fichas, promociones, wallpapers, actividades y otras sugerencias relacionadas con el Séptimo Arte, especialmente el comercial.

Criterios multimedia

La página cuenta con fotografías comerciales de los posters de películas, pero muchos de los links que aparecen fallan al darles click y no llevan a ningún lado. Para ver los trailers, es necesario tener la última versión de Quick Time, discriminando a ciertos usuarios con equipos no actualizados.

Criterios de interactividad

Nivel 2

Hipertexto e hipermedio para complementar contenido textual, proporcionando peso al sitio, aunque son como botones. Navegación útil para el usuario, pero muchos links llevan a páginas sin una ubicación reconocible. La identidad del sitio no es clara ni sólida. Confusión en el diseño de información y colocación de elementos. Un chat y contacto a la revista por mail. Breves notas o anuncios se publican frecuentemente. El usuario interactúa participando en promociones o escribiendo críticas de películas. Al querer visualizar ciertas opciones, hay errores y la descarga es tan lenta que interfiere con el desempeño. Se actualiza cada mes, pero algunos artículos se mantienen en el mismo sitio.

Criterios de diseño

Diseño hecho al vapor, sin reto ni atractivo para el público. Sólo destacan algunos wallpapers, pero son imágenes repartidas por las productoras. Pretenden jugar con la tipografía sin lograr un efecto impresionante. La estructura es: barra negra superior con banner publicitario y barra de navegación. Abajo, dos campos de tres columnas cada uno. El primer campo con las secciones de cada mes. En medio, la foto de la portada y a la derecha, el personaje principal en otro campo. En la columna izquierda, noticias y en

medio, reportajes relevantes. A la derecha: Contacto y Archivo. Arquitectura de sitio no muy funcional pues ciertos elementos confunden al usuario, aunque siempre se cuenta con barra de navegación. Demasiada prioridad a publicidad. Secciones (En Pantalla, Novedades, En Exclusiva, Wallpapers, Ganadores, Fichas, En Corto, El Otro Crítico y Promociones) y portada en posición correcta que favorece su rápida identificación. Barra de fecha y lugar entre ambos campos del contenido entorpece la jerarquización. En la opción Contáctanos: Suscripción, Cuestionario, Sugerencias, Directorio y en Archivos: Cinegrafías, Portadas, Reservas y Fichas. Estas últimas son un elemento atractivo pues se pueden coleccionar. Se usan varias familias tipográficas a diferentes tamaños, pero la legibilidad es buena, aunque se deberían destacar más las secciones.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	3	3	0	0	1	2	1	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	O	AI
	4	3	3	2	3	2	2	4
Diseño	0	6	E	J	F	E	O	
	2	3	3	3	4	3		

<http://www.letraslibres.com.mx>

Letras Libres

Revista mensual editada por Vuelta S.A. de C.V. tanto en México como España, que toca temas literarios, políticos, artísticos, sociales y culturales, y en la cual participan escritores, críticos y personajes reconocidos de dichas áreas para expresar sus opiniones o mostrar sus obras.

Criterios multimedia

Letras Libres siempre se caracteriza por contenidos impecables y versátiles, por desgracia, no están disponibles en la red a menos que se esté suscrito. Posibilidad de imprimir los artículos o bajarlos como pdf, pero sólo para suscriptores. También se echa de menos el trabajo de los ilustradores quienes dan vida a la versión impresa. Hay chats, foros y contactos, así como una útil hemeroteca con números anteriores.

Criterios de interactividad

Nivel 2

En ciertos artículos hay un hipervínculo llamado Leer para acceder a los textos completos, pues sólo aparecen los títulos con autor y resumen. Otras columnas tienen los títulos y se accesa directamente al darle click. Interfaz amistosa donde sobresale el contenido. La señalización, estructura y jerarquía son correctas, excepto porque no se pueden leer artículos sin estar suscrito. La publicidad interfiere con el contenido por su colocación. Rapidez en descarga completa de elementos por uso de lenguaje HTML. Imágenes acompañada de texto explicativo o introductorio, así como movilidad por las flechas del teclado. Lectores interactúan por chat. Al registrarse a Letras Libres, el servicio es más completo para los usuarios pues se pueden mandar mensajes o artículos al correo de notas. Muchas alternativas para profundizar, incluyendo búsqueda, hemeroteca, red hispana, foros, agenda, ligas, chat, directorio y opinión. No toda la información está disponible para cualquier navegante. Contenidos divididos para México y España, pueden ser bajados con Acrobat Reader. Se actualiza cada mes, pero sin noticias de última hora.

Criterios de diseño

Diseño sencillo, sobrio, claro y moderno. Distribución rígida de contenidos. Intervención estética (ilustraciones) característicos de la revista impresa contrasta con rigidez espacial del sitio, que, aunque ordenado está saturado. Manejo de dos familias tipográficas da movimiento a la composición. Estructura firme en bloques, con columnas para la navegación y otras más amplias para contenido. Una imagen domina el centro y se plantea el tema principal del número con sus respectivos derivados. Funcional para el usuario que busca profundidad y obtención rápida de ciertos temas. Sus intereses se ven cubiertos efectivamente. En la esquina superior izquierda el logotipo, y en la misma barra un buscador, botones de registro, entrar y ayuda para suscriptores. Superior derecha: Pequeño espacio publicitario. Abajo, en otro bloque: a la izquierda, barra de secciones de la revista, interrumpida por un buscador; siguiendo, características extras de la versión en línea: Hemeroteca, Red Hispana, Foros, Agenda, Ligas, Chat, Directorio, Opina. En medio, imagen sacada de la portada impresa. Debajo, un banner publicitario. Derecha: Encuestas y Opinión más otro banner vertical. En el bloque del fondo: a la izquierda, ediciones de España y México. A la derecha, A Fondo y a la derecha columnas. La legibilidad se ve beneficiada por el uso de tipografías, estilos, tamaños y grados diferentes. Las imágenes corresponden también a la versión impresa.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	1	0	0	0	3	2	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	O	AI
	4	4	5	2	3	5	3	4
Diseño	0	6	E	J	F	E	O	
	3	4	4	4	5	2		

Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://www.proceso.com.mx>

Proceso

Semanario mexicano para el conocimiento de la información, y el análisis de asuntos de interés público importantes y diversos. Fundado por el periodista Julio Scherer García, constituye un foco de atención inevitable en el periodismo político.

Criterios multimedia

En este sitio también se requiere estar registrado para obtener algunos artículos completos, sin embargo, es un proceso sencillo y rápido, además de gratuito para disfrutar las ventajas de contenidos profundizados en ciertas secciones. Por otro lado, para tener un acceso total se debe pagar una suscripción. Existen animaciones con sonido de cartones como soportes multimedia aparte de una Hemeroteca, buscador de fotos (las cuales deben comprarse), la capacidad de mandar artículos a la redacción para ser publicados y foros.

Criterios de interactividad

Nivel 2

Aprovecha poco los hipervínculos y sólo cuenta con botones de navegación. Es un sitio fácil de usar para el usuario, sin complicaciones, con los elementos de navegación a la vista, cambiando sólo el espacio correspondiente al contenido. El acceso es rápido y las animaciones se ven sin problemas, pues el propio sitio las carga. Está basado en un lenguaje HTML, se puede mover mediante las flechas del teclado y cuenta con poco contenido explicativo y de apoyo para imágenes y otros elementos. Mediante foros se logra la simultaneidad entre usuarios y miembros de la revista. Requiere de un registro personalizado para acceder a los artículos completos y otros servicios, así como publicar artículos en las secciones editoriales Palabra de Lector y Tribuna de Lector; con ello también se logra una profundidad mayor, aunado a la oferta de Hemeroteca. Se pueden ver noticias de la versión impresa al seleccionar la portada. Actualización semanal, a la par que la impresa.

Criterios de diseño

Diseño rígido, nada propositivo con información apretada y saturada. Los colores opacan la página. Elementos navegacionales rodean el contenido por ambos lados, pero quedan espacios en blanco que rompen con el equilibrio. Le hace falta carácter expresivo. Es funcional para las personas que buscan información pues les satisface obtener solamente el contenido. La jerarquía está definida por el contenido y el tamaño de columna usada para la noticia (las más amplias se colocan arriba). La tipografía y tamaños de ésta son las mismas en todas las notas, además de estar sobre un fondo que facilita la legibilidad. Las imágenes se acceden en Proceso Foto, pero deben comprarse para obtener una buena resolución y poderlas imprimir.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	4	5	1	3	4	2	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	2	4	5	2	5	5	4	5
Diseño	0	E	J	F	E	O		
	1	3	4	3	5	3		

<http://www.epoca.com.mx>

Época

Semanario básicamente político con aproximadamente 9,000 ejemplares (4,000 de ellos suscripciones) que circulan cada viernes. Su fundador, Presidente y Director General inicial en 1991 era el reconocido comentarista Abraham Zabludovsky; hasta 1998 cuando pasó a manos de Guillermo Mora Tavares. Esta revista se presenta como Semanario de México.

Criterios multimedia

Solución sencilla para crear una versión disponible en la Red con el fin de buscar mayor reconocimiento y aceptación. Los elementos multimedia son casi nulos, aunque sí existen fotos que acompañan al texto y pueden ser buscadas en la base de datos. Tiene muchas fallas.

Criterios de interactividad

Nivel 1

Hay botones para avanzar o ir atrás en cada artículo; así como los botones de las secciones. Pero carece de hipertexto distribuido entre los contenidos. Aparte de la página de entrada, existe un índice con vínculos a los artículos. El acceso es rápido, usando HTML, con movilidad mediante teclado y contenido de apoyo básico, aunque algunas imágenes no pueden ser accedidas pues no están bien configuradas. Carece de espacios de intercambio simultáneo y de servicio personalizado (sólo hay correo para mandar opiniones). El vínculo a archivos sólo es la disposición de imágenes de portada, pero es inservible, al no poder accederlas. La profundidad está limitada por el contenido incluido en la página, pero éste, a la vez está limitado por la poca vinculación y seguimiento que se le da. El buscador es ineficiente y no lleva a ningún lado. Se actualiza cada semana, pero son nulas las noticias de último minuto.

Criterios de diseño

Contrastante por el color y la tipografía bold para títulos y secciones, así como roman para texto. Diseño burdo, aburrido, rígido y mal organizado. Se descuida la estructura de muchas secciones y no hay unidad. Estructura lineal vertical, con el contenido rodeado por la navegación del lado izquierdo. Logotipo e información para suscripción arriba. Al la derecha, imágenes de portada y reportajes con sus respectivas fotos. Poco funcional pues no se logra uniformidad y libertad de continuar accediendo a la información, pues está limitada y mal comunicada. En la barra de navegación izquierda se debería poner el botón de inicio al principio de la lista. El contenido no ofrece una jerarquización coherente al lector para poder elegir entre todos los reportajes, y de principio se le presenta una en particular. Información legible y clara, pero poco atractiva al carecer de carácter expresivo y acentuación en las diferencias de párrafos. Imágenes sencillas son manipuladas y combinadas con otras, originando algo pretencioso, pero carente de estilo.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	4	0	0	0	4	0	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	2	3	4	0	1	2	1	3
Diseño	0	E	J	F	E	O		
	1	1	2	1	4	2		

Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://www.expansion.com.mx/>

Expansión

Con más de 30 años en el mercado es una revista mexicana publicada por el Grupo Editorial Expansión, acerca de economía, negocios y finanzas para guiar u ofrecer asesoramiento a los empresarios respecto a los principales cambios del país que afectan sus decisiones.

Criterios multimedia

Los artículos pueden ser impresos o enviados a cualquier cuenta de correo electrónico. Fotos e ilustraciones se integran bien al contenido.

Criterios de interactividad

Nivel 2

Elementos adicionales a manera de **hipertexto** e **hipervínculos** y botones de regreso y avance para complementar las noticias y moverse en el sitio (pero algunos no están bien programados). Los artículos son de varias páginas y al final de cada uno hay flechas. Fácil y comprensible para el usuario pero de poco contenido. Rapidez de descarga, código **HTML**, movimiento por flechas de teclado y contenido de apoyo. Chats y foros permiten una aproximación simultánea entre usuarios. Se puede enviar o imprimir información, así como hacer búsquedas específicas y calificar los artículos. También hay profesionales por chats foros y el envío de cartas para dar opiniones más el servicio de Newsletters. Al acceder al vínculo Elementos Adicionales del final de cada artículo, se encuentran ligas para complementar la información. Se puede recibir información del sitio al teléfono celular o la Palm, mediante el servicio de Expansión Móvil. Se actualiza cada catorce días.

Criterios de diseño

Diseño burdo y tosco, no propositivo. Colores contrastantes y demasiado espacio desperdiciado. No hay unidad en los títulos y contenidos. Contenido rodeado de elementos de navegación. Arriba, el logotipo, secciones más importantes y búsqueda. A la izquierda, editorial y otras columnas de opinión. A la derecha, Directorios, Comunidad GEE, Portadas, Especiales, Servicio de Página, Añadir a Favoritos, Suscripción y Otros. El contenido está dividido en campos resaltados por fondos de colores diferentes. Es funcional por la sencillez con que presenta su información a empresarios que buscan temas específicos. La imagen corporativa y secciones más importantes están en la parte superior, siempre a la vista, así como la herramienta de búsqueda, ya que son elementos de gran utilidad. El contenido y artículos más importantes siguen inmediatamente también en un lugar visible y con una tipografía mayor. Los servicios de la página deberían ponerse en lugar de Especiales, y esto debería trasladarse a la columna izquierda que corresponde a más información. Todos los artículos cuentan con una imagen para resaltar el contenido, incluyendo iconos de navegación muy sencillos. La tipografía sans serif y el tamaño usados permiten una lectura rápida sin contratiempos.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	4	0	0	0	4	2	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	3	3	4	3	2	3	5	3
Diseño	0	G	E	J	F	E	O	I
	2	3	4	3	5	4		

<http://www.mexicodesconocido.com.mx>

México Desconocido

Proyecto editorial de 26 años, comprometido con la misión de difundir la riqueza natural y cultural del país. En ella se muestran artículos acerca de interesantes recorridos de diferentes tipos, así como reseñas de tradiciones y otras manifestaciones culturales.

Criterios multimedia

Lo más destacado del sitio –en el sentido multimedia– son las fotos que sirven para hacer ameno el texto y lograr la conexión de los lectores con cada viaje. Es posible imprimir los artículos y hacer búsquedas en la base de datos temática. Lo singular de esta página es la tienda virtual, a través de la cual se manejan artículos de distinta índole y se pueden hacer pedidos.

Criterios de interactividad

Nivel 3

Sitio bien intracomunicado y con vínculos que llevan a páginas relacionadas. Aunque el grado de dificultad es avanzado, por el número y calidad de sus características, cuenta con accesos muy útiles y una buena señalización para profundizar. Todos los servicios y funciones están siempre a la vista y disponibles para que el usuario los utilice. Tarda mucho en descargar algunas páginas, sobretodo cuando se realiza una búsqueda. Se puede agregar a favoritos pero sólo para el Internet Explorer 4+ de PC. El lenguaje básico es **HTML**, con movilidad mediante teclado y contenido de apoyo. Hay un link para saber el estado del tiempo que lleva a una página fuera del sitio; además, un chat para interactuar con otros y compartir opiniones. Al registrarse, se reciben promociones por mail y se pueden hacer pedidos a la tienda en línea por teléfono o correo electrónico. Se puede enviar información a otras personas y acceder a una miniguía donde se describen los intereses de viaje y el buscador despliega información específica que concuerde con tal perfil. La arquitectura del sitio está diseñada para permitir una gran profundidad de contenido. Las secciones se dividen en subsecciones y a su vez están intrarrelacionadas. Hay una versión en inglés aparte de la española y la actualización es mensual.

Criterios de diseño

Diseño propositivo, bastante atractivo, dinámico y funcional pues permite gran flexibilidad. Rompe con las reglas, sin dejar a un lado la usabilidad. La página permite tener acceso a todas las secciones del sitio, pero a pesar de estar compactada, no se ve saturada. Lo más importante aparece al inicio. Muy funcional por su contenido y la distribución de éste. La información se encuentra rápidamente y es clara. Imagen y características relacionadas con la revista en la parte superior. Contenido centrado y los bloques Descubre (Historia, Naturaleza, Cultura y Sociedad, Monumentos y Centros Históricos) y Vive (Deportes, Playas y Balnearios, Pueblos y Rincones, Museos y Zonas Arqueológicas) lo rodean para que el usuario pueda profundizar sus búsquedas. Otros bloques como Regístrate, Búsqueda, Interactúa y Lo más buscado se encuentran debajo de eso y sirven para búsquedas más especializadas. Buena legibilidad y claridad, gracias a la tipografía sans serif negra sobre fondo blanco y títulos de colores. Blanca en página principal sobre fondos azules y ocres.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	4	0	0	0	5	1	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	4	5	3	3	5	5	4	3
Diseño	0	G	E	J	F	E	O	I
	5	5	5	5	5	5		

Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://www.newyorker.com>

The New Yorker

Revista estadounidense de amplia tradición y una trayectoria de más de 75 años, con reseñas de interés general (cultura, artes, tecnología, música, medicina, ficción, moda, cine, etcétera) para informar a la sociedad americana acerca de ideas y eventos importantes. Icono literario y leyenda americana, que se caracteriza por sus caricaturas.

Criterios multimedia

Si en algo se distingue el *New Yorker* es por las caricaturas y cartones de sus colaboradores, parodiando la cultura popular y diversos temas americanos. Sin embargo, la página queda corta de contenido e imágenes para enganchar lectores de la versión impresa. Vínculos a otras páginas donde se pueden adquirir caricaturas, y los artículos pueden ser impresos.

Criterios de interactividad

Nivel 1

Hipertextos resaltados y de fácil identificación. Secciones presentan información verticalmente e hipervínculos permiten ir a temas especificados y regresar arriba para acceder a otros.

La navegación es sencilla y al colocar el mouse en cada apartado, aparecen las subsecciones de cada uno. Al lado de cada artículo hay vínculos relacionados. El sitio se ve y trabaja mejor al utilizar browsers con Java Script 1.2 y CSS como Netscape 4+ y Explorer 5+. Hay foros de discusión y comunicados de prensa pero es básica la interacción simultánea, pues depende del interés de quienes quieren participar. Sólo cuenta con la función de mandar por e-mail páginas de contenido. Las notas relacionadas distribuidas junto a los artículos permiten profundizar en ciertos temas. Las imágenes, caricaturas e ilustraciones presentan un lenguaje retórico variado, pero su entendimiento depende del conocimiento del usuario acerca del tema. Las imágenes son actualizadas diario, pero los artículos cada semana.

Criterios de diseño

Manejo tipográfico e imágenes protagonizan esta página que combina sencillez y elegancia. Demasiado espacio en blanco contrastando con el resto de la página. Tiende a ser vertical y está dividida en un bloque más amplio de contenido, con publicidad e imagen arriba, y navegación alrededor. Artículos muy especializados y el usuario debe tener una referencia previa para saber qué buscar. La publicidad está en la parte superior, arriba del logotipo (integrado al contenido). A la izquierda, las secciones sobre una marca de agua de la imagen. En el centro, un campo con una ilustración a la izquierda y el resumen del artículo a la derecha. Abajo, dos columnas de artículos e imágenes. En el fondo, una barra de navegación del sitio y búsquedas de revistas de la misma organización. A la derecha, portadas para suscribirse, comprar caricaturas y otros vínculos. La tipografía usada para los títulos y el logotipo está diseñada especialmente para el *New Yorker*. Le otorga elegancia y mantiene la tradición de años a pesar de estar en línea. En general, la información está bien distribuida, a un tamaño y colores legibles. Las imágenes se actualizan constantemente y está estrechamente relacionadas con artículos de relevancia actual, y hay un banco de imágenes con éstas (deben pedirse y comprarse).



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	2	0	0	0	4	1	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	3	3	4	1	1	2	3	4
Diseño	0	G	E	J	F	E	O	I
	3	3	3	4	5	5		

<http://people.aol.com/people/index.html>

People

Revista semanal de entretenimiento, número uno en EU. Ofrece a sus lectores noticias de afamadas y no tan famosas personalidades de Hollywood, el cine y la televisión, aunque también hay reportajes de gente destacada en arte, ciencia, negocios, política, literatura, música y deportes; reflejo de la variada cultura popular estadounidense.

Criterios multimedia

Definitivamente es un sitio soso en cuanto a contenido, pero debía tomarse en cuenta por ser una de las publicaciones más populares. Cuenta con una galería de imágenes (tardan un poco en descargar) y se puede enviar por correo electrónico.

Criterios de interactividad

Nivel 1

En cada artículo, los títulos y subtítulos están vinculados al contenido. Al final de cada artículo se puede avanzar o retroceder de página. Es fácil de usar y cuenta con los elementos de navegación presentes y disponibles siempre. Se despliegan más contenidos del número en una columna a la izquierda, mientras la barra de propiedades permanece fija arriba de cada nota. Tarda mucho en descargar, sobretodo las imágenes, pero es fácil de acceder mediante las flechas del teclado, además de utilizar **HTML** y contener apoyos. Permite poca interacción; ésta se reduce a un crucigrama que cambia cada semana y puede ser resuelto entre varios, las respuestas pueden ser visualizadas y se reciben noticias por correo electrónico. Cuenta con *browsers* de perfiles y fotos de personalidades, galerías y archivos de reportajes especiales. Además de un buscador y reseñas de revistas, libros música y programas de televisión. Existe una barra de noticias más recientes y salen los titulares de éstas, pero también se pueden ver todas al mismo tiempo.

Criterios de diseño

Diseño saturado y comercial. Parecido al diseño de periódicos amarillistas de colores y tipografías muy brillantes (tonos azules contrastan con el rojo). La solución de los recuadros para artículos y fotos es rescatable. Usa elementos resaltados en 3D. Mucho espacio desperdiciado, podría extenderse y crear un efecto visual más ligero y menos condensado. Hay unidad sólo en el bloque con el contenido, pero no en la parte navegacional, resultando confusa. Sería más funcional si agilizaran el sistema y las secciones pudiesen desplegarse rápidamente. Bloque superior delgado para publicidad; a la izquierda, un logotipo pequeño y más publicidad. Abajo, la barra de navegación (con las subsecciones y las notas más recientes) y un buscador. Un bloque amplio de contenido con apartados y una sección de perfil del día. En otro bloque inferior, las reseñas e información comercial de la página. En una barra a la derecha -apartada de la estructura principal- la suscripción y promoción de la revista. La parte del contenido puede leerse apropiadamente por la tipografía y colores. Pero en la parte navegacional, las letras están condensadas en espacios pequeños y los colores no permiten una visualización correcta por los fondos oscuros. Todas las fotos se enfocan a mostrar rostros y cuerpos de personas famosas, sin ofrecer buenos encuadres ni calidad, siendo sólo interesante para los consumidores de estos temas.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	4	0	0	0	3	1	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	3	4	2	1	2	4	1	5
Diseño	0	G	E	J	F	E	O	I
	1	2	3	3	3	3		

Transición de Medios Impresos a Digitales

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

Gatopardo

Primera revista mensual Latinoamericana en combinar política con literatura, cultura pop con entrevistas a personalidades populares. El resultado es una publicación inteligente diseñada para entretener, informar, deleitar y sorprender a los lectores.

Criterios multimedia

No se puede acceder a muchas secciones de la página principal, pues a cada intento se abre un cuadro de diálogo para suscribir mediante cuota. Sin embargo, cuenta con ciertos artículos que pueden ser leídos en línea.

Criterios de interactividad

Nivel 1

Los **hipertextos** se reducen a los de secciones y títulos, sin entremezclarse con el contenido. Sin embargo, los artículos pueden contener galerías de fotos y éstas, llenar sus respectivos textos. Página sencilla de navegar, pero deberían existir botones de avance y regreso a página de inicio. Rápida, sin requerir *plugins* o *software* demasiado actualizado, básicamente es **HTML**. Carece de elementos para establecer contacto simultáneo entre usuarios. Sólo se puede contactar vía correo electrónico y hacer negocios para publicar anuncios. El contenido es profundo, pues incluye crónicas y reportajes, pero está limitado en alcance e intracomunicación. Dispone de un área *express* con las breves de diferentes temas, no incluidas en la revista. Se actualiza cada mes.

Criterios de diseño

El diseño pretende imitar a la versión impresa, pero se queda corto al no explotar los recursos ofrecidos por **Internet**. No existe una congruencia o unidad, pues cada artículo tiene un estilo propio expresado tipográficamente. La página está dividida básicamente en 3 columnas, cada una independiente y resaltada por el color de fondo, con campos divididos en diferente número, dependiendo su función. Hay sencillez ante todo, pero el contenido es minimizado. Se jerarquiza de la siguiente manera: imagen y publicidad en la parte superior; a la izquierda, portada y secciones, más un buscador al final de la columna. En medio, maneja contenido con varios campos para los artículos, sin dividirlos, distinguiéndose claramente por su mismo bloque de texto. A la derecha, las notas del Área Express y abajo, datos generales y contacto. La tipografía es *sans serif* y con el color utilizado y el tamaño es perfectamente legible. Las imágenes son las mismas que en la revista, pero adaptadas a la jerarquía de la versión digital.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	4	0	0	0	3	1	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	2	4	5	0	2	3	1	3
Diseño	0	G	E	J	F	E	O	I
	2	4	4	4	5	3		

<http://www.bornmagazine.org>

Born Magazine

Revista experimental que junta las artes literarias con los medios interactivos. Proyectos originales son creados cada tres meses por un gran esfuerzo de colaboración entre artistas, diseñadores y escritores.

Criterios multimedia

Cuenta con proyectos experimentales donde el arte y la literatura se unen, formando un excelente discurso experimental multimedial en el cual se expresan armoniosamente textualidad y visualidad. Muchos proyectos son historias o poemas con música y videos o animaciones conceptuales.

Criterios de interactividad

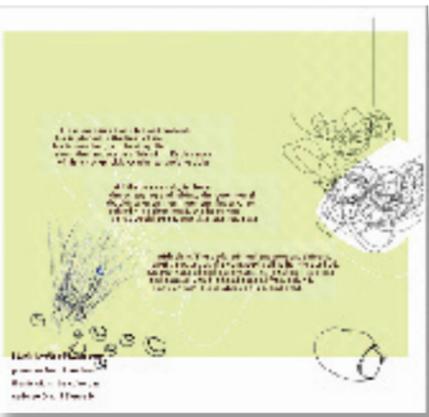
Nivel 2

Maneja los **hipermedios** por el apoyo de *Flash*, ya que involucra texto con animaciones o video, y dentro de ellos; esto hace que el usuario descargue cada una de las animaciones por separado y logre regresar rápidamente a la página principal, a pesar de no tener botones de regreso; pero esto no es necesario por la forma como se usa la página. Esta página resulta complicada para el usuario promedio, pues la interfaz propuesta es diferente a las que inundan la red. Se puede justificar la propuesta de **interfaz** por ser una revista enfocada al arte **multimedia** combinado con la literatura; así que el usuario es alguien familiarizado con este tipo de **interfaces** alternativas. Es rápido el acceso que se tiene a la página principal de esta página. Los archivos de *Flash* se descargan rápidamente sin problemas en la programación de las **interfaz**; en algunos proyectos es necesario usar *Flash 6* y la página no lo proporciona. No hay interacción simultánea con otros usuarios ni con el equipo de la revista; pero sí hay forma de contactar a los creadores por *e-mail*. Tienen una sección importante en donde los interesados pueden participar en la publicación mandando sus obras en archivo y contactando a los creadores de la revista. Los archivos y la información de la revista permiten profundizar en ciertos temas, al ser una revista que contiene creaciones más libres, el criterio de lectura resulta subjetivo, las propuestas individuales provocan que el usuario emita su propio juicio y por lo tanto aplique un valor distinto con cada obra. En cuanto a retroalimentación, parece faltar información complementaria sobre los creadores y justificación de

las obras; algunas manejan información extra pero no todas. Ciertos usuarios necesitan actualizar su equipo para poder acceder a las animaciones. Sin embargo, esto se justifica por el tipo de audiencia (familiarizada con esta área creativa). Se actualiza cada tres meses al preparar proyectos de colaboración.

Criterios de diseño

Al momento de entrar a la página principal, uno se enfrenta a una composición sencilla, después una animación tipográfica a dos colores con palabras clave sobre el concepto del proyecto. La identidad igualmente sencilla y sobria se aposenta en la esquina inferior izquierda y eso hace difícil el reconocimiento de la revista. Pocos colores, en la página principal, hacen que al momento de abrir las animaciones uno entre con menor saturación de información visual. La forma de colocación de su información puede causar una confusión y pereza de lectura, tal vez más espacios que den aire e información sobre el contenido para evitar que el usuario deje de navegar. A pesar de esto hay *links* más legibles y parecen pertenecer a otros sitios; pero no ayudan a la identidad. Tres columnas muy sencillas causan confusión. La primera página da una introducción y de ahí se entra a una animación introductoria que abre paso al *Home*, una vez que se accesa a la página principal todo de blanco y negro; en ocasiones se puede repetir la animación de inicio mientras se corren los archivos de *Flash*, como idea de descanso. Cumple con las funciones básicas y el concepto de la revista; es efectivo, aunque no sencillo navegar. Buen uso de colores e hipervínculos para permitir el acceso a varias ventanas simultáneamente. La imagen de la revista, en un lugar poco visible, no refuerza la identidad de ésta. Hay información importante escondida y o que parece ser simples enunciados informativos y no contener *links*, tal vez un error en el uso de negritas o el tamaño de la tipografía por lo tanto crea tal confusión. Hay un recuadro superior que funciona como archivero de proyectos el cual se mueve con flechas y ubica cada proyecto por año, esto ayuda a la localización de una animación determinada. La legibilidad es afectada por el tamaño y es error al jerarquizar la información. El fondo blanco puede ayudar pero la tipografía *light* y tan pequeña puede causar un cansancio visual. Las imágenes son a color. Resultan impactantes, sobretodo en movimiento; al ser el tema principal de la página se maneja una gran calidad visual.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	5	5	5	0	5	5	3	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	4	4	5	1	1	4	3	3
Diseño	0	G	E	J	F	E	O	I
	3	5	4	3	3	4		

Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://www.x15design.com/dodge/>

Dodge Magazine

Revista que lanzó su primer número en el verano de 2001 con una interfaz igual a la de una revista impresa de dos páginas; su eslogan es: *A Quarterly Journal of Design Ideas*; dedicada a cualquier apasionado del diseño gráfico y un acercamiento de mentalidad abierta a las nuevas formas de comunicación visual.

Criterios multimedia

Lo singular de esta publicación en línea es su manera de navegar, metaforizando la acción misma de hojear una revista. Las imágenes son provocativas, bizarras, diferentes, raras o como se les quiera llamar, dándole un toque de autenticidad al esfuerzo que realizan varios diseñadores *web*. Se persiven las ganas por realizar obras de carácter infográfico, pero en realidad son experimentos visuales. El concepto es interesante y nada complicado de llevar a cabo, funcionando bien sin necesidad de muchos recursos **multimedia**.

Criterios de interactividad

Nivel 1a

La versión digital de *dodge magazine* está pensada para ser impresa y no para ser leída en pantalla. La función es facilitar la distribución de la información; publicar de alguna forma sus propuestas gráficas y teóricas sin la necesidad imprimir los ejemplares para que sean vendidos. Al no ser una revista digital con apoyo **multimedia**, sino que su principal intención es que se imprima, no hay uso de **hipermedios**. Es una revista dirigida al área del diseño y, por lo tanto, las personas involucradas en esta materia entran porque saben que encontrarán una buena opción, el problema es que es necesario imprimirlo para poder leerlo con calma y facilidad. En pantalla es casi imposible leer la información y esto puede ocasionar disgusto entre los usuarios. La función puede ser interesante pero puede causar choque de opiniones. Es rápido el acceso ya que no maneja **hipermedios** complicados. No hay interacción simultánea con otros usuarios ni con el equipo de la revista; pero sí hay forma de contactar a los creadores por medio de *links* a otras páginas. No hay personalización de la información, únicamente en el sentido de

poder imprimir tu propio ejemplar. Los archivos y la información de la revista permiten profundizar en ciertos temas del diseño y conocer nuevas propuestas gráficas. En cuanto a retroalimentación, parece faltar información complementaria sobre los creadores y justificación del proyecto; los *links* tienen un importante papel en esto pero no parece complementar la idea de la revista. No hubo problema de navegación ya que es una versión muy sencilla al estilo PDF o presentación *Power Point*. Está disponible por casi cualquier browser conocido, los programas son para plataforma Mac y PC. Es una publicación periódica, lo necesario para el tema.

Criterios de diseño

Al momento de entrar a la página principal, uno se enfrenta a una composición a dos colores. Si el usuario no sabe en qué consiste el sitio puede buscar alguna estructura más complicada en la **interfaz**, pero con un *click* puede uno navegar en cada doble página y finalmente entender que es una publicación lista para ser impresa. Tiene un estilo propio, adecuado al conocimiento visual del lector; imágenes muy fuertes comprometidas con el oficio. Retícula flexible, que puede jugar con las fotografías y la mancha tipográfica. La primera página funciona como la portada del sitio y también es la portada del último número de la publicación. La forma de navegar es de lo más sencillo y por lo tanto no hay mucho trabajo en la estructura de la **interfaz**. Cumple con el concepto de la revista; es efectivo, aunque no tan sencillo de entender en un principio; los *links* pueden funcionar como complemento digital. Es bueno el uso de los colores; no se requiere de botones porque no hay vínculos. La forma de jerarquizar la información es correcta ya que está concebida de la forma de las publicaciones tradicionales. Al inicio hay un índice que te llevan a las secciones y apuntan el número de página. La legibilidad es afectada por el tamaño de la tipografía en pantalla. Una vez impresa la publicación toma forma. Las imágenes a dos tintas conforman una unidad, refuerzan la identidad. Hay fotografías o imágenes que en negro resultan más impactantes y adecuadas al estilo de la publicación.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	P	L
	0	5	0	3	0	3	0		
Interactividad	H	U	A	S	P	P	R	D	A
	0	3	5	1	0	3	4	3	
Diseño	O	G	E	J	F	E	O	I	
	5	5	4	5	3	4			

<http://www.digital-web.com/>

Digital Web Magazine

La revista para los diseñadores web profesionales: *The web designer's online magazine of choice*. Consiste principalmente en mostrar entrevistas, trabajos de artistas y autores de la red para apoyar a otros que incursionan o necesitan consejos para moverse en este campo.

Criterios multimedia

El contenido es básicamente textual, aunque cuenta con imágenes fijas entre las que destacan fotos y gráficas de apoyo para la información. Algunos artículos proveen de anexos en *Acrobat Reader* e hipervínculos a otras páginas de interés para los lectores. Lo más importante es definitivamente el concepto de información proporcionada gratuitamente.

Criterios de interactividad

Nivel 1

La versión de *digital web* es un sitio especializado en todo lo que rodea la **red** y lo digital. Está inmersa en ese mundo y por lo tanto debe funcionar de la mejor forma dentro de él; se dirige a los diseñadores de sitios *web* y por lo tanto maneja tecnicismos y su prioridad es la rapidez de lectura. Poco uso de **hipermedios** porque su principal intención es facilitar artículos o información textual sobre las novedades y curiosidades del área. Utiliza lo necesario y básico para tener un contacto usuario-equipo editorial y usuario-información complementaria. Este sitio maneja la forma más común de **interfaz**. El usuario se sentirá cómodo porque ubicará fácilmente los vínculos y la forma de encontrar la información será la más rápida. Se divide en dos secciones que fácilmente se distinguen por los colores, una parte se entiende inmediatamente que funciona como índice permanente y al centro aparece la información más importante. Es rápido el acceso ya que no maneja **hipermedios** complicados. Y se puede visualizar en cualquier navegador. No hay interacción simultánea con otros usuarios ni con el equipo de la revista; pero sí hay forma de contactar a los creadores por medio de mensajes instantáneos. Existe la posibilidad de buscar algún tema específico, solicitar más información, dar sugerencias llenando un formulario o contactar al equipo editorial de la misma forma, todo con mensajes instantáneos. Además se puede colaborar con trabajos de investigación. Los archivos y la información de la revista son

de gran ayuda para los expertos en estos temas, sobretodo porque la información aparece rápidamente y es muy sencillo buscarla. En cuanto a retroalimentación, la información sobre el concepto de la publicación es bastante sencilla. Contiene *links* y diversas opciones para solicitar información complementaria. Es rápida la forma de acceder a la página y en el transcurso de la lectura no hay problemas de navegación, la página tiene una estructura de las más comunes y usadas en la red. Es una publicación periódica, lo necesario para desarrollar interesantes artículos sobre el tema, no requiere de rápidas actualizaciones.

Criterios de diseño

Diseño sobrio, pero dinámico; sencillo pero adecuado al tema. Los colores ayudan a establecer la identidad de la publicación y al mismo tiempo marcar la diferencia en el tipo de información; son colores que no causan problema en pantalla. La tipografía es de las más usadas pero con el tamaño necesario para leerse. Buena estructuración de campos y no saturación de imágenes ya que lo importante es el texto. No maneja complicados diseños y eso facilita la lectura, cada sección y artículo tiene índice y el resto de vínculos que podrán moverte dentro de otros sectores o regresar a la página principal. Es sumamente efectivo, por su rapidez y por la sencillez de su interfaz. La publicación tiene como meta dar la información más reciente y completa; no le interesa meter archivos multimedia o interfaz complicadas porque esto los haría perder lectores. La forma de jerarquizar la información es correcta tiene un índice horizontal en la parte superior de: opciones de búsqueda, contactos y ayuda pantalla, además de permitir regresar inmediatamente a la página principal; además hay otro índice vertical del lado derecho que contiene las secciones con sus respectivos artículos. Esto hace que navegues a la página que gustes sin necesidad de regresar a la página principal y por lo tanto perder tiempo de navegación y lectura. La jerarquización de la información con el tamaño tipográfico es correcto ya que no confunde al lector. Manejar pocos colores y tipografía adecuada para la lectura en pantalla ayuda en la lectura. La sencillez en la interfaz y la colocación de la información es lo que hace efectivo el sitio.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	P	L
	0	2	0	0	0	4	3		
Interactividad	H	U	A	S	P	P	R	D	A
	3	5	5	2	3	5	5	5	
Diseño	O	G	E	J	F	E	O	I	
	4	5	5	5	5	3			

Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://www.lamosca.com.mx/>

La Mosca

Publicación mensual mexicana de tiraje limitado acerca de música (sin limitarse a un solo punto de vista temático). Sus artículos son variados, de imaginativa crítica y alternativa, con comentarios sarcásticos de poética retorcida, aunque a veces subjetivos. Muestra propuestas múltiples, desde la escena *underground* mexicana e internacional, pasando por lo comercial, ecléctico y *dark* hasta *jazz* y vanguardias electrónicas.

Criterios multimedia

Un sitio demasiado pretencioso para lo que ofrece en realidad; cuenta con animaciones básicas (como la introducción) y nada propositivas que sólo son un adorno más a la disfuncional y desestilizada *interfaz*. Cuenta con una sección de mp3 pero al momento de querer accederla, nunca lo hizo. También hay comunidades y *chats* divididas en preferencias musicales.

Criterios de interactividad

Nivel 1

Los *links* están descuidados pues no siempre llevan a su raíz y carece de *hipermedios*. La accesabilidad se ve afectada por el excesivo uso de botones para navegar en el contenido, sin permitir que mediante el teclado se mueva el usuario. La posibilidad de contactar a otros mediante los foros de distinto género música y los *chats*, así como mandar mensajes para opinar, proporciona un nivel aceptable de simultaneidad, aunque las comunidades no están bien organizadas y se tiene problemas de descarga. Es muy complicado hallarle un sentido a la página pues tantos elementos no son funcionales, estorbándose entre sí (sobre todo en cuestión de efectividad y rapidez) y los pasos son demasiados para acciones que de otro modo serían muy sencillas de ejecutar. Como se guardan los archivos en una base de datos, sí se da una profundidad y retroalimentación al contenido, el cual se puede acceder buscando por fechas o por números los artículos. Está hecha en *Flash 6* y eso dificulta a muchos el acceso al sitio, pero cuenta con una opción que permite descargarlo antes de entrar.

Criterios de diseño

Al parecer, los diseñadores del sitio quisieron usar *Flash 6* para darle dinamismo a la página, pero se excedieron al tratar de agregar animaciones básicas a cada artículo sin tener en realidad un sentido el que la tipografía e imágenes se estén moviendo constantemente mientras lo que importa es que el contenido se lea bien. Los fondos interfieren con la legibilidad y no hay un balance entre tipografías, colores y texturas, todo es caótico y complicado, poco efectivo pues no ofrece una clara e intuitiva *interfaz*. Aunque aparentemente hubo un esfuerzo por romper con las reglas y proponer un diseño fuera de lo usual, se cayó en lo mismo: el mismo tipo de estructura rígida de la mayoría de los sitios, por más decoración que le hayan puesto. No funciona ni estética ni funcionalmente y definitivamente es lo opuesto a su propuesta editorial impresa de alta calidad. Las pocas imágenes que tiene son pequeñas y no se pueden ver en una mejor resolución.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	3	2	0	3	3	3	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	1	2	2	4	1	4	2	2
Diseño	0	G	E	J	F	E	O	I
	1	1	2	1	1	1		

<http://www.almargen.com.mx/>

Al Margen

Revista digital mexicana dirigida al periodismo de investigación profundo y contundente, que analiza política, medios, literatura y ensayos fotográficos; realizada por periodistas y profesionales independientes para la difusión de la cultura. Su Director es José Pérez-Espino.

Criterios multimedia

El ensayo fotográfico que aparece como uno de las secciones es muy interesante, y despliega una selección de fotografías a manera de reportaje gráfico acerca de un tema en específico; la calidad y resolución de las fotos es alta. El mayor logro de Al Margen es la publicación de literatura (poemas y libros en línea) que aparece completa o capítulo por capítulo, promoviendo a nuevos autores y estilos. Es una lástima que no cuente con un botón para imprimir.

Criterios de interactividad

Nivel 1

Es una página que se basa completamente en *hipervínculos*, aunque hay pocos *hipermedios* y ya dentro de los artículos casi no hay *links*. Sin embargo, está bien organizada para satisfacer las necesidades del periodismo enfocado a ensayos y reportajes de investigación profundos. Es muy sencillo de usar, por lo que el usuario que exige una información rápida se ve beneficiado con los artículos independientes pero completos, a los que sólo les falta mayor apoyo visual para complementar los reportajes. Además se utiliza una solución simple pero altamente efectiva para organizar el contenido, pues se especifica de qué tipo de género periodístico se trata. El acceso es otro de los criterios con mayores ventajas para el sitio, pues se mantuvo simple y efectivo; con una movilidad vertical con pocos usos de botones, a menos que se accese a un artículo. Las pocas imágenes que se encuentran durante la navegación cuentan con explicaciones breves, y son suficientes. Se entiende que la prioridad en este sitio es que se puedan descargar el contenido, pero también cuenta con las direcciones enlazadas de los escritores para hacer comentarios. Carece de otros elementos que permitan la interacción simultánea. Se actualiza con frecuencia y normalmente es cada mes.

Criterios de diseño

Es un diseño sencillo, limpio y minimalista, se basa en una estructura bien balanceada y jerarquizada en la cual destaca el texto y algunas imágenes que son usadas para acompañar la noticia. El espacio en blanco es respetado, lo cual hace que la legibilidad sea resaltada gracias a los contrastes de color entre azul y naranja para títulos y subtítulos y negro para texto sobre fondo blanco. Asimismo, hay una jerarquía de tamaño que caracteriza la tipografía, si se quiere dar énfasis a un nombre o noticia. La organización es básicamente a dos columnas que se expanden verticalmente. La usabilidad es sencilla y permite tener un acceso rápido y satisfactorio a los temas de interés. Las secciones en que se divide la publicación se localizan en la parte superior izquierda, justo abajo del logotipo, facilitando su reconocimiento y uso, aunque sí requieren que se les de un grado de puntaje mayor o se les resalte de otra manera (ya sea por color, estilo o con mayúsculas) para acentuar su importancia.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	2	0	0	0	5	0	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	5	5	5	1	1	4	5	4
Diseño	0	G	E	J	F	E	O	I
	3	4	4	5	5	5		

Transición de Medios Impresos a Digitales

http://www.msnbc.com/news/NW-front_Front.asp

Newsweek

Ofrece cobertura comprensible de la actual perspectiva y eventos mundiales con una red global de más de 60 corresponsales reportando Asuntos Nacionales e Internacionales, Negocios, Ciencia y Tecnología, Sociedad, Artes y Entretenimiento con una incisiva y bien fundamentada redacción.

Criterios multimedia

Los apoyos **multimedia** son usados inteligentemente para presentar mejor la información al visitante. Contiene *slideshows* o audiovisuales que narran reportajes usando fotografía y una narración, videos con sonido, infografía bien diseñada que facilita la comprensión de temas, además de estar bien documentada. Una falla es ignorar a los usuarios de otras plataformas que no fueran *Windows*, pues muchos de los programas o *plugins* lo requieren.

Criterios de interactividad

Nivel 2

La publicación digital de *Newsweek* ofrece información complementaria y parte de la versión impresa (no necesariamente los mismos artículos); se actualiza rápidamente con una buena facilidad de lectura. Uso de hipermedios para completar la información y otorgarle al usuario más sitios que explorar, esto provoca una estancia más larga en el sitio. Este sitio maneja la forma más común de **interfaz**. Aunque contiene muchos subíndices en cada sección y conforme uno entra a más secciones tiene más opciones. El usuario se siente cómodo porque ubica fácilmente los vínculos y la forma de encontrar la información será la más rápida. Se divide en secciones, de forma dinámica y poco aburrida que fácilmente se distinguen por los colores, índice permanente que ayudará a un fácil retorno o selección de las primeras secciones. Es rápido el acceso, sin complicaciones en ningún navegador. Interacción simultánea, por medio de un chat de *msn*, aunque no hay salones de discusión creados por la publicación. El usuario tiene varias secciones para dar su opinión sobre algún tema, con un formulario que se manda inmediatamente; también se puede votar

en una pregunta abierta que cambia cada día. Existe la posibilidad de buscar algún tema específico, solicitar información, sugerir llenando un formulario o contactar al equipo editorial con mensajes instantáneos. Los archivos y la información son noticias de primera mano; también hay secciones que complementan la información en ciertos temas de interés; sobretodo en las secciones de Salud, Negocios, Deportes. Gran campo de acción para el usuario por su amplio contenido y manejo de secciones. Rápida forma de acceder a la página, sin problemas en el transcurso de la lectura. La estructura es de las más comunes y usadas en la red. Se actualiza cada nueva noticia, esto brinda credibilidad en la información.

Criterios de diseño

El diseño al estilo norteamericano puede ser demasiado escandaloso para algunos usuarios. El uso de fotografías y gráficas facilitan la lectura rápida. La tipografía palo seco y con los suficientes criterios para jerarquizar la información; se mantiene la identidad de la publicación con los colores y la uniformidad en el texto. Desde la primera página el usuario logra familiarizarse con la **interfaz** y le resulta una gran gama de posibilidades para encontrar la información que desea. Es sumamente efectivo, por su rapidez y sencillez. La publicación tiene como meta dar la información más reciente y completa; maneja cuestiones multimedia para enriquecer la información y mantenerse a la vanguardia, esto permite que el usuario exigente se acostumbre a usar el sitio diariamente. La forma de jerarquizar la información es correcta y tiene los índices necesarios de búsqueda. Separa correctamente las secciones menos usadas, coloca en primer lugar las noticias y secciones más leídas sin olvidar los anuncios sobre las últimas noticias, suplementos y secciones especiales. Se excede un poco en información de la página principal, siendo agotador. Los colores escandalosos, el bombardeo de títulos y posibles imágenes provoca que a cierto tipo de usuarios, acostumbrados a diseños europeos, rechacen la publicación. Es congruente con el concepto de la publicación impresa y la digital funciona como reforzador.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	5	5	5	5	5	5	3	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	3	5	5	4	3	5	5	5
Diseño	06	EI	J	F	E	OI		
	3	5	5	4	4	4		

<http://www.colors magazine.com>

Colors Magazine

Su eslogan reza "A magazine about the rest of the world" o "Una revista acerca del resto del mundo". Vendida en más de 60 países, *Colors* es publicada en cuatro ediciones en 5 idiomas, con un sitio web tanto popular como reconocido por los críticos. La revista es bimensual y alcanza a jóvenes alrededor del mundo. Fundada hace 10 años, bajo la dirección de Tibor Kalman; basada en la convicción de que las diferencias son riquezas para protegerse, y todas las culturas tienen el mismo valor. *Colors* es parte del departamento editorial de *Fabrica* y utiliza una amplia red de colaboradores externos en todo el mundo.

Las imágenes son, ante todo, su medio expresivo: un método universal que alcanza a un gran número de personas con un impacto fuerte e inmediato. Usando el lenguaje visual, sus temas alternan la seriedad y el desafío con lo francamente frívolo, pero cada uno es visto desde una perspectiva irreverente e inconvencional.

Criterios multimedia

Es injusto juzgar basados en la visita a una sola edición, ya que el valor de *Colors* está precisamente en la experimentación de varios medios para recrear sus temas. Dependiendo de cual sea, eligen los apoyos **multimedia** y definen el tipo información que será llevada más allá del nivel textual para producir diseño de información más innovador. Cada número, el sitio de *Colors* se reinventa y sorprende.

Criterios de interactividad

Nivel 2

El sitio es altamente interactivo y permite que el usuario se identifique con los temas que maneja, pues está diseñado para que participe mediante **hipermedios** en la navegación, haciendo sus propias elecciones respecto a lo que le interesa ver o leer. Asimismo, a pesar de que la accesabilidad no es para todos (ya que se requiere actualizar constantemente el *Flash*) es fácil aprenderlo a usar cuando ya se tiene cierta experiencia en la **web** (aunque para los usuarios que tienen sus primeras experiencias no es sencillo, pues muchas imágenes también conducen a más textos que no están **visibles** y a los cuales se les tiene que dar un **click**), con **interfaz** sencillas, ordenadas y entretenidas que cambian con cada número

mensual. Sin embargo, no se puede interactuar con otros lectores, pero sí contactar a la revista o participar mandando imágenes (cuando son solicitadas porque así el número lo requiere). Cuenta con los archivos completos de números pasados, lo cual asegura una retroalimentación y profundidad mejores. Es el tipo de sitios sorprendidos donde se hallan cosas escondidas en la programación y que conducen a contenido mas profundo y apoyado visualmente para explicar la información, por eso, uno se deleita dando **clicks** por cualquier parte de la pantalla, esperando que aparezca algo nuevo para sorprenderse.

Criterios de diseño

El diseño es interesante, diferente y propositivo. Conjunta lo alternativo y progresivo, siempre cambiando gradualmente y utilizando elementos metafóricos que provocan sensaciones –algunas bastante impactantes–, como si uno pudiera realmente entrar en cada reportaje y cada cultura. En *Colors* siempre innovan y construyen **interfaz** auténticas, llenas de vida y dinamismo. Las imágenes son lo mejor, pues aunque muchas son de personas como cualquier otra, ayudan a contar mejor las historias que hay detrás de ellas. Otras imágenes son muy fuertes y no son aptas para que las vean todos. Reina una alta calidad y profesionalismo; la distribución siempre lleva un orden de acuerdo a las historias y dentro de cada una de ellas puede haber más de tres elementos de interacción como video, fotos o animaciones. La resolución es muy buena y aunque no hay manera de imprimir directamente, sí se pueden tomar *snapshots* desde la misma computadora e imprimir desde otro programa y aún así, las imágenes saldrán con el mismo grado de calidad. A veces la legibilidad se ve afectada por los pequeños tamaños de tipografía utilizados, pero esto no sucede más que en ciertos casos. Se respeta un gran espacio en blanco alrededor del recuadro que normalmente expone todo tipo de contenido, sin utilizar toda la página, pero es suficiente pues la navegación permite tener una visión completa de todos los elementos en cada caso.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	3	5	4	4	2	5	2	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	4	4	1	2	2	5	3	5
Diseño	06	EI	J	F	E	OI		
	5	5	5	5	4	5		

Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://www.thisisamagazine.com>

This is a Magazine

Revista experimental gratuita de moda, diseño gráfico, etc.: 'cubriendo el amor, el universo, y cualquier otra cosa a través de arte en línea, fotografía y palabras'. Un divertido ejemplo de los actuales *weblogs*. Conectada a otras revistas digitales o *eazines* colaborativas.

Criterios multimedia

Algo entretenido de cada edición es que contiene una tabla con los medios y apoyos encontrados en ella, así como su cantidad, ya sea texto, ilustración, animación, diseño, concepto y moda. Cada vez, hay un tema nuevo con enfoques distintos de diversos artistas aprovechándose de un despliegue **multimedia** con tendencia a la interactividad experimental (muy básica y lúdica, por cierto).

Criterios de interactividad

Nivel 1

Al ingresar al sitio, uno se topa con textos que hacen referencia al puro uso de **HTML**, con todo e **hipertexto** para señalar las funciones o secciones con que cuenta. Una vez acceder alguna de las palabras resaltadas, aparece una ventana independiente donde se exhibe el contenido. En cada número, la ventana despliega un pequeño rectángulo que funciona como libro digital, hojeando las páginas (si se quiere ir atrás, se da *click* en la página izquierda y si se quiere ir hacia delante, en la derecha). Esto indica una navegación muy sencilla y de fácil usabilidad, aunque no es muy interesante y limita muchas de las decisiones del usuario, pues todo se vuelve lineal. El acceso y la disponibilidad también dependen de que el usuario cuente con el *Flash* más actualizado y por lo tanto, los movimientos dentro de la página son limitados por el *mouse*. Al existir una base de datos con todos los números de la publicación, se da una profundidad y retroalimentación aunque realmente poco se retiene por la cantidad de caóticas y variadas imágenes que se manejan.

No es un sitio para cualquier público, pues resultaría aburrido para alguien que busca más texto que imágenes incomprensibles (a menos que esté ligado al arte o le interese mucho). El único modo de interactuar con otros es contactando a quienes colaboran, de otra manera no hay posibilidad de personalización. Se actualiza cada mes y además se publican compendios de temas diversos.

Criterios de diseño

En cada número se despliegan una enorme cantidad de ilustraciones, fotografías y animaciones que al parecer no llevan un patrón consolidado y para muchos usuarios no resulta atractivo, ya que es un concepto muy extraño de arte. Sin embargo, como experimentación se entiende que se quieren congregan todos estos elementos aunque no suelen integrarse totalmente. El diseño de la **interfaz** es en realidad muy sencillo una vez que se prueba, ya que es básicamente un libro al cual se le tienen que hojear las páginas; el cual se exhibe en una ventana independiente a la de inicio. Existe muy poco contenido textual y éste se introduce o adhiere a las imágenes, aunque no todas cuentan con él. En muchos casos, no es legible, pues resulta más otro elemento estético o exploratorio (a veces es incoherente) que algo forzosamente legible para entender la obra –es en sí, parte de la obra o concepto, y pocas veces tiene la función de ser el sustento o una explicación de ésta. Aunque no es un sitio precisamente funcional, sirve para exponer las nuevas tendencias o portafolios de artistas o diseñadores con una inclinación hacia la expresión tecnológica. Una jerarquización o estructuración específica no aplica o no tiene mucho lugar dentro de la publicación, pues ésta se enfoca a mostrar las imágenes independientes.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	3	5	3	2	2	2	2	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	3	3	2	0	1	3	2	4
Diseño	0	G	E	J	F	E	O	
	3	3	3	2	2	4		

<http://www.eyemagazine.com>

Eye Magazine

Crítica Internacional del Diseño Gráfico y la Cultura Visual. La primera fase salió en febrero 6 de 2002, después de meses de preparación. Es un sitio de diseño gráfico diferente y fresco: no es *webzine*, ni portafolio, ni siquiera una versión en pantalla de la revista impresa quincenal. Es un recurso informativo, un índice en expansión para lectores pasados, presentes y futuros con reportajes acerca del diseño contemporáneo.

Criterios multimedia

El buscador de palabras y temas es una novedad, pues retoma anuncios móviles de horarios de trenes y aviones que son volteados para dar nueva información. Aunque un poco complicado, al captar su funcionamiento resulta una herramienta útil. Para esto, se utiliza una animación y programación básica con una base de datos muy actualizada. Sonido, uno de los principales estímulos al cambiar los mensajes y provocar que el visitante se quede un poco más tiempo al principio. Los artículos pueden ser enviados por correo electrónico o impresos, así como comentarios.

Criterios de interactividad

Nivel 1

Utiliza **hipertexto** para la navegación dentro del sitio, pero no lo utiliza para vincular artículos unos con otros, sin embargo, es suficiente y está organizado de modo que se profundice bien en los temas; además ofrece **links** a otras páginas para dar una retroalimentación. Es complicado de usar en un principio pues hay muchas funciones y contenido; el buscador de conceptos es demasiado complejo pues relaciona demasiada información a la vez y con la sola referencia de los títulos no se sabe de qué se tratan los artículos. Es fácil de acceder pues se maneja por código **HTML**, aunque no se puede depender totalmente del teclado. Se actualiza mensualmente y se desempeña muy bien en todos los aspectos: rapidez, eficacia, contenido. Se puede comentar, imprimir o mandar el artículo por *e-mail*.

Criterios de diseño

Se mantiene sencillo en cuanto a diseño –ocupa lo esencial visualmente–, bien organizado a pesar de que maneja mucha información. Al tener un sentido orientado y planeado de la estructura de su base de datos, es fácil relacionar y desplegar la información (aunque otra cosa distinta es desde el punto de vista del usuario). La página de inicio de cada número es diferente, usando imágenes como fondo y colores llamativos para la tipografía que debe resaltarse y las celdas que separan el contenido. Cada artículo ocupa un espacio independiente y sólo lo acompañan los elementos usuales de navegación dentro del sitio y **links** de la misma sección madre. La estructura es siempre la misma para permitir la adaptación rápida de textos, pero da un aire de balance y pureza. La información es legible gracias al fondo blanco y la tipografía en negro, el tamaño es el mismo, pero se resaltan con negritas los títulos o subtítulos. Las imágenes se limitan a las portadas de la publicación impresa y a la de la página principal, pero no acompañan a los artículos. El diseño permite acceder e identificar rápida y eficazmente la información que se requiere, por lo que resulta funcional.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	3	1	2	3	4	0	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	4	3	4	1	1	5	5	4
Diseño	0	G	E	J	F	E	O	
	5	5	5	4	4	1		

Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://www.tigermagazine.org>

Tiger Magazine

Screen magazine. Revista conceptual de arte, diseño y cultura, nacida en diciembre de 2000, que explota características multimedia. Funciona como un **weblog** de contribuciones gratuitas y libres, manteniéndose con la venta de productos artísticos inspirados en su catálogo de imágenes.

Criterios multimedia

Tigermagazine.com consiste en su versión impresa digitalizada, y se maneja como si se hojeara dándole *click* a las páginas, yendo atrás o adelante. El sonido al hacer esto es de máquina de escribir. Cuenta con animaciones muy sencillas que sirven sólo de elemento decorativo.

Criterios de interactividad

Nivel 1

Carece de **hipervínculos**, aparte de los cuatro que comprenden los elementos de navegación; pero las imágenes cuentan con un mapa sensitivo (que solo sirve para moverse) y hay dos flechas también para moverse y un botón de salir. La interactividad resulta lineal pues es como si fuera una revista con dos páginas a las cuales se les debe dar *click* para avanzar o retroceder. Una vez que se entiende el mecanismo de la navegación es lo más fácil de utilizar para cualquier usuario. Es difícil de acceder para quienes no cuentan con un *Flash* actualizado. No existe simultaneidad y lo único que se puede hacer para interactuar con otros es escribir al contacto responsable del número o en el libro de visitas para dar la opinión o colaborar mandando imágenes ya sea en francés, inglés, japonés o alemán. También cuenta con una tienda virtual en la cual se ofrecen postales de las obras mostradas en la publicación o pines con el logotipo, con el fin de recaudar fondos para seguir sacando nuevas cosas. Las ediciones pasadas se mantienen archivadas para que cualquiera pueda accederlas aún cuando ya salen números nuevos. Se actualiza bimestralmente.

Criterios de diseño

En realidad el diseño de **interfaz** es muy sencillo y no tiene nada del otro mundo más que conocimientos básicos de programación en *Flash*. La estructura también es minimalista y el verdadero valor de la publicación radica en su contenido visual que comprende ilustraciones y fotografías. En la página principal se despliegan los elementos de navegación: *current issue*, *back issue*, *information* y *badge* y al centro la imagen de la portada actual, así como el número de ésta. Al accederla, se despliega una ventana más pequeña independiente donde primero hay una sencilla animación mientras se descarga, luego se pueden ver las dos páginas que irán mostrando el contenido. El rectángulo en el que se encuentra es muy pequeño pero suficiente para el tipo de información. Casi no hay texto y el único que existe resulta muy pequeño y es con fines de navegación (como si fueran botones), pero es apropiado pues se logra distinguir perfectamente en el gran espacio en blanco que se maneja.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	5	1	0	1	3	0	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	O	AI
	1	3	2	1	1	2	5	3
Diseño	06	EI	J	F	E	OI		
	2	2	2	2	1	4		

<http://www.fusedmagazine.org>

Fused Magazine

Revista de música contemporánea, cubriendo lo mejor y más nuevo de la escena *underground* del Reino Unido. Ofrece reseñas y entrevistas sobre discos, clubes, videos, películas y eventos.

Criterios multimedia

Es una propuesta interesante y sencilla; basada en imágenes de estilo popular y fotografías de los artistas y conceptos relacionados con la música, así como en un contenido sólido. Está desarrollado en *Flash* y la programación utilizada es básica pero efectiva.

Criterios de interactividad

Nivel 1

Es un sitio de poca interactividad e interacción pues no se puede contactar a otros excepto si se escribe a los *mails* de quienes desarrollan la revista, ya sea para omitir comentarios o hacer compras de números pasados o mercancía relacionada. Además prácticamente constituye un promocional de la versión impresa y se obtiene el contenido esencial de artículos o imágenes para enganchar, pero lo que interesa es que el usuario conozca la revista y la compre. Es fácil y agradable de usar pero tiene muchas carencias que hacen que sólo se recurra a ella a lo mucho un par de veces por número, restándole interés. No cualquiera puede acceder a ella pues requiere una versión actualizada de *Flash* y los movimientos son independientes del teclado; tampoco cuenta con la información de apoyo necesaria. En varios espacios de navegación se repite el contenido y se podían haber reducido las opciones ya que no ofrece algo diferente en todos. Al aparecer los títulos de las secciones, no se les puede acceder, careciendo de un respaldo vinculado a más información, pero algunas imágenes sí son **hipermedia**. Sin embargo, cuenta con una sección de vínculos a otros sitios relacionados o de interés particular. No se puede personalizar pero sí ver las páginas de números anteriores gracias a que los mantiene activos en su base de datos; sin embargo se trata de la página principal de cada uno, sin artículos o imágenes. Se actualiza cada vez que hay noticias de eventos nuevos, pero no es muy constante.

Criterios de diseño

Propuesta funcional que hace uso de lo esencial en cuanto a **interfaz** visual, pues no se excede en elementos gráficos y cuenta con una estructura sólida pero flexible de formas variadas. Se logra una composición fuerte y equilibrada entre la imagen principal y el resto del contenido distribuido a su izquierda; a pesar de ser asimétrica, la imagen principal se comunica bien con la caja de navegación, titulares y contenido ya que conviven dentro de una base anterior simétrica. La característica principal de *fusedmagazine* es su imagen sintetizada de portada que resulta en una abstracción de colores y formas orgánicas que sobresale y es captada rápidamente por el ojo, produciendo un efecto placentero. La tipografía para texto es palo seco y es bastante legible, resaltando los títulos en **bold** y un tamaño mayor; los nombres de las secciones usan una tipografía de fantasía encerrada en un efecto de volumen. Los fondos en tonos de gris claros y la tipografía en negro permiten que haya contraste suficiente para leer, pero en el caso del espacio de secciones casi se fusionan. Las demás imágenes, incluyendo las portadas son muy pequeñas, pero los *wallpapers* alcanzan mejor resolución.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	5	0	0	1	5	0	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	O	AI
	3	4	3	0	1	2	3	3
Diseño	06	EI	J	F	E	OI		
	5	5	5	4	4	4		

Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://www.neo2.es>

Ipsum planet/////neo2

Desde 1995, *Ipsum Planet* (una agencia publicitaria española) edita la revista bimensual y bilingüe *Neo2*, antes Neomanía. Publicación nacida como *fanzine* y poco a poco, se ha transformado en una revista. Un referente de las nuevas vanguardias españolas en música, arte, diseño, arquitectura, fotografía, moda

Criterios multimedia

La revista propone ideas innovadoras, pero todavía no han sido solidificadas. Sonido en el sitio es importante pues crea ambientes apropiados para el visitante, quien puede elegir en cualquier momento entre 6 opciones; el poco contenido sólo sirve para describir el de la edición impresa. Actualmente trabajan en una sección llamada *flipart* que contiene videos, lo cual propulsará interés.

Criterios de interactividad

Nivel 1

Cuenta con mapas sensibles y botones para moverse dentro de las páginas, así como elementos fijos de navegación que establecen las secciones u otros servicios. Su sencillez radica en que expone poca información pues se limita a promocionar la revista impresa. Al estar desarrollado con *Flash* no es accesible para todos; las pocas imágenes en cada número no marcan información adicional y todo el movimiento es por medio del *clicks* con el *mouse* (no es muy intuitiva pues hay que buscar dónde hay espacios vinculados sin que lo marquen). Al suscribirse a la publicación una persona también se puede convertir en colaborador. La revista tiene una interesante sección de *links* organizados de acuerdo a intereses como la moda, diseño u otros. Se actualiza bimestralmente pero no publica noticias nuevas constantemente. Ofrece algunos sonidos para que el usuario elija cuál quiere escuchar mientras navega por el sitio o si prefiere sin sonido. También se pueden descargar *wallpapers* y tipografías

desarrollados por los diseñadores de la revista, tanto para Mac como PC y de manera gratuita.

Criterios de diseño

Al entrar, uno se topa con una imagen de un hombre disfrazado de *ninja*, con varios dispositivos ilustrados -que en nada parecen relacionarse- distribuidos a su alrededor; a blanco y negro sobre un fondo blanco. El logotipo es un botón que conduce al número actual, desde el inicio se produce una música que permanece hasta que uno la cambia o la quita. Esa página también está animada y el logotipo se mueve de derecha a izquierda hasta colocarse en un lugar fijo en la parte superior izquierda. A un lado está la barra de navegación que incluye: *Galeria Neo2* (sección encargada de mostrar el contenido editorial de los diferentes ejemplares de la revista y algunas imágenes), *Where?* (sección que señala los lugares y direcciones donde se distribuye la revista), *Colabora, Flipart* (todavía no está en funcionamiento pero muestra un video), *Links* (esta sección es interesante para quienes quieren profundizar más en otros sitios, además ofrece una divertida manera de acceder a los vínculos pues es una fotografía reticulada a cuadros en la cual hay espacios sensibles que conducen a los sitios), *Subscribe* y *Tipos* (donde se pueden descargar varias tipografías y *wallpapers* desarrollados por los colaboradores o diseñadores de la revista de manera gratuita). La *interfaz* no es complicada, pero tampoco sencilla. Es una estructura básica donde la fotografía principal de la portada aparece del lado izquierdo y al derecho una síntesis para explicar el contenido de la revista; cuenta con un par de botones para ver las imágenes secundarias. Abajo, hay varios dos filas horizontales reticulada a cuadros con números y son las ediciones pasadas de la revista. Utiliza tonos grises sobre un fondo blanco y tipografía en magenta, cian o gris más oscuro; hay juegos de contraste con transparencias. El diseño es práctico, minimalista y simétrico.



Multimedia	V	I	A	IG	S	T	PL
	4	4	3	0	5	2	1
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	AI
	3	3	3	0	4	3	5
Diseño	OG	EI	J	F	E	OI	
	4	3	3	3	4	3	

<http://www.reforma.com.mx>

Reforma

Diario mexicano que presenta noticias nacionales, internacionales, deportes, opinión, cultura y espectáculos entre otros servicios. Es considerado un periódico de derecha y está enfocado a adultos jóvenes y de mediana edad. Periódico Mejor Diseñado del Mundo por la SDN en tres ocasiones gracias al rediseño hecho por la empresa DaniloBlack. Su versión en línea es una de las más completas y que se ha adecuando mejor al nuevo medio.

Criterios multimedia

Periódico a la vanguardia de la información en México, dotando a su sitio con lo último en tecnología y elementos para hacer más práctico al usuario el acceso a las noticias. Además de las forzadas imágenes y texto fijos, incluye infografía animada bastante comprensible y útil, así como videos en ciertas secciones. Aunque carece de un sonido de fondo, es posible bajar archivos para *Real Player* con programación musical; las noticias pueden imprimirse o mandarse por mail además de actualizarse constantemente. Versión impresa con mapa sensible; útil para aquellos usuarios que todavía están adecuados al periódico tradicional.

Criterios de interactividad

Nivel 2

Los hipervínculos llevan a otras páginas de contenido del mismo sitio, pero no hay botones de regreso o adelante que permitan una navegación más libre. En una nota completa aparecen **hipervínculos** e **hipermedios** relacionados para llevar un seguimiento. **Interfaz** amistosa, con grado de complejidad elevado, dirigida a los lectores habituales y experimentados. Facilita lectura de escaneo, se puede profundizar en los contenidos contando con información útil sin necesidad de recurrir a contenidos ajenos. Tiempo de descarga rápido, se puede acceder tanto desde la computadora como la *Palm* y tener un formato de impresión. Requiere del *Real Player* o del *Windows Media Player* para escuchar los audios o ver videos, pero el sitio no los proporciona. Avisos de Ocasión permite a más de dos usuarios intercambiar información, aunque no simultáneamente, sino por *e-mail*. Asimismo, el lector puede contactar al periódico por este medio y participar en encuestas. Grado de personalización por contacto virtual con el cliente por correo y en su *Palm*, enviándole información. Los buscadores y la especialización de las secciones contribuyen a una profundidad mayor, sobretodo por

existir ediciones en archivo. Los **hipervínculos** e **hipermedios** para indicar noticias relacionadas en una misma nota son favorables. Poca retroalimentación al contactar personalmente a otros usuarios que han publicado sus anuncios, cuando el periódico muestra las cartas y colaboraciones de sus lectores y en los resultados de los sondeos. Disponible para *browser* y plataformas reconocidos. Un *banner* muestra las noticias de última hora, pero el espacio es tan pequeño y lleva una velocidad tan rápida en ciertos momentos, que no se distingue bien la información.

Criterios de diseño

Diseño gráfico innovador, siguiendo reglas editoriales para la separación de campos y columnas, dándole una uniformidad geométrica que beneficia la visualidad. Bloques definidos para presentar datos instantáneos. Elementos de navegación ubicados a la izquierda y en la parte superior de la página. Contenido dividido en 4 columnas y 3 campos, o 2 columnas más anchas para la nota principal y una foto de relevancia junto a una más angosta en la parte superior; y abajo, 4 columnas para distribuir suplementos y noticias secundarias. Bloques definidos y compactados para apartados constantes. Logotipo en espacio privilegiado para el reconocimiento; *banner* de últimas noticias hasta arriba tendiendo a la derecha; debajo, programación en vivo y del lado derecho, publicidad. También, las divisiones de interés principales del diario en una franja horizontal. Secciones de noticias a la izquierda, divididas de arriba abajo. Noticias más importantes ocupan lugar principal del contenido (centro superior), otros reportajes y especiales mantienen protagonismo especial. Altamente funcional para personas de ritmo de vida acelerado que requieren información oportuna. Contenido, distribución y jerarquización mejoran servicio y atención. Búsqueda rápida, con mayor profundidad accediendo apoyos **multimedia**. La definición de bloques por color ayuda a ordenar la información. Fondo blanco y texto negro para el contenido, fondos de tonalidades verdes o grises y blanco el texto para la navegación. Facilita legibilidad y reconocimiento de datos por tipografía *sans serif*, uso de negritas para encabezados y manejo de diferentes gradaciones de tamaño para reconocer las noticias más importantes del día, así como un breve resumen de cada nota. Bloques separados por delgadas líneas divisorias. Fotografías a color con hipermedios que las llevan a su página de origen.



Multimedia	V	I	A	IG	S	T	PL
	5	5	5	5	3	5	3
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	AI
	3	5	5	2	3	4	4
Diseño	OG	EI	J	F	E	OI	
	5	5	5	4	5	5	

Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://www.jornada.unam.mx>

La Jornada

Diario mexicano apoyado por la UNAM que presenta noticias nacionales, internacionales, deportes, opinión, cultura y espectáculos entre otros servicios. Es considerado un periódico de izquierda. La Directora General es Carmen Lira Saade. Primero en tener una edición en línea.

Criterios multimedia

Definitivamente, La Jornada Virtual tiene como función básica mostrar las noticias de su versión impresa, sin mayores aditamentos aparte de las fotos y cartones.

Criterios de interactividad

Nivel 1

Cuenta con un buscador por campos que funciona mediante palabras directas, fechas o números publicados, así como vínculos a secciones o publicaciones asociadas y otros sitios informativos de reconocimiento internacional. Usabilidad básica, dirigida sobretudo a los fieles seguidores de La Jornada impresa, que sólo la leen por el valor de su contenido informativo. Como la información que se maneja es sencilla, el flujo de ésta es rápido, aunque mucho tiene que ver con los medios del usuario. No requiere *plugins* ni programas actualizados en su última edición, facilitando la situación al navegante. Movilidad por flechas de teclado y lenguaje **HTML**. No se interactúa con otros usuarios ni con los creadores de la página, sólo mandando un mail de comentarios a la editorial se puede dar un intercambio. Información uniforme y estática, carente de versiones dedicadas a diferentes perfiles de usuario; tampoco hay muchas opciones de dónde elegir excepto por las secciones ya establecidas. Profundidad en este sitio manejada por hipervínculos y buscador en la base de datos. Poca retroalimentación, posible mediante participación al opinar por correo electrónico. Disponible para cualquier *browser* conocido. Información actualizada cada día, no cuenta con recursos necesarios para incrementar la potencia en este sentido y generar datos con más frecuencia.

Criterios de diseño

Diseño basado en el **HTML**, más enfocado al desarrollo ingenieril y funcional que al estético. En la página principal, logo centrado en la parte superior junto a avisos gubernamentales. Abajo un *banner* publicitario normalmente de política. El cuerpo de la página, las secciones se distribuyen a la izquierda según su importancia o aparición en la versión impresa. Debajo de ellas, *links* a otras Jornadas, publicidad, el buscador y *links* a sitios informativos alternos. Enmedio, los encabezados de noticias más relevantes en forma de lista, vinculados al texto completo. Entre ellos, fotos intercaladas con sus pies de página. Hasta arriba de las noticias está la portada de la versión impresa, la cual se puede ver al darle un *click*, pero carece de mapa sensible. Abajo, se sitúan la opinión y columnas. Del lado derecho de la página, de arriba abajo se localizan la contraportada, Rayuela, La Jornada de Enmedio, otros artículos de interés y *links* a sitios asociados. Al final de la página, el buscador y los datos de La Jornada. Secciones tienen jerarquización en cuanto a importancia nacional, aunque ciertos temas de mayor frivolidad van antes de la sección mundial. La jerarquización de noticias es un tanto caótica, sin una definición visual sólida de relevancia. Sólo se destaca una por el tamaño de la tipografía y su posición a un lado de la portada. Mejoraría con un diseño que beneficie la jerarquización para ayudar a la navegación del usuario. Sin embargo, se pueden encontrar artículos si se buscan por separado y se les puede dar seguimiento sin muchas dificultades. Fondo blanco para el contenido y azul para aspectos navegacionales. La tipografía utilizada es *sans serif* para facilitar lectura en pantalla. Hay un juego tipográfico de negritas para resaltar titulares, aunque las gradaciones son muy parecidas en el cuerpo, exceptuando por la noticia principal y las columnas y artículos adicionales. Texto del contenido negro, vínculos en rojo y al usarlos cambian a morado; y texto sobre fondo azul es blanco. Las imágenes son fotografías y cartones en blanco y negro sin opción a vincularse entre sí, pero en realidad falta apoyo visual en ese aspecto, pues los artículos están contruidos casi en su mayoría de texto.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	4	0	0	0	4	0	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	2	2	5	1	0	3	4	2
Diseño	06	EI	J	F	E	01		
	1	2	4	1	2	2		

<http://www.eluniversal.com.mx>

El Universal

Diario mexicano con una trayectoria de 86 años y una importante participación en la historia política mexicana pues durante un tiempo fue el periódico del gobierno. Es llamado 'El Gran Diario de México'.

Criterios multimedia

Las opciones **multimedia** son reducidas, pero la sencillez funciona bien para el sitio. La infografía es una digitalización sin interactividad de la versión tradicional. Además de la versión para imprimir, se pueden enviar notas por *mail* y tener acceso al Universal *Online* por medio de la *Palm*.

Criterios de interactividad

Nivel 2

Hipervínculos llevan a otras páginas de contenido del mismo sitio, pero no hay botones de regreso o adelante que permitan una navegación más libre, lo cual pierde al usuario o al menos, lo retarda. Interfaz amistosa, con propuestas sencillas pero organizadas eficientemente. La sección minuto x minuto permite al usuario enterarse de los sucesos casi instantáneamente, según la sección que les interese o desplegando todas las notas sin importar su género. Facilita una lectura rápida y se puede tener acceso a la información realmente requerida sin necesidad de recurrir a contenidos ajenos. Sin embargo, la verticalidad de la página impide ver todas las opciones de golpe. Otra ventaja es que se le da más importancia al contenido que a otras cuestiones más superfluas. Hay otro rasgo interesante que le da un *plus*: el poder recibir información de diferente naturaleza en el *e-mail*. Tarda un poco en descargarse. En casi ningún espacio requiere *plugins* ni otros programas externos para bajar archivos o ver información, sólo en los juegos, donde se requiere cierto *plugin*. Se puede tener contacto con otros usuarios y con personalidades invitadas mediante los *chats*. Además, se pueden publicar anuncios en Aviso Oportuno, participar en las encuestas y foros de opinión, formar parte en los juegos en línea, así como contactar al periódico. La personalización se logra al mantener un contacto virtual con el cliente por correo, enviándole la información que ha solicitado. La profundidad en este sitio se ve reflejada de la siguiente manera: por los hipervínculos y el buscador en la base de datos, así como por la conformación de secciones

más especializadas a las que pueden recurrir específicamente los navegantes. Existe retroalimentación media, al participar en foros, *chats* e intercambiando información por *mail*. Disponible para casi cualquier *browser* conocido, aunque el *plugin* de juegos sólo sirve para plataforma PC. Notas actualizadas frescas en la sección Minuto x minuto.

Criterios de diseño

Diseño gráfico sencillo, claro y consistente, mucho más funcional que estético. No estimula mucho al visitante visualmente, pero facilita obtención de datos. En página principal, logo en esquina superior izquierda junto al pronóstico del clima, el lugar y fecha. Debajo, una franja de botones con las principales ofertas de contenido del periódico. Publicidad ocupa el espacio centrado siguiente a ésta. Contenido estructurado en bloques divididos por líneas delgadas, organizados siguiendo una jerarquización de importancia de arriba a abajo. Del lado derecho, más *links* y la sección Minuto x Minuto para tener la información más reciente a la mano. Secciones de noticias divididas de arriba abajo. Se le da un sitio importante a la publicidad, también al buscador a la derecha de ésta y un cuadro de opciones para recibir noticias por correo electrónico. Debajo de las secciones, Aviso Oportuno y *links* institucionales. Al centro del contenido, bloques con los encabezados de noticias más relevantes y sus respectivas notas anexas, vinculados al texto completo, así como la foto de otra noticia en la parte superior derecha. Debajo de notas más relevantes, fotos y notas populares. Abajo, se sitúan la opinión y columnas, noticias secundarias de las secciones, encuestas, *chats*, Tu Dinero y la Guía del Ocio. Hasta el final, datos del periódico, directorio, avisos legales, mapa del sitio. Podría mejorar con el uso de infografía animada para explicar notas a usuarios. En general es muy práctico. Fondo blanco, excepto divisiones azules del periódico en línea. Facilita legibilidad y reconocimiento de datos por tipografía *sans serif*, uso de negritas para encabezados y manejo de diferentes gradaciones para reconocer las noticias más importantes del día, así como un breve resumen de cada nota y sus respectivos *links* resaltados en rojo y subrayados. Se puede diferenciar además por las delgadas rayas divisorias. Fotografías a color con hipermedios que las llevan a su página de origen.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	5	0	3	0	5	1	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	3	5	3	2	4	4	5	3
Diseño	06	EI	J	F	E	01		
	4	4	4	4	5	4		

Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://www.elnorte.com>

El Norte

Diario regiomontano parte del Grupo Reforma (uno de los 10 grupos más importantes del mundo editorial y con más de 80 años), cuyo diseño editorial estuvo a cargo de la empresa Danilo Black. Con más de 60 años de trayectoria, fue el primer periódico fundado por el Sr. Rodolfo Junco de la Vega, padre del ahora Presidente del Grupo Reforma.

Criterios multimedia

El estilo de usar los medios tecnológicos para facilitar la comprensión y mejorar la experiencia del usuario son similares a las de El Reforma, pues forman parte del mismo grupo editorial. Como Reforma, incluye infografía animada bastante comprensible y útil, así como videos en ciertas secciones, además de las imágenes y textos tradicionales. Se puede escuchar audio y programación de noticias con; hay versión para imprimirse o mandarse por mail o a la Palm, así como acceso a la versión impresa del periódico. Servicios adicionales: tapices para pantalla, postales, horóscopos y tiras cómicas. Incluye también videoreportajes, lo cual resulta innovador pero requiere ser más rápido al bajar. Versión impresa con mapa sensible; útil para usuarios que todavía están muy adecuados al periódico tradicional.

Criterios de interactividad

Nivel 2

Hipervínculos llevan a otras páginas de contenido del mismo sitio, pero no hay botones de regreso o adelante que permitan una navegación más libre (solo para regresar al inicio de la noticia), lo cual pierde al usuario o al menos, lo retarda.

Interfaz amistosa, con propuestas sencillas pero organizadas eficientemente. Facilita lectura rápida y con acceso a información requerida sin recurrir a contenidos ajenos, aunque ciertos nombres de secciones son confusos. Información local definida para ser práctica y accesible a la región. Longitud vertical correcta para ver todas las opciones. Se puede recibir información de diferente naturaleza en el e-mail y la Palm a un tiempo de descarga veloz. Sólo requiere *plugins* para escuchar audios, y el mismo sitio los proporciona. Algunas secciones permiten a más de dos usuarios ponerse en contacto para intercambiar Información. El lector puede emitir sus opiniones por correo electrónico al periódico. La personalización se logra al mantener contacto virtual con el cliente

por correo y en su Palm, enviándole Información. Buscadores y secciones especializadas contribuyen a una profundidad mayor. Poca retroalimentación es obtenida entre usuarios que se contactan personalmente al publicar anuncios y a veces cuando el periódico muestra cartas y colaboraciones de sus lectores. Disponible para *browsers* conocidos. Últimas noticias se actualizan cada media hora.

Criterios de diseño

Diseño gráfico sencillo, claro y consistente, mucho más funcional que estético; monotonía y falta de innovación. No estimula visualmente, pero facilita obtención de datos. Elementos de navegación distribuidos en una franja azul, uniéndose en un bloque a las secciones con el logo, publicidad y un buscador. Contenido con jerarquía según la importancia de las notas. Características de importancia en la versión electrónica desplegadas al lado derecho y en el lado izquierdo debajo de las secciones, en bloques independientes. Secciones de noticias divididas verticalmente. Publicidad ocupa sitio importante y visible, pero no se extiende demasiado. Buscador en lugar estratégico para búsquedas inmediatas. Secciones institucionales se manejan con discreción e independencia del resto del contenido; pueden ser ubicadas fácilmente. Aparte de las noticias más importantes en el lugar principal del contenido (centro superior), otros apartados tienen protagonismo. Información jerarquizada por los medios que las presentan, pudiendo encontrarse a la derecha, desde audio hasta fotogalerías y gráficos animados. Muy funcional, sobretodo para audiencias meta y oriundos de Monterrey. Información claramente distribuida y ayuda mucho el haber incluido en la página principal solamente el contenido más importante y de ahí, ayuda navegacional que remita a cada contenido requerido. Fondo blanco y texto negro, excepto franjas navegacionales en azul y gris donde la tipografía es blanca; tampoco en el caso de ciertos datos de últimas noticias que indican la naturaleza de la nota y hora en que fue agregada. Facilita legibilidad y reconocimiento de datos por tipografía *sans serif*, uso de negritas para encabezados y manejo de diferentes gradaciones de tamaño para reconocer noticias más importantes del día, así como un breve resumen de cada nota. Bloques se separan por delgadas líneas divisorias. Las imágenes son fotografías a color con *hipermedios* que las llevan a su página de origen.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	5	5	5	5	4	5	3	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	3	5	5	2	3	4	4	3
Diseño	OG	EI	J	F	E	OI		
	3	4	4	4	5	5		

<http://www.mural.com>

Mural

Diario jalisciense, parte del Grupo Reforma y cuyo diseño corre a cargo de la empresa DaniloBlack. Premiado como el Periódico Mejor Diseñado del Mundo por la SDN en 1999. En su versión en línea ha experimentado con eficacia en algunas de las múltiples formas de comunicación que permite la red.

Criterios multimedia

Este periódico es parte del Grupo Reforma, y utiliza muchos apoyos *multimedia* del Reforma. Sin embargo, la mayor parte de imágenes y animaciones son originadas por el equipo del Mural en *Flash*.

Criterios de interactividad

Nivel 2

Las notas cuentan con uno o más subtítulos de *hipertextos* y hay iconos que indican la clase de *hipermedio* que se accesa. Define claramente los servicios para cada tipo de usuario: el lector, socios comerciales o interesados en avisos especializados. La descarga es rápida, usando como base el código *HTML*, movilidad por teclado y texto de apoyo bastante explicativo. En las charlas se puede interactuar con otros y participar en encuestas y trivias. Hay opciones que pretenden dar una sensación personalizada como las ciberpostales. También se puede contactar al periódico por e-mail y recibir notas a la cuenta personal, así como colocar anuncios clasificados o de ocasión y participar en la bolsa de trabajo. Cubre desde información general e internacional, hasta intereses específicos y regionales; además cuenta con un archivo histórico y una Guía Jalisco que anuncia diversos acontecimientos y servicios. Está disponible para versión impresa, Palm y correo electrónico. Mucha información se actualiza al menos cada media hora, habiendo una sección especial para ello.

Criterios de diseño

El diseño es claro y conciso; permitiendo espacios y definiendo las separaciones por líneas para que la información no se junte y confunda. Contraste estético entre rojo y blanco. Juegos tipográficos interesantes y excelentes apoyos *multimedia*. A los extremos, las barras de navegación con secciones y elementos o servicios de la versión en línea, así como otras características que le dan un *plus*. Al centro, dos columnas con diferentes números de campos para distribuir bloques de información. Es muy funcional por la manera en que está organizada. La jerarquía es la siguiente: Esquina superior izquierda el logotipo y una nota breve del suplemento diario; servicios y publicidad. Debajo, en una delgada línea, los elementos de la versión en línea, la fecha y los datos de actualización. En la columna izquierda hay un buscador de noticias, servicios comerciales y contrato. Al extremo derecho: trivias, encuestas y apoyos visuales de interés. Al centro el contenido que en la columna izquierda tiene la nota principal con un resumen y subtítulos vinculados a información relacionada, con una foto y su respectivo pie de foto. En la columna derecha del contenido están las notas más actuales. En otro campo, abajo: en la columna izquierda, especiales animados del día y noticias. En la columna derecha, Primera Fila y Guía Tapatía. La jerarquización y selección tipográfica dan gran libertad y fuerza a cada bloque, permitiendo libertad visual al moverse por el contenido. Sobresalen las animaciones por su originalidad y las galerías de fotos son de naturaleza variada, manteniendo una resolución aceptable.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	5	5	5	5	3	5	3	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	5	5	4	2	3	5	5	4
Diseño	OG	EI	J	F	E	OI		
	5	5	5	5	5	5		

Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://online.wsj.com>

The Wall Street Journal

Diario estadounidense que presenta diferentes noticias, sobretodo ligadas al mundo financiero y está basado en un sistema de suscripción que permite tener acceso a información personalizada. Su versión en línea es una de las propuestas más sólidas de la red.

Criterios multimedia

Casi no trabaja con elementos gráficos, y su información se basa en texto o gráficas de índices financieros. Sin embargo, cuenta con una animación promocional para convencer a los subscriptores del valor del periódico.

Criterios de interactividad

Nivel 4

Los **hipertextos** son utilizados al máximo para generar y expandir el contenido, manteniendo la página intracomunicada y algunos llevan a sitios relacionados o asociados. Sobresale porque casi todo el contenido es textual y numérica (pues se maneja información muy especializada, dirigida al mercado financiero), con muy pocas imágenes; pero se obtiene mayor beneficio de contenido que da solidez y seriedad a la imagen corporativa del sitio. Cada sección se divide en otra hasta alcanzar una depuración máxima, dependiendo de los temas buscados. Demasiada información exige búsquedas más profundas, pero la organización efectiva ayuda a que éstas sean más rápidas. Se puede acceder en casi cualquier computadora conectada, gracias al código **HTML**, y la permite moverse mediante el teclado, así como tener un apoyo de los elementos que presenta. Es una versión de paga con artículos sólo disponibles para subscriptores; su descarga es más o menos rápida. Existen novedosas herramientas para controlar variables en el diseño, según las necesidades del usuario. Así se tiene acceso a información personal, según el perfil de intereses que se presente, siguiendo más de cerca hasta cinco temas, desarrollo y desempeño de industrias y compañías, columnas y platos especiales, índice, etcétera. Estos servicios personalizados y los eficaces buscadores permiten una gran profundidad. Cuenta con un tour interactivo para convencer al posible subscriptor de las ventajas de abrir una cuenta con ellos.

Además, se pueden regionalizar las noticias más importantes para Estados Unidos, Europa o Asia, que pueden ser configurados para dispositivos móviles o correo electrónico. La información financiera es actualizada constantemente, así como las noticias relacionadas con las opciones personalizadas de cada usuario. Se puede jugar un crucigrama o participar en foros de discusión acerca de la información financiera.

Criterios de diseño

Diseño sobrio y elegante, conservando la homogeneidad. Los colores claros le dan frescura aunque le falta dinamismo. Cuenta con una estructura sólida con amplias áreas informativas y todo el espacio bien aplicado. El contenido se despliega en áreas libres, pero los elementos navegacionales se aglomeran en bloques cerrados independientes. Es muy funcional, pero algo complicado por contener tanta información. En la jerarquía, se puede observar que en el espacio superior están el logotipo y promocionales de suscripción. Abajo, una franja con **links** a otros sitios de *Journal*, Fecha y hora y Registro para acceder. El cuerpo se compone de tres columnas básicas: Izquierda arriba (Noticia y secciones, servicios exclusivos de la versión en línea y otros de la imprea, publicidad y sitios relacionados). Más abajo: contenido gratuito, ofertas de *dow jones* y negocios relacionados con **Internet**. En medio: contenido noticioso en párrafos resaltados por **hipertextos**, configuración regional, reportajes especiales e interactivos y más **links**. En la columna derecha: reportajes profundos, tabla de mercados y espacio para consejos empresariales; abajo, publicidad y las herramientas de personalización. Hasta el fondo, información del periódico y otras opciones. La legibilidad es facilitada por la diferenciación tipográfica de estilos y familias, así como tamaños; identificándose perfectamente el contenido de las noticias menores o herramientas de navegación. Sin embargo, no cabe toda la información en la pantalla y hay que recorrer mucho hacia abajo para tener una visión completa de todo el contenido. Casi no hay imágenes, pero se obtienen tablas e indicaciones visuales que son útiles para los empresarios, pues presentan un efectivo despliegue de datos.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	3	0	1	0	3	0	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	3	4	5	1	2	3	3	3
Diseño	DG	EI	J	F	E	OI		
	3	4	4	4	4	2		

<http://www.tabascohoj.com.mx>

Tabasco Hoy

'Plana a plana, pluma a pluma, el mejor' es su eslogan.

Diario de mayor circulación en el Estado de Tabasco, incluso ha incursionado en otras regiones, teniendo gran aceptación. Su Director General apostó por hacer una franquicia y fundó también el México Hoy.

Criterios multimedia

Carece de elementos **multimedia**; aunque algunas veces aparece infografía destinada a la versión impresa, sin interactividad.

Criterios de interactividad

Nivel 2

Hay flechas que sirven de botones para llevar a la nota o dar más información, pero retarda la navegación porque es difícil identificarlo con su pequeño tamaño y colocación no intuitiva. En lugar de eso, se deberían aprovechar los enunciados y variaciones tipográficas. Al lado de cada noticia hay notas relacionadas. Ciertas frases subrayadas dan la impresión de ser **hipertextos**, pero no lo son. Sencillez y claridad logran facilitar la estancia, noticias distribuidas con espacio necesario, pero se podría revisar la forma en que se mueve el usuario por el sitio y agilizar el proceso de búsqueda. Rapidez de descarga pues no requiere de *plugins* y las imágenes no son muy pesadas. Además, está basado en código **HTML**, cuenta con texto explicativo de apoyo y puede moverse con las flechas del teclado verticalmente. Sólo hay encuestas con temas para cada sección especial que aseguran la simultaneidad. Al suscribirse, se reciben noticias por correo y se puede decidir ver o no la publicidad mediante un botón que muestra u oculta los *banners*. Hay encuestas con preguntas diferentes en cada sección. Existe una Hemeroteca con las ediciones pasadas hasta 180 días previos, pero es difícil navegar en ella y la información está limitada. Dispone de versión impresa más clasificados y suplementos especiales, así como con la posibilidad de mandar noticias por *e-mail* e imprimir artículos. La actualización está a cargo de una sección llamada Nota al Minuto. Pero la edición diaria no es actualizada completamente a una hora temprana en la mañana.

Criterios de diseño

Diseño moderno, con bloques definidos y claros. Pero las notas son transferidas sin resaltar partes importantes. La página cuenta con un menú principal y una imagen en la parte central superior, fecha y Nota al Minuto en el mismo bloque a la derecha. A la izquierda: secciones, edición impresa y buscador. En la misma columna, usuarios en línea y suscripción electrónica. En medio, publicidad y nota principal; más abajo, otro bloque con notas independientes de cobertura general, finanzas, suplementos del día y servicios especiales de la versión digital. A la derecha: Clima y encuestas. Es funcional por la sencillez que mantiene, pero algunos aspectos de navegación se escapan. Establece un criterio jerárquico por la posición (si algo está más arriba y resaltado significa que es más importante), lo mismo sucede si ocupa un espacio individual en bloque de resumen y tiene una imagen. La tipografía y colores de ésta, los tamaños y fondos, permiten una clara legibilidad, pero algunas frases subrayadas engañan al no estar hipervinculadas. Son limitadas las imágenes, y la mayoría provienen de bancos de imágenes externos.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	2	3	1	2	0	5	2	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	5	5	4	3	5	5	5	5
Diseño	DG	EI	J	F	E	OI		
	4	5	5	5	5	3		

Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://www.lefigaro.fr>

Le Figaro

Diario con la mejor actuación y posicionamiento en la industria de la prensa francesa. Cubre noticias políticas, económicas y sociales de la actualidad en Francia y el mundo.

Criterios multimedia

Cuenta con sencilla pero interesante infografía interactiva que resulta práctica para explicar ciertas noticias. Las imágenes son muy pequeñas y no se perciben tan bien. El texto está completo, pero se exagera la vinculación, por lo que se repite demasiado.

Criterios de interactividad

Nivel 2

Cada artículo cuenta con **hipertexto** en títulos y subtítulos de la página principal, así como al final de los resúmenes. Incluye también ligas relacionadas, pero no hay vínculos distribuidos en los artículos. A pesar de contar con mucha información, está bien organizada y es rápida de encontrar. Cuenta con las secciones y notas más importantes en sitios jerarquizados. Rápida descarga y acceso mediante el teclado por uso de **HTML**, aunque las imágenes y otros elementos no están bien apoyadas textualmente. Cuenta con una barra de información continua actualizada constantemente; foros de discusión y *newsletters*, así como servicios de anuncios varios, empleos, contacto laboral y bienes raíces; también se puede mandar la opinión mandando mensajes a la editorial. El contenido es profundo para el lector asiduo. Esta disponible en pdf, versión impresa y para enviar por *mail*.

Criterios de diseño

Hay contraste por el rojo usado en barras contra el fondo blanco y la tipografía en negro. Es un diseño sencillo y un poco conservador. Hay equilibrio y unidad por la forma en que se distribuye. La estructura está dividida en bloques con dos columnas de navegación

flanqueando el contenido. Logotipo y publicidad en el bloque superior izquierdo. Cada propiedad de la página se encuentra en un bloque cerrado donde aparecen las secciones en que está dividida. Los artículos se presentan en un resumen con foto al lado, así como notas, editoriales y asuntos relacionados. La información se mantiene homogénea, dando al usuario las herramientas para hacer rápida y cómoda la búsqueda. Abajo del logotipo está la fecha y servicios de suscripción, edición impresa y del sitio institucional. Columna izquierda: buscador, secciones y servicios básicos de *Le Figaro*. Columna derecha: información actualizada continua, servicios bursátiles y artículos especiales, así como suplementos y anuncios, sondeos y carta electrónica. En medio: contenido (nota más relevante arriba con foto de mayor tamaño y resumen de tipografía resaltada; ligas y eventos sucedidos a lo largo del día). Abajo: más artículos desplegados en párrafos con el tipo de secciones al que pertenecen). Ciertas secciones no están lo suficientemente resaltadas mediante un tamaño de tipografía adecuado, perdiéndose entre la demás información; además de estar demasiado extendido verticalmente y no cabe en una pantalla de resolución normal. Cada artículo cuenta con una sola fotografía que no es lo suficientemente grande para apreciarse y además, no es hipermediática.



Multimedia	V	I	A	IG	S	T	PL
	0	5	2	3	0	5	0
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	DI
	4	5	5	2	3	5	3
Diseño	06	EI	J	F	E	DI	
	4	4	4	3	4	3	

<http://www.lemonde.fr>

Le Monde

Periódico de gran trayectoria y calidad que cubre las más destacadas noticias del mundo francoparlante, tanto políticas, sociales y económicas de esa región de Europa y el mundo.

Criterios multimedia

Hay una sección especial para **multimedia** contemplada en la barra de navegación principal. Ahí se exponen animaciones, infografías animadas, módulos de audio-video, diaporamas comentados y otros. Todas las ilustraciones **multimedia** son publicadas en los archivos del periódico. Sin embargo, este servicio sólo está disponible para suscriptores.

Criterios de interactividad

Nivel 2

En el sitio, las noticias se complementan o retroalimentan gracias a la hipervinculación tanto de **hipertexto** como de **hipermedia**. Es sencillo de usar y facilita la obtención de datos para profundizar, y al mismo tiempo, permite al suscriptor guardar ciertos artículos que le sean importantes en archivos personales; el contenido se vuelve mucho más completo al consultar las referencias con entrevistas, bibliografía y otros reportajes exclusivos. Aunque tiene servicio **multimedia** la página habilita los *plugins* para que no existan problemas de recepción de información. Cuenta con versión para pdf, la posibilidad de imprimir los artículos y mandarlos por *e-mail*. Hay poca interacción con otros usuarios, pero el periódico sí da pie a que la interactividad sea explotada por el cliente, sobretodo los suscritos a quienes se les brindan servicios y atención más especializada. También resulta interesante una sección en la cual los mismos lectores recomiendan a otros los artículos que a su parecer son los mejores.

Criterios de diseño

El diseño aunque sencillo y rígido, es limpio, elegante y organizado a cuatro columnas en las cuales los elementos se distinguen por la jerarquización de tamaños y estilos tipográficos como las negritas en los títulos y subtítulos, sin exagerar en sus contrastes. El uso de diferentes colores sirve para distinguir ciertas secciones especiales o interrumpir las notas de carácter serio de otras que a la vez juegan un papel informativo pero se dirigen a una audiencia más relajada. La tipografía romana en ciertas secciones le otorga un aire de sofisticación y calidad. Sin embargo, la colocación de las noticias no les permite guardar un espacio en blanco para distinguir los cambios de tema, están muy juntos los párrafos y eso resulta confuso. Navegar en las páginas de *Le Monde* resulta sencillo y funcional por la disposición vertical de textos y elementos. Por desgracia, las imágenes no se aprecian tan bien por su pequeño tamaño y sólo acompañan a las noticias en la página principal, por lo que no es posible visualizarlas de otra manera con mejor resolución.



Multimedia	V	I	A	IG	S	T	PL
	5	5	5	5	5	5	5
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	DI
	4	5	5	2	4	5	5
Diseño	06	EI	J	F	E	DI	
	4	4	4	5	3	2	

Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://www.nytimes.com>

The New York Times

The *New York Times Company* es una empresa líder en medios impresos que publica el *New York Times*, el *International Herald Tribune*, *The Boston Globe* y 16 periódicos más. El periódico *The New York Times* fue recientemente considerado el mejor en su clase a nivel mundial.

Criterios multimedia

Contiene *slideshows*, infografía, reportajes interactivos y audiovisuales. Se pueden ver por *Real Player*.

Criterios de interactividad

Nivel 2

Cada artículo con títulos y subtítulos hipervinculados, así como opciones de sumario, cobertura completa e hipermedios a interactivos o fotos. La información está muy aglomerada a pesar de haber más espacio para utilizar. Sin embargo, el excelente orden y organización permiten una navegación amistosa. Rapidez de acceso y descarga, pero en los interactivos u otras herramientas **multimedia** se tarda en bajar. Existe poca interacción con y entre usuarios, se limita básicamente a intercambio de opiniones por *mail* o asuntos de bolsa de trabajo. Los *mails* con noticias pueden personalizarse, editando opciones prefijadas. Asimismo, hay una opción para personalizar el estado del tiempo. Al suscribirse gratuitamente, se tiene acceso a más servicios. *News Tracker* es una opción que permite buscar o recibir noticias específicas. El buscador comprende desde 1996, además cuenta con secciones y suplementos de temas diversos. Incluso tiene servicios de *e-cards*, viajes, clasificados, boletos a eventos, bolsa de trabajo, etcétera. Las noticias se pueden: mandar la cuenta personal del correo electrónico, imprimir, ver en la versión tradicional, visualizar en una sola página. Y se tiene acceso a los más mandados y reimpresión para uso comercial o institucional, así como mandar a los dispositivos móviles como *Palm*, celular u otros equipos. Se sirve de agencias como AP y Reuters para estar actualizado al minuto.

Criterios de diseño

Diseño conservador, sobrio y equilibrado; no es pretencioso, mantiene orden y uniformidad en sus páginas pero con flexibilidad. Las barras de navegación flanquean el espacio más grueso de contenido. Básicamente usa columnas de distintos anchos. A la izquierda las secciones, en medio contenido y a la derecha suplementos o reportajes especiales. El orden, profundidad de contenido y organización de las secciones permiten que los artículos estén siempre al alcance del usuario. Logotipo y pequeño espacio para publicidad ubicados en un campo superior. Debajo de esto, la barra de búsqueda, *log in* y suplementos. En la columna izquierda: secciones con sus respectivas divisiones temáticas, noticias, opinión, características, servicios del centro de miembros, información del diario y *links* especializados. El contenido empieza con la nota principal con foto y notas relacionadas. Es interrumpida por una fila de imágenes con revisión de diferentes sucesos o eventos. Le siguen párrafos desglosados de las diferentes secciones. A la derecha: mercados, crónicas, suplementos, opinión, reportajes especiales y bolsa de trabajo. Es totalmente legible gracias a las completas familias tipográficas de diferentes variantes; también se usan los colores oscuros sobre fondo blanco y gradación de tamaño para diferenciar la importancia entre una nota y otra. Las imágenes son interesantes y profesionales con encuadres y acercamientos que ofrecen una completa reseña gráfica, acompañada por audio, interactividad y descripciones concisas.



Multimedia

V I A I G S T P L

5 5 5 5 4 5 3

Interactividad

H U A S P P R D A I

4 4 4 2 3 5 5 5

Diseño

O G E I J F E O I

4 5 5 5 5 5

<http://www.palabra.com>

Palabra

Periódico con sede en Saltillo, Coahuila manejado por el Grupo Reforma. Mantiene un estilo más regional que los otros diarios de éste, pero consolida la posición de dicha empresa en el norte del país.

Criterios multimedia

Los elementos multimedia con que cuentan son los normales: imagen y texto. Sin embargo, las imágenes son escasas a lo largo del recorrido virtual y los textos también son cortos. No hay una manera de enlazarlos con otros del mismo tema.

Criterios de interactividad

Nivel 1

Se creó la versión en línea a partir del periódico impreso, pues se muestra en la página principal la portada de cada número diario; vinculando ciertas zonas del mapa sensible localizado sobre él con la noticia que le corresponde. Esto muestra que quienes desarrollaron el sitio se fueron más por el lado de la rapidez que de la calida, y ahorrarse así el trabajo de pasar tantos datos diariamente. También es válido y después de todo, también requiere de cierta interactividad pues los hipermedios de la portada llevan a las noticias principales. Es fácil de usar y accesible para los usuarios que apenas comienzan a navegar, pues ya están acostumbrados a tener 'contacto' de cierta manera con el periódico. Existe un buscador que incluye ejemplares anteriores para profundizar en la base de datos y agilizarle al usuario las cosas; también un buscador de secciones semanales; se puede contactar mediante correo electrónico y ver los ejemplares en pdf. Sin embargo, es nula la interacción con otros usuarios y es muy pobre la personalización. Es actualizado diariamente, pero no surgen noticias nuevas constantemente. Algunas secciones (sobretudo la enfocada a la mujer) cuentan con herramientas de interactividad sencillas como para calcular calorías, el volumen de masa corporal, hacer una lista de super e imprimirla, etcétera, lo cual hace amigable y divertida la interfaz. Sin embargo, es difícil regresar a la página principal sin tener que estar apretando el botón de regreso del navegador, pues no cuenta con los elementos necesarios para vincular las páginas.

Criterios de diseño

Es un sencillo y claro diseño que se limita a mostrar como página de inicio la portada de cada ejemplar diario. El espacio está distribuido de forma que haya un equilibrio entre el cuerpo y las barras de navegación. Al usar colores neutros con el rojo, se crea un contraste agradable y armonioso que unen con calidez los elementos de las páginas. Sin embargo, las franjas rojas crean cierta vibración e impiden que la legibilidad de la tipografía palo seco en blanco sea cien por ciento exitosa. Se intenta jerarquizar mediante el uso de algunos estilos tipográficos como negritas y tamaños de letra sin mucha variedad entre ellos; se le otorga, pues, dicha tarea al propio periódico impreso con mapa sensible, pues ya cuenta con todo lo que a jerarquización y estructura de las noticias se refiere. Es funcional, pero a un nivel muy básico pues a pesar de cumplir las tareas fundamentales, no ofrece más al lector. Aparte de la portada, no ofrece muchas imágenes en la página principal ni en las notas.



Multimedia

V I A I G S T P L

0 2 0 0 0 2 0

Interactividad

H U A S P P R D A I

3 4 3 0 0 3 4 3

Diseño

O G E I J F E O I

4 4 3 3 4 2

Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://www.miami.com/mld/miamiherald>

Miami Herald

Herald.com, es el hogar de *The Miami Herald online*; ofrece lo mejor en noticias locales e información. Con 15 millones de visitas a las páginas, el sitio manifiesta cobertura de noticias profundas e importantes, búsqueda de listas de entretenimiento, despliegue el periódico y clasificados. Incluye canales de categorías específicas para que los visitantes puedan acceder fácilmente mercados locales y la publicidad sea más adecuada.

Criterios multimedia

Tiene una galería de fotografías a manera de *slideshows* que complementan gráficamente los reportajes; las noticias son completas pues cuentan con *links* a notas relacionadas. También tiene una sección de *comics*. Ofrece servicios como reportes de tráfico mediante un mapa interactivo; calendario de eventos; un programa que crea mapas de cómo llegar a ciertas direcciones en la ciudad de Miami; directorio telefónico; *webcam* desde las oficinas del periódico y un excelente servicio infográfico meteorológico entre otros.

Criterios de interactividad

Nivel 2

Las noticias relacionadas respecto al tema están vinculadas unas a otras por medio de *links* que se encuentran a un lado del cuerpo del texto. En la mayoría de los casos, carecen de fotos que las acompañen y por lo tanto no se pueden acceder directamente, a menos que se haga por medio del vínculo a galería de fotos. Usa una interfaz bastante eficaz y amigable, digerible rápidamente por el usuario que encuentra todo a la mano pues está bien organizada. Es posible tener contacto por correo electrónico y pedir opiniones en la sección *Ask the Expert* donde varias empresas trabajan en conjunto con el diario para brindarle información al lector y responder sus dudas. Se logra un alto nivel de profundidad y retroalimentación

gracias a las máquinas y herramientas de búsqueda o interactivas. Hay también una versión en español para los latinos que viven en esa ciudad y se pueden recibir las noticias deseadas al subscribirse al servicio *MyHerald* personalizable. Se actualiza a diario y con frecuencia varias veces al día; tanto las noticias de última hora como la *webcam*.

Criterios de diseño

Un diseño simple y amigable, con una interfaz clásica de *web* es el que identifica al periódico; con tipografía clara y legible, usando las suficientes variaciones de estilo y color para que se mantenga la uniformidad y el equilibrio. Los tipos de noticia o secciones en capitales negras, *links* de títulos en azul y cuerpo de texto en negro sobre un fondo blanco, distribuidos en campos (dándole prioridad a las noticias locales o más importantes al colocarlas en la parte superior, antes que las demás), ofrecen una excelente lectura y rápida identificación. Rodeando el cuerpo de contenido principal, se encuentran los servicios y barras de navegación, así como buscadores especializados. Es muy funcional por la forma en que está estructurada la información, claramente se distinguen los servicios y las noticias más importantes, además se facilitan las búsquedas y así ya no se pierde tanto tiempo en localizar información. Existen pocas imágenes conviviendo con texto, pero en las galerías de fotos son de alta calidad y a un buen tamaño, permitiendo que se aprecien bien, además, están clasificadas y cuentan con texto de apoyo.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	5	0	5	0	5	0	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	5	5	5	2	3	5	5	4
Diseño	0	6	E	J	F	E	O	
	3	4	5	5	5	5		

<http://www.eleconomista.com.mx>

El Economista

El Economista nació el 5 de diciembre de 1988 gracias a la iniciativa de Luis E. Mercado, periodista financiero y Martín Casillas de Alba quienes se asociaron con un grupo de 10 empresarios interesados en hacer un periodismo financiero y económico más profesional y eficiente de lo que hasta entonces existía en México. A los nueve meses de su fundación logró el punto de equilibrio y desde su segundo año de operaciones ha tenido resultados positivos.

Criterios multimedia

Carece de video, infografía, sonido, animación u otros, pero contiene una galería de fotografías acerca de los reportajes; así como cartones de varios caricaturistas políticos. El texto no se acompaña con apoyo **multimedia**.

Criterios de interactividad

Nivel 1

Los vínculos se marcan con la jerarquización tipográfica de los títulos y subtítulos en negritas, pero no hay referencia directa de ellos o elementos que cumplan esa función. Los *links* conducen a los textos en otras páginas y sólo se pueden apreciar breves enunciados o sumarios de las noticias en la página principal. Por la estructuración de la información, es fácil para el usuario navegar en el sitio y además, tiene un alto grado de accesabilidad gracias al despliegue vertical de las páginas, que permiten el uso del teclado como herramienta de movilidad. Los usuarios se pueden comunicar al periódico por medio de *e-mail*, sacar su propia cuenta en el sitio, externar sus opiniones y verlas publicadas después, además, hay un buzón empresarial que enlaza a varias empresas que ofrecen servicios o buscan empresas especializadas para tareas específicas; también está disponible una versión de la portada en pdf y las noticias pueden imprimirse. Se tiene acceso a notas pasadas gracias al buscador y también a noticias de última hora.

Criterios de diseño

Diseñado en bloques rígidos y amplios, estructurados simétricamente en columnas y campos, que a la vez están resaltados por tonos de colores diferentes para permitir que información sea incluida fácilmente y no se mezcle para evitar confusión. Esta solución es funcional por la rapidez con que se encuentran los datos, aunque estéticamente no sea atractiva y sugiere poco interés de ofrecer criterios innovadores de diseño. Los colores usados son fríos, predominando el azul sobre fondo blanco y tipografía negra. Sin embargo, aunque se tiene la posibilidad de explotar un gran espacio, la tipografía manejada es pequeña, provocando un problema de legibilidad que al final también constituye un problema de aprovechamiento de espacio, pues habiendo tanto, no se equilibran los párrafos. Se da prioridad a las noticias más importantes en los primeros campos y columnas; y se tiene acceso a las demás noticias gracias al despliegue vertical de las mismas. Pocas imágenes acompañan las noticias, pero también se encuentran en la sección de galería; son fotografías enfocadas a la crónica gráfica pero no aportan mucho gráficamente.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	3	0	0	0	3	0	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	3	4	5	4	4	4	3	4
Diseño	0	6	E	J	F	E	O	
	1	3	3	4	3	2		

Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://www.abc.es>

ABC

ABC, el primer diario español que tuvo difusión internacional, lo fundó en Madrid Torcuato Luca de Tena y Álvarez-Ossorio el 1 de enero de 1903, inspirado en el éxito conseguido con la revista "Blanco y Negro", lanzada al mercado doce años antes por este emprendedor sevillano. ABC comenzó siendo semanal y el 1 de junio de 1905 aparecía como diario. Actualmente es el periódico más antiguo de Madrid y uno de los decanos de España. Junto con "Blanco y Negro", cubre un siglo de la vida española y representa una institución en el periodismo español. Desde su reducido formato a tres columnas -auténtica revolución técnica en la prensa europea de principios del siglo XX, precursor de los usados actualmente en el mundo-, hasta la presentación gráfica de sus ilustraciones, pasando por la variedad de sus colaboradores y redactores, así como la prioridad en incorporar todos los avances tecnológicos de las artes gráficas y las comunicaciones, proporcionaron a ABC el prestigio de que hoy goza, suficientemente respaldado por sus lectores y anunciantes. Su versión digital apareció en 1995. Cuenta con 300 redactores, un centenar de corresponsales en España y en el extranjero y delegaciones en las principales capitales de Europa, América, África y Asia. Entre su enorme plantel de colaboradores figuran, y han figurado, los máximos representantes de la cultura y de la intelectualidad del mundo de habla hispana. Forma parte de la reconocida Alianza Europea de Diarios.

Criterios multimedia

Cuenta con las opciones **multimedia** básicas, es decir texto e imágenes. En la página principal, se cambian las fotos y sumarios de las noticias más importantes en un área editable. También se puede tener acceso a la versión en pdf del periódico. La infografía se limita a la sección del Tiempo y es muy básica.

Criterios de interactividad

Nivel 2

El sitio está comunicado por hipertextos que forman los títulos y subtítulos de las noticias. Las imágenes que aparecen también

pueden ser accedidas y conducir a su raíz. No es que sea difícil de usar, pero la estructura y jerarquización de la información hacen complicada la usabilidad pues falta organización y establecer criterios sólidos respecto a la distribución del contenido. Es accesible mediante el teclado pues está basado en el lenguaje HTML, además cuenta con texto de apoyo para las imágenes. Entre los servicios que proporcionan interactividad, se encuentran el **chat**; la impresión y envío de noticias por **e-mail**. Además, se pueden calificar las noticias y tener contacto con los editores mandando las opiniones para hacer aclaraciones o mejorar el servicio. Al suscribirse a Mi ABC, se reciben las noticias que al suscriptor le interesan para agilizar su búsqueda y lectura. También está disponible para PDA. Se actualiza diariamente pero no cuenta con noticias de última hora.

Criterios de diseño

Es un diseño que intenta emular el del periódico impreso, sin embargo tiene muchas deficiencias al fusionar la interactividad de la página **web** con la rigidez de la estructura utilizada. La estructura es caótica pues no se definen bien los diferentes espacios de contenido; además, la jerarquización resulta confusa al querer meter todos los elementos en un mismo lugar y intercambiarlos constantemente. Está constituido por columnas y a pesar de esto, no se distinguen claramente las fronteras de una y otra, mezclándose la información. Tiene un buen puntaje y variaciones tipográficas que permiten una clara legibilidad. No es muy funcional por las deficiencias anotadas anteriormente pero cumple con lo elemental. Las imágenes son pequeñas y la resolución es normal.



Multimedia	V	I	A	IG	S	T	PL
	0	5	0	1	0	4	1
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	AI
	4	3	5	4	3	5	3
Diseño	06	EI	J	F	E	01	
	3	3	3	3	4	3	

<http://www.presente.com.mx>

Presente

'Diario del Sureste' es su eslogan y fue fundado por el Sr. Jorge Calles hace 44 años en Villahermosa, Tabasco. Es uno de los más antiguos y tradicionales, con un periodismo serio y objetivo que ha trazado la brecha para otros y se ha ganado la credibilidad de sus lectores.

Criterios multimedia

Es una versión en línea con pocos recursos **multimedia**, las pocas animaciones que aparecen son relacionadas a la publicidad y por lo tanto, no cuentan como elementos del periódico. A las imágenes les hace falta mucha calidad y el sitio es primario; tiene muchos errores de programación y de arquitectura de navegación.

Criterios de interactividad

Nivel 2

Es una versión en línea con pocos recursos **multimedia**, las pocas animaciones que aparecen son relacionadas a la publicidad y por lo tanto, no cuentan como elementos del periódico. A las imágenes les hace falta mucha calidad y el sitio es primario; tiene muchos errores de programación y de arquitectura de navegación.

Criterios de diseño

Se explota la frescura pues se enfoca a una audiencia más joven y se le quitan años de experiencia al periódico impreso; lo cual puede ser contraproducente, ya que no dejaron relación alguna con la identidad gráfica de éste en la versión impresa y la experiencia eran uno de los fuertes distintivos de la empresa. Al menos el logotipo ya no tiene nada que ver y se recurrió a una solución de simplificación tipográfica, usando palo seco; aunque en lugar de eso, se podría haber sintetizado el logotipo y lograr coherencia y unidad entre ambas entidades; sin perder la autonomía cada una. Se utilizan colores alegres y cálidos sobre un fondo blanco, las

secciones se resaltan en rectángulos de colores para destacarlas, facilitando la identificación y búsqueda. Son columnas las que contienen los elementos, pero no se integran adecuadamente al desfasarse en una clara falta de unidad con las demás. La lectura es agradable porque la tipografía se beneficia con el tamaño, pero no se jerarquizan apropiadamente las noticias, faltándole carácter y fuerza que resultan en una lectura monótona; pero cumple, así que logra el objetivo de funcionalidad. Muchas fotografías de noticias secundarias tienen pésimos encuadres o están distorsionadas para ajustarlas a espacios determinados; tampoco tienen una buena definición por su pequeño tamaño y son demasiado oscuras, impidiendo que se distingan.



Multimedia	V	I	A	IG	S	T	PL
	0	2	0	0	0	4	0
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	AI
	4	3	4	4	2	2	2
Diseño	06	EI	J	F	E	01	
	2	3	3	4	4	2	

Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://www.guardian.co.uk>

The Guardian

Uno de los principales periódicos del mundo, fundado en Manchester, Inglaterra el año de 1821. Durante los últimos años, este diario ha incrementado su circulación, permanecido comercialmente exitoso y obtenido críticas favorables por su calidad de periodismo e innovación.

Criterios multimedia

Es un sitio muy completo y dinámico pues cuenta con todos los servicios **multimedia** imaginables, lo cual crea toda una experiencia de satisfacción para el usuario que encuentra no sólo noticias escritas, sino también importantes complementos audio-escrito-visuales entre los que destacan interactivos infográficos de distintos temas y noticias, que se integran en archivos; noticias que se pueden escuchar en *Real Player*. Todo esta excelentemente coordinado y además, se ofrecen los *plugins* de manera gratuita y la especificaciones técnicas en caso de que las computadoras de los usuarios no cuenten con ellos.

Criterios de interactividad

Nivel 2

A pesar de mantenerse todavía en la generación dos de interactividad, es un sitio extremadamente completo y con una excelente arquitectura de la información y navegacional. Cada rincón del sitio está conectado perfectamente e impide los callejones sin salida, permitiendo una satisfactoria continuidad, profundidad y retroalimentación. Es fácil de usar aunque contiene mucha información y el usuario no esté tan relacionado con algunos elementos **multimedia**, pero uno de los objetivos principales del sitio es ofrecer sencillez. La accesibilidad tampoco causa problemas pues uno se puede desplazar por medio de las flechas del teclado y se pueden descargar los *plugins* gratuitamente, además de explicarse cómo. Hay *chats*, foros, preguntas a expertos, *chats*

con figuras tan importantes como el Primer Ministro Tony Blair, o *weblogs* y servicios personalizables (aunque ya requieren de pagos) como recepción de noticias o titulares por *e-mail* o pda, no recibir anuncios, juegos y acertijos, el servicio de las publicaciones hermanas de *The Guardian* que son *The Informer* y *The Wrap*. También se pueden hacer reservaciones o compras especializadas; cuenta con una poderosa máquina de búsqueda que incluye a otros diarios o publicaciones. Se actualiza cada cinco minutos y las actualizaciones aparecen en una ventana independiente si se accesa a *Pop-up Headlines*. El tratamiento de imágenes es de alta calidad, manejando buenas resoluciones, enfoques y maneras de mostrarlas, de modo que complementen la noticia o sean una solución narrativa en sí mismos.

Criterios de diseño

Un diseño que garantiza la armonía y efectividad, perfectamente estructurado por bloques de cuatro columnas y campos simétricos; esto permite que la información se organice satisfactoriamente y facilita la identificación de noticias, dando una apariencia confiable y agradable, bastante profesional. También ayudan los colores que destacan los bloques y jerarquizan las noticias. Funciona perfectamente para ofrecer soluciones eficientes y contenidos amplios y profundos, manteniendo una conexión entre ellos. Las tipografías son palo seco a un puntaje que beneficia la buena y rápida lectura, y se jerarquizan por colores y gradación no muy exagerada de tamaños en los titulares. Las imágenes son de excelente calidad, muy buenas tomas y encuadres, así como criterios más técnicos como la resolución y el tamaño.



Multimedia	V	I	A	IG	S	T	PL
	5	5	5	5	5	5	5
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	AI
	5	5	5	5	5	5	5
Diseño	06	EI	J	F	E	01	
	5	5	5	5	5	5	

<http://www.telegraph.co.uk>

The Telegraph

Hollinger Telegraph New Media Limited (HTNML) es la compañía que maneja las decisiones para *TGL's online* y la actividad digital en el Reino Unido y Europa. *Telegraph Group Limited* (TGL) publica *The Daily Telegraph*, *The Sunday Telegraph* y *The Spectator*.

Los títulos del *Telegraph* fueron los primeros periódicos disponibles en **Internet** cuando el *Electronic Telegraph*, versión anterior al *telegraph.co.uk*, fue puesto en línea en Noviembre de 1994. El *Electronic Telegraph* ganó tres veces consecutivas el premio Mejor Periódico en la *www* (1997, 98 and 99) y *sport.telegraph.co.uk* ganó 'Sitio web del año' en los Premios Británicos de la Prensa.

Criterios multimedia

La única sección que cuenta con infografía básica es la del estado del tiempo, y se limita a mostrar mapas estáticos. Las imágenes son muy pequeñas y acompañan a ciertos textos; también hay un área de las caricaturas del día. Para acceder a más contenido y textos, es necesario ser un usuario registrado.

Criterios de interactividad

Nivel 2

La usabilidad es uno de los potenciales del periódico que se mantiene sencillo y funcional, con una interfaz amigable que genera respuestas rápidas y efectivas por la constante presencia de hipervínculos que agilizan la búsqueda y conexión dentro del sitio. Gracias a su disposición vertical es accesible por medio del teclado, pero en cierto momento, exige el registro del usuario para obtener las noticias y servicios completos. No cuenta con muchos elementos que promuevan la interacción entre usuarios pero se pueden enviar mensajes a la redacción. Hay eficaces máquinas de búsqueda para dentro y fuera del sitio que complementan la información proporcionada en el periódico. La actualización no es tan rápida como en otros diarios, pero sí se encuentra un contenido sólido diariamente.

Criterios de diseño

Un diseño unificado en campos y columnas que separan el cuerpo de los elementos de navegación que los rodean. Las noticias más importantes se encuentran envueltas en un recuadro amarillo que se diferencia del espacio en blanco sobre el que se encuentran las demás. Es funcional y sencillo por su sencillez, al mismo tiempo de que mantiene la calidad y cuida los contenidos. La tipografía es legible por ser palo seco y estar en negro o azul (los titulares y subtítulos que también funcionan como hipertexto); aunque, el tamaño es pequeño y no deja fluir una lectura clara y rápidamente. Aunque tiene fotografías pequeñas, están bien cuidadas con buenas elecciones de encuadres y resolución que no las distorsiona. En la parte superior, se encuentran noticias especiales, acompañadas de imágenes y en una disposición de tres columnas. El color de las barras de navegación es azul claro, armonizando con el resto de la página. Cuenta con una gran variedad de secciones especializadas—desde las noticias internacionales hasta las más mundanas— y es fácil localizarlas pues están distribuidas alfabéticamente.



Multimedia	V	I	A	IG	S	T	PL
	0	3	0	1	0	5	0
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	AI
	5	5	5	1	2	3	1
Diseño	06	EI	J	F	E	01	
	4	4	4	5	4	4	

Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://www.elpais.es>

El País

Diario español de mayor difusión e influencia. Su primer número apareció el 4 de mayo de 1976, al tiempo que España iniciaba su transición hacia la democracia. Su vigorosa defensa de las libertades y su apoyo al cambio político y social lo convirtieron rápidamente en un símbolo de la España moderna. Sus primeros editoriales lo definen como un diario independiente, de calidad, de vocación europea y defensor de la democracia pluralista.

Está configurado para poder tener una lectura más rápida y de información noticiosa durante la semana, y una lectura más reposada y de ocio durante el fin de semana, sin perjuicio de la cobertura informativa.

Criterios multimedia

Tiene un apartado **multimedia** especial, que forma parte importante del sitio. Cuenta con todo y lo mejor –desde fotos, animación, audio y video– para proveer de información a fondo y completa para el usuario que necesita informarse rápidamente y requiere sumarios audiovisuales e infografía que explique las noticias de una manera más fácil y amena. Sin embargo, para estos servicios hay que pagar.

Criterios de interactividad

Nivel 2

Cuenta con muchos elementos que proyectan la participación del usuario en el diario y la interacción entre varios gracias a foros, encuestas, entrevistas y *chats*, así como servicios especializados de búsqueda o clasificados que conectan a unos con otros o a las empresas con los usuarios. La vinculación de noticias es muy completa pues además de usarse hipertexto hay hipermedios que complementan el contenido. Es fácil de usar y acceder pero se requiere suscripción para obtener los mejores servicios y noticias a fondo. Se actualiza diariamente, y muestra también noticias de última hora. Cada usuario registrado cuenta con una carpeta donde puede guardar las noticias que mejor le sirven y tener retroalimentación después con otras notas relacionadas.

Criterios de diseño

Uno de los periódicos más completos, tanto en la versión impresa como *online*; aprovecha la fusión editorial-*web* y saca partido de las posibilidades de jugar con ambos. La interfaz aparte de funcional, completa e interesante resulta elegante, innovadora y propositiva; se distingue por su alta calidad y cuidado en los más pequeños aspectos. Es esta atención por el detalle lo que separa a la publicación de los demás. Se aprovecha al máximo la estructura editorial por medio de claras y sólidas columnas y campos donde se jerarquizan armoniosamente las noticias con diferencias tipográficas como la convivencia de *serif* para encabezados *con sans serif* para el cuerpo de los textos. Se busca un equilibrio de color para mantener la unidad y apariencia de profesionalismo, también hay juegos tipográficos que hacen destacar ciertas secciones. Es legible al 100% por el tamaño adecuado de letra y color sobre fondos claros. Las imágenes están bien tratadas, con alta resolución y buenos encuadres.



<http://www.mileniodiario.com.mx>

Mileno

Mileno Diario también tiene presencia en otras entidades aparte del Distrito Federal con Milenio Monterrey, Milenio Veracruz, Público Milenio de Jalisco, La Opinión Milenio de Torreón y Diario de Tampico más dos revistas, todos parte del Grupo Multimédios que fusiona productos de entretenimiento e informativos liderando el norte del país, con una red de más de 500 reporteros y escritores. Es un periódico joven y propositivo, enfocado a una audiencia joven, preocupado por hacer alianzas nacionales e internacionales informativas y de distintos géneros.

Criterios multimedia

Las imágenes y el texto se complementan gracias a la comunicación que existe entre fotógrafos, reporteros y editores del diario; cada noticia va acompañada por una imagen coherente y hecha especialmente para la noticia. También se manejan caricaturas en algunos casos. Además, cuenta con una sección interesante llamada Mosaico, que funciona como diccionario o enciclopedia alfabéticamente ordenada, explicando varios fenómenos, palabras o situaciones históricas que al lector le pueden parecer prácticas para saber más; van acompañadas por imágenes de fotografías, pinturas o ilustraciones clásicas. En algunas ocasiones, se muestra una galería que se denomina **multimedia** pero consiste solamente en fotos que cuentan con botones para ir adelante o atrás.

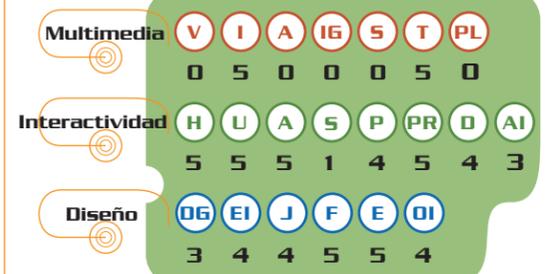
Criterios de interactividad

Nivel 1

El periódico ofrece un nivel básico de interactividad, pero tiene beneficios como regionalización, ya que se encuentra en varios puntos importantes de México, proporcionando información especial por medio de sitios autónomos e interconectados a estas ciudades, aparte de la versión para todo el país. Cuenta con otros servicios como contacto con la redacción, recepción de noticias a la Palm o al correo electrónico, cartelera, notas y editoriales más léidos, encuestas y otros. También hay un buscador que agiliza la obtención de datos y hay convenio con agencias informativas importantes como CNN en español y BBC para ciertos artículos de fondo. Se actualiza diariamente.

Criterios de diseño

El diseño es sencillo y claro, estructurado sólidamente por columnas y campos simétricos. Predomina el rojo para consolidar la identidad gráfica del diario, y comulga con tonos neutros sobre fondo blanco. No es un diseño fuera de lo común y cumple con los requerimientos de estructura y jerarquización. Las noticias más importantes aparecen en la parte superior, antes que las demás y siempre van acompañadas por una imagen. Es funcional porque cada espacio está localizado siempre en el mismo lugar y hay unidad. Tiene una apariencia compacta, pero no hay problemas de saturación que creen confusión entre las notas. Las imágenes pueden ser en blanco y negro o a color, con una buena resolución; también se manejan otras aparte de fotografías. Es perfectamente legible gracias al uso de tipografía palo seco y un tamaño que propicia la buena y rápida lectura.



Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://www.elfinanciero.com.mx>

El Financiero

El Financiero fue fundado el 15 de octubre de 1981 por el Sr. Rogelio Cárdenas Pérez en la Ciudad de México. A lo largo de sus 20 años de existencia se ha consolidado como un Grupo Informativo especializado y se ha mantenido entre los medios de comunicación más prestigiados. Considerado como el 5to. mejor periódico del mundo en materia financiera por la revista *L'Expansion de Paris France Telecom*.

En la actualidad sustenta su estructura con más de 50 oficinas y más de 1200 empleados a nivel nacional. Con sus 6 centros de impresión simultánea en el Distrito Federal, Guadalajara, Mérida, Monterrey, Los Mochis y Los Ángeles tira un total de 147,000 ejemplares diarios que son distribuidos en más de 230 ciudades del país a temprana hora.

Su Misión es satisfacer plenamente a clientes, colaboradores y accionistas a través de la calidad de productos y servicios, utilizando una línea editorial acorde a los valores institucionales y fortaleciendo su presencia y penetración en el mercado con tecnología de vanguardia, promoción del trabajo en equipo, así como capacitación continua del personal.

Su Visión es ser la empresa líder en América Latina, reconocida a nivel mundial en el ámbito económico, financiero y de negocios.

Criterios multimedia

Cada noticia va acompañada de una fotografía o imagen que es adaptada al texto. También hay una sección con las mejores galerías de caricaturas que se han publicado en el periódico.

Criterios de interactividad

Nivel 1

Los titulares de noticias son los *links* a las páginas de contenido; en ellas, hay botones para imprimir o mandar a algún correo electrónico; a la vez, se encuentran vínculos a la página principal

y noticias relacionadas. Ofrece algunos servicios para agilizar las acciones del usuario y facilitarle la navegación, que en realidad es sencilla. Se puede agregar la versión en línea a los favoritos en el *browser* o usarla como página de inicio. Cuenta con un buscador para las notas del día y otro con archivos históricos. Las noticias se actualizan constantemente gracias al servicio de la empresa Finsat y aparecen en un pequeño *banner* con la hora de actualización; asimismo, se actualizan las gráficas, los índices bursátiles, cambios en la BMV y las divisas. Al registrarse, el usuario recibe noticias a su correo electrónico. El sitio tiene algunos problemas en cuanto al tiempo de descarga.

Criterios de diseño

El diseño se distingue por un carácter sobrio y equilibrado, que explota una armoniosa combinación de colores neutros (azul, gris y beige) para hacerse de una imagen profesional y de experiencia en el ramo de la información financiera. Es muy importante la estructura espaciada y sólida para permitir los cambios en la información y el ajuste de muchos datos numéricos aparte de textuales. Las imágenes que acompañan las noticias mantienen los encuadres y logran balancear la composición a dos columnas. Las noticias principales tienen titulares con negritas de tamaño mayor que las demás, y también incluyen una imagen. Hacia abajo, las noticias se vuelven cada vez más cortas y alguna cubre la totalidad de las dos columnas. Las divisiones con líneas son una acertada manera para evitar que se fusione la información. La tipografía utilizada es *sans serif* y tiene un tamaño legible de entre 10 y 12 puntos, el color negro se lee perfecto sobre los fondos claros.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	5	0	0	0	5	0	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	5	5	5	0	2	4	1	5
Diseño	0	6	E	J	F	E	O	I
	4	4	4	5	5	4		

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

Freezerbox magazine

Freezerbox aspira a crear un foro para el buen pensamiento y escritura, esperando la participación de profesionales y también de quienes no lo son con el fin de promover un periodismo electrónico democrático. Tiene una orientación activista y se ha mantenido en operación desde 1998 gracias a la fuerte red de escritores que contribuyen a publicar regularmente artículos con visión política y otros de diferente naturaleza. Se caracteriza por una filosofía que intenta concientizar a la ciudadanía del poder de la información.

Criterios multimedia

Es una publicación que se basa en el texto bien elaborado para dar a conocer su mensaje, en su contenido interesante radica su poder y aceptación dentro del público que la lee. Ofrece la posibilidad de incluir varios de sus titulares en otras páginas *web* o afiliarse en una red de *links*. Las imágenes sólo acompañan a los sumarios de noticias en la página principal.

Criterios de interactividad

Nivel 2

La señalización o navegación dentro del sitio es efectiva y constante, permitiendo que el usuario accese rápida y fácilmente a cualquier contenido dentro del sitio; cada sección está comunicada con las demás y se ahonda en las noticias gracias a botones al final de cada una que conducen a artículos similares, artículos del mismo autor, la posibilidad de imprimir el artículo o mandarlo a alguien por correo electrónico o incluso escribirle al escritor. Asimismo, cada noticia especifica la sección a que corresponde y la fecha en que fue publicada. Está disponible para dispositivos móviles como la Palm, se puede recibir la carta de noticias de la revista si se suscribe, y se notifican de alertas o eventos que vayan a festejarse. Las personas pueden colaborar mandando sus ensayos y opiniones; o en las encuestas. También existe un buscador del sitio y *links* de empresas o publicaciones afiliadas. Se actualiza aproximadamente cada mes, pero esto depende de la colaboración de las personas. Hay un espacio donde se ponen *links* de noticias importantes generadas por diarios.

Criterios de diseño

Impera la sencillez y una estructura simétrica para mantener la gran cantidad de contenido textual en orden y eficientemente organizado. El cuerpo se encuentra en medio, flanqueado por la barra de navegación (secciones) a la izquierda y otros servicios (buscador, alertas y encuestas) a la derecha, así como la identidad gráfica en la parte superior; está construido con base en dos columnas; la de la izquierda cuenta con los titulares en tipografía naranja palo seco y capital, el autor en gris claro en un menor tamaño pero también en mayúsculas, una foto en un formato horizontal a blanco y negro y con un borde no convencional cuyos vértices son curvados, el sumario de la noticia en negro, la sección y el tiempo en que fue publicada. En la columna de la derecha, no existe la fotografía y los sumarios son más cortos, ya que se trata de noticias secundarias o de más antigüedad. En la parte inferior de la página se encuentran dos bloques: uno de artículos rescatados del archivo, y otro con *links* frescos de otras publicaciones. Los colores usados son naranja cobrizo sobre un fondo gris, aunque el texto principal se halle sobre fondo blanco, garantizando así una lectura rápida y legibilidad. Las imágenes tienen un manejo interesante por estar todas en blanco y negro y mantener ese formato horizontal no muy ancho y alargado. El diseño, aunque normal, tiene partes elegantes y que lo hacen destacar.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	5	1	0	0	5	0	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	5	5	5	1	4	5	5	3
Diseño	0	6	E	J	F	E	O	I
	5	5	5	5	5	4		

Transición de Medios Impresos a Digitales

<http://www.washingtonpost.com>

The Washington Post

El periódico *The Washington Post* es una división operada *The Washington Post Company*. La Compañía está compuesta de diversos medios, cuyas principales operaciones incluyen periódicos y revistas, televisión, sistemas de cable, servicios de información electrónica, preparación de encuestas, y servicios educativos. Sus bases están en Washington, D.C. Diariamente, el *Washington Post* distribuye más de cinco millones de ejemplares. Las páginas están organizadas para ayudar a encontrar información de manera rápida. Secciones diarias son compuestas en el mismo orden, y varias columnas u otras características permanecen invariables para que el lector sepa donde encontrarlas.

Criterios multimedia

Elementos **multimedia** acompañan directamente ciertas noticias y se puede encontrar desde audio hasta video. A diferencia de otras publicaciones, no hay que acceder alguna sección de galería aparte, pues estos son incluidos en los contenidos para mejorar el seguimiento y profundidad de los artículos. Sin embargo, hay ciertos problemas de descarga para obtener el *plugin* necesario para ver los videos o escuchar los archivos de audio.

Criterios de interactividad

Nivel 1

La barra de navegación para los sectores en que se divide el periódico puede encontrarse al principio de la página en la parte superior o al finalizar la lectura vertical en el fondo de la misma. Esto, agiliza las decisiones del usuario. La interfaz es amigable y fácil de usar, gracias a la eficiente división de secciones y jerarquización de noticias. Hay una opción de registro para personalizar servicios específicos que se quieran obtener de la versión en línea, directamente al correo electrónico, pero no en el sitio. El buscador y el grado de especialización de cada sección permiten una buena profundidad y retroalimentación. Hay una sección exclusiva de la versión en línea que fusiona los elementos de la radio con el

periódico y se arman discusiones en vivo, transmitiéndose a través de archivos descargables. No funciona como *chat*, pero sí es un medio para expresar opiniones. Se actualiza constantemente a lo largo del día. También cuenta con foros especializados para que los usuarios se comuniquen e interactúen entre ellos y personas del diario que fungen como moderadores. Existen algunos problemas de descarga de archivos.

Criterios de diseño

Resulta confuso debido a la falta de homogeneidad en la interfaz, se usan demasiados colores contrastantes que perjudican la armonía y el equilibrio. Las noticias más importantes incluyen apoyos **multimedia** y son colocadas al principio de la página, con tipografía más grande; también divisiones de delgadas líneas ayudan a identificar la jerarquía de las notas y solidificar la estructura, que de otro modo se fusionarían y causarían más confusión. Los titulares están en azul y representan los hipervínculos, además, son de tipografía palo seco de carácter mayor; el cuerpo del texto está en negro y *sans serif*; la legibilidad está garantizada gracias al adecuado tamaño de letra. Las mejores imágenes están en las galerías especializadas, y proporcionan un excelente reportaje gráfico en sí mismas. También hay *wallpapers* de buena resolución y tamaño para usarlos en las pantallas de las computadoras personales.



Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	4	5	0	0	4	5	4	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	5	4	4	4	4	5	4	4
Diseño	0	6	E	J	F	E	0	I
	3	3	4	3	4	5		

<http://www.siliconvalley.com/mld/siliconvalley/>

The Mercury News

SiliconValley.com es un sitio de noticias tecnológicas oportuno y profundo, transmitiendo noticias a cada minuto, así como opiniones de la tecnología de punta para gerentes y empleados con puestos decisivos. Respaldo por el staff ganador del Premio *Pulitzer* del San Jose *Mercury News*, *SiliconValley.com* combina cobertura informativa las 24 horas del día con análisis de punta de la industria, desde el corazón de la innovación en tecnología, *Silicon Valley*.

Criterios multimedia

Lo interesante de este sitio, aparte de las imágenes, textos y *links* que pueda ofrecer acerca de la cultura y mercados tecnológicos es la descarga de archivos útiles para las empresas que buscan optimización de recursos en sus *softwares*. Cuenta además, con descarga de tutoriales o programas especiales para evaluar la productividad de las empresas; muchos de ellos son gratuitos.

Criterios de interactividad

Nivel 1

Los hipervínculos los establecen los mismos títulos de las noticias, además, al final de cada artículo aparecen *links* que ofrecen ciertos servicios como contacto con el autor, mandar el artículo a alguna cuenta de correo, pedir el *copyright* para publicar, distribuir o usar de alguna otra manera, simplemente imprimir o pedir una reimpresión original de algún artículo que destaque productos de una empresa y ésta quiera mostrarlo a sus clientes para elevar su credibilidad. También se pueden recibir noticias de interés por *e-mail*. No existen foros ni *chats*, pero la sección de mercados financieros ofrece la personalización de un portafolio con las empresas favoritas. Se actualiza casi cada cinco minutos. Cuenta con herramientas de búsqueda respaldadas o patrocinadas por agencias especializadas de servicios. Se pueden descargar archivos útiles e importantes que incluyen tutoriales o programas para mejorar la calidad de las empresas; también se puede tener asesoría de expertos escribiendo las dudas por correo electrónico a la redacción.

Criterios de diseño

El diseño es sencillo y funcional; el contenido es limpio, ya que las noticias están distribuidas verticalmente en campos anchos y manteniendo una correcta distancia entre unos y otros, creando espacios equilibrados y consistentes. Esto también favorece la legibilidad pues no se ven párrafos encimados ni diferencias de tamaño demasiado exageradas. Sin embargo, no se da un tratamiento de jerarquización para las noticias y todas mantienen la misma apariencia, resultando un tanto monótono. Se entiende que la jerarquización la ofrece la colocación de la noticia: si se encuentra al principio de los campos, es la principal. Las secciones se distinguen por el uso de capitales en negro, los titulares tienen un tamaño de letra mayor que el resto y están en azul; y el texto es más pequeño, en negro. No maneja muchas imágenes y algunas sólo consisten en la foto del escritor o el editor.

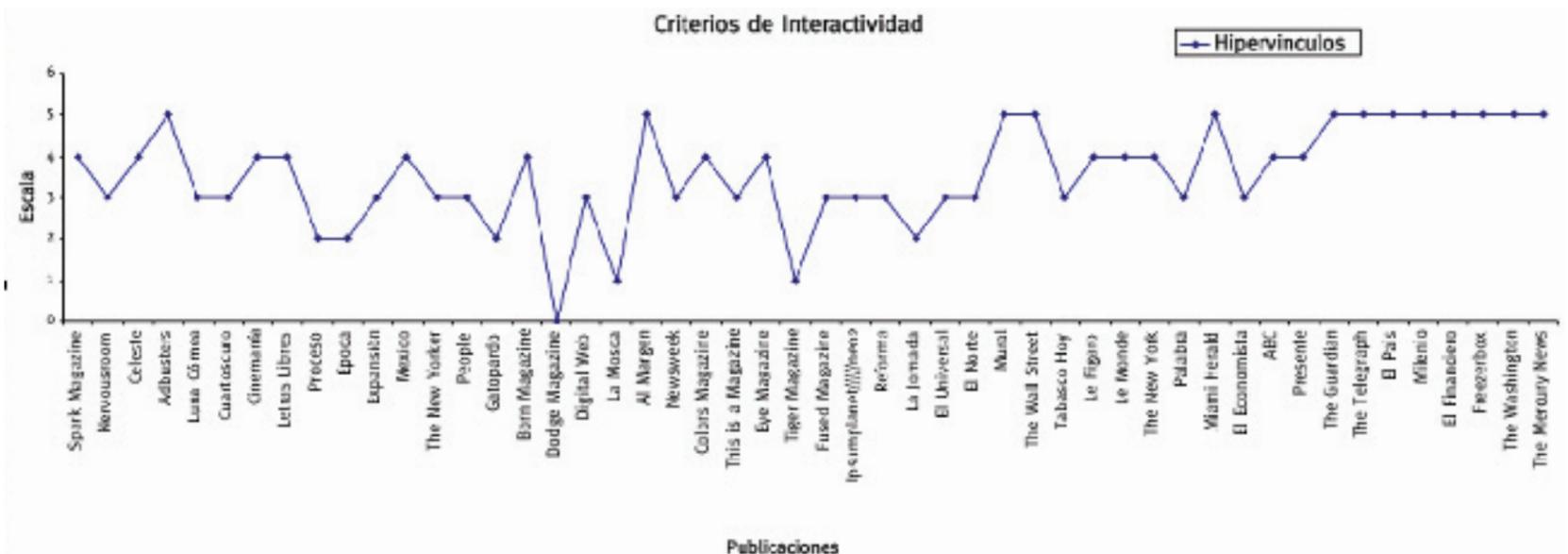
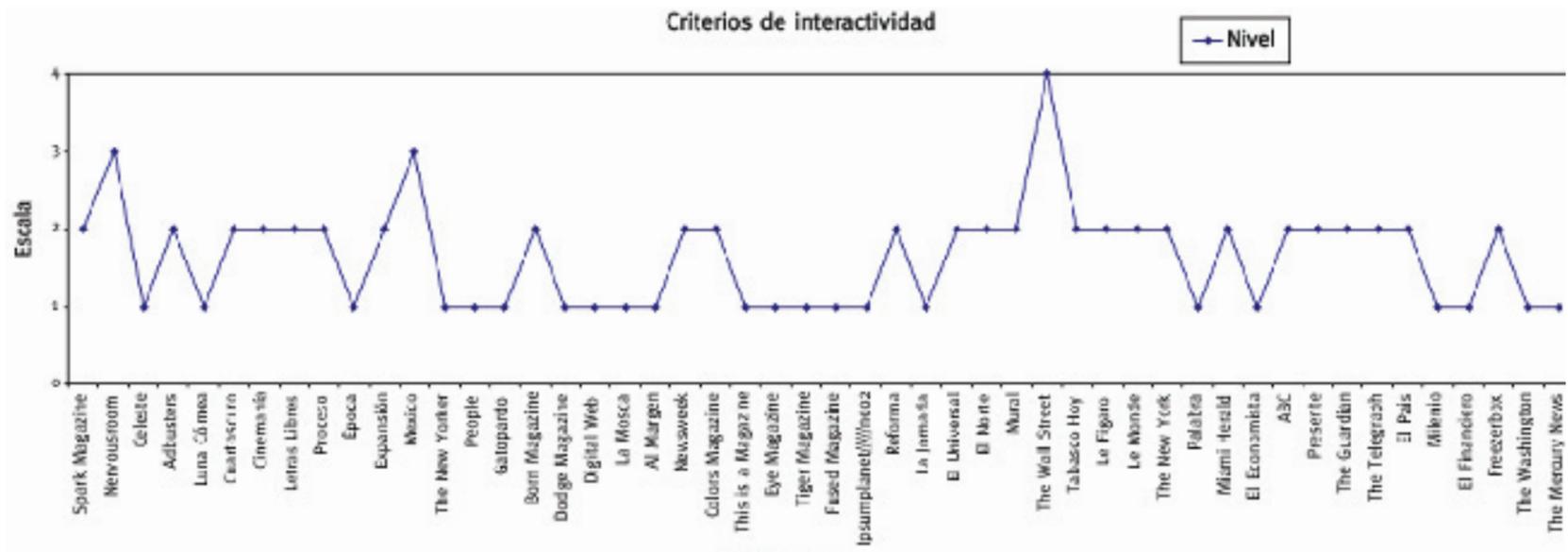


Multimedia	V	I	A	I	G	S	T	PL
	0	5	0	0	0	5	5	
Interactividad	H	U	A	S	P	PR	D	AI
	5	5	5	1	4	4	3	5
Diseño	0	6	E	J	F	E	0	I
	3	3	3	4	5	3		

Transición de Medios Impresos a Digitales

GRÁFICAS

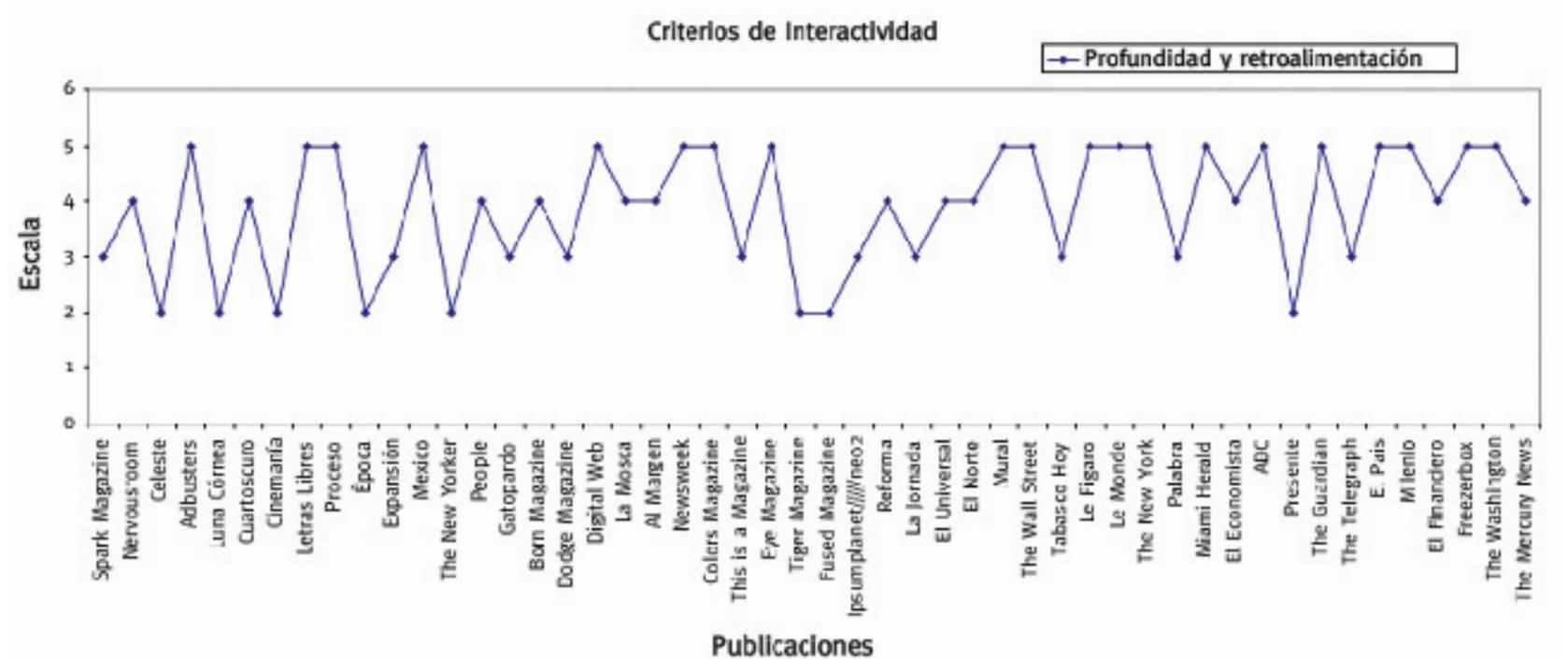
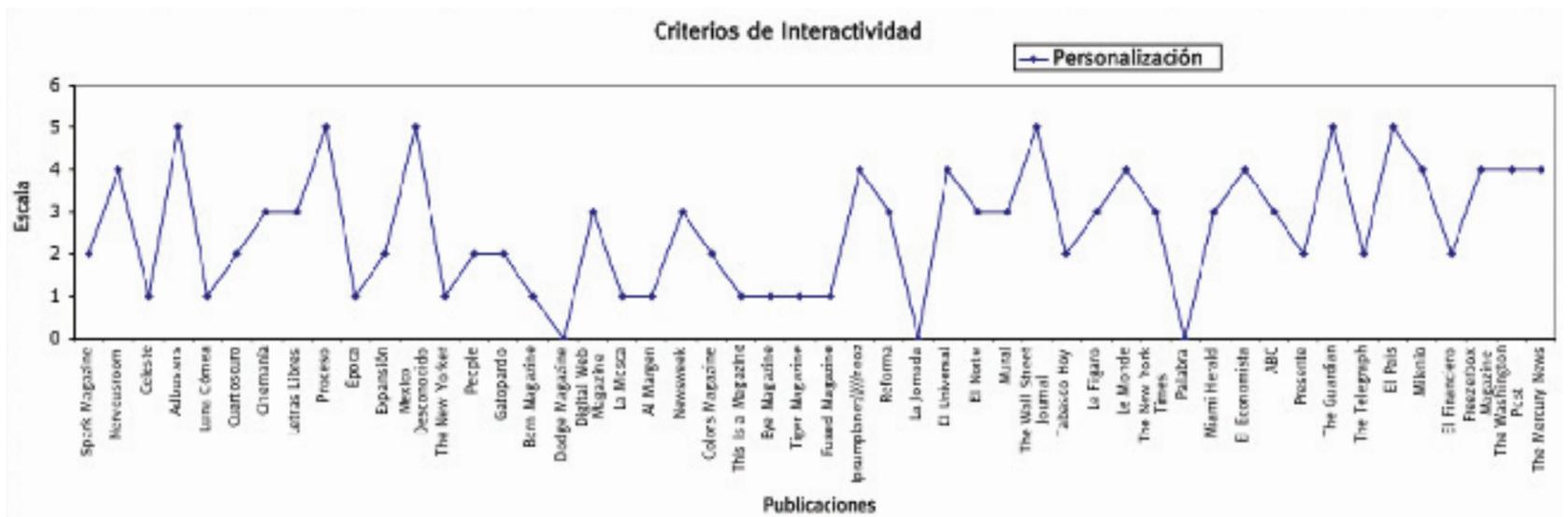
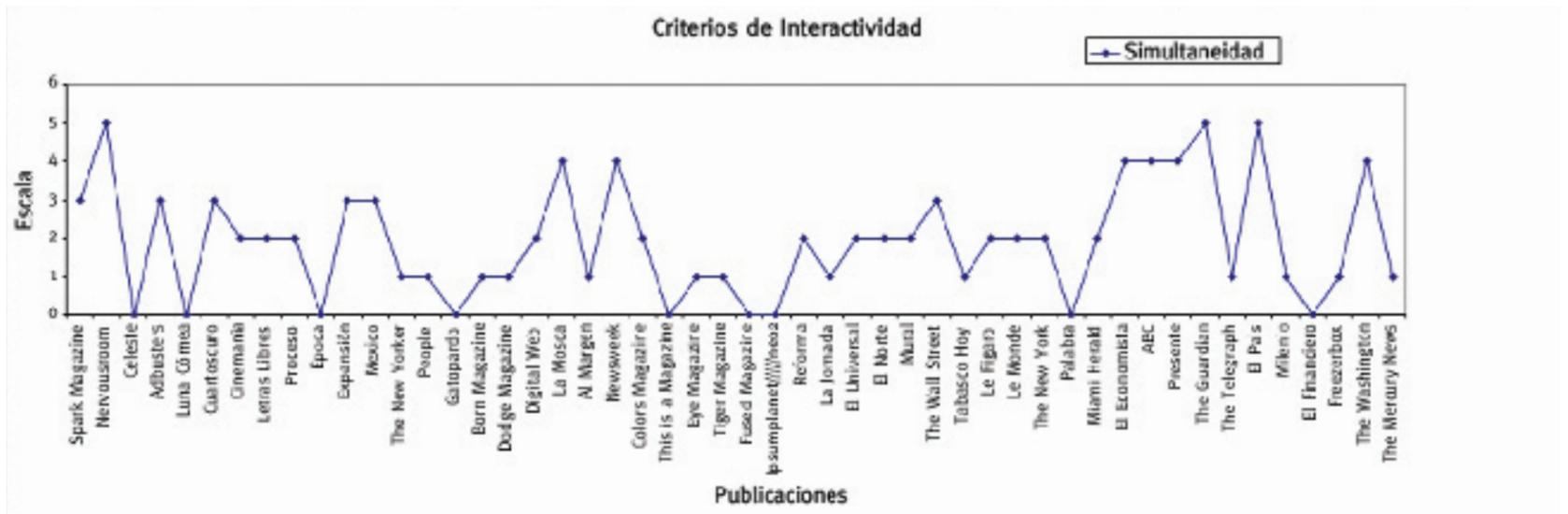
Interactividad



Transición de Medios Impresos a Digitales

GRÁFICAS

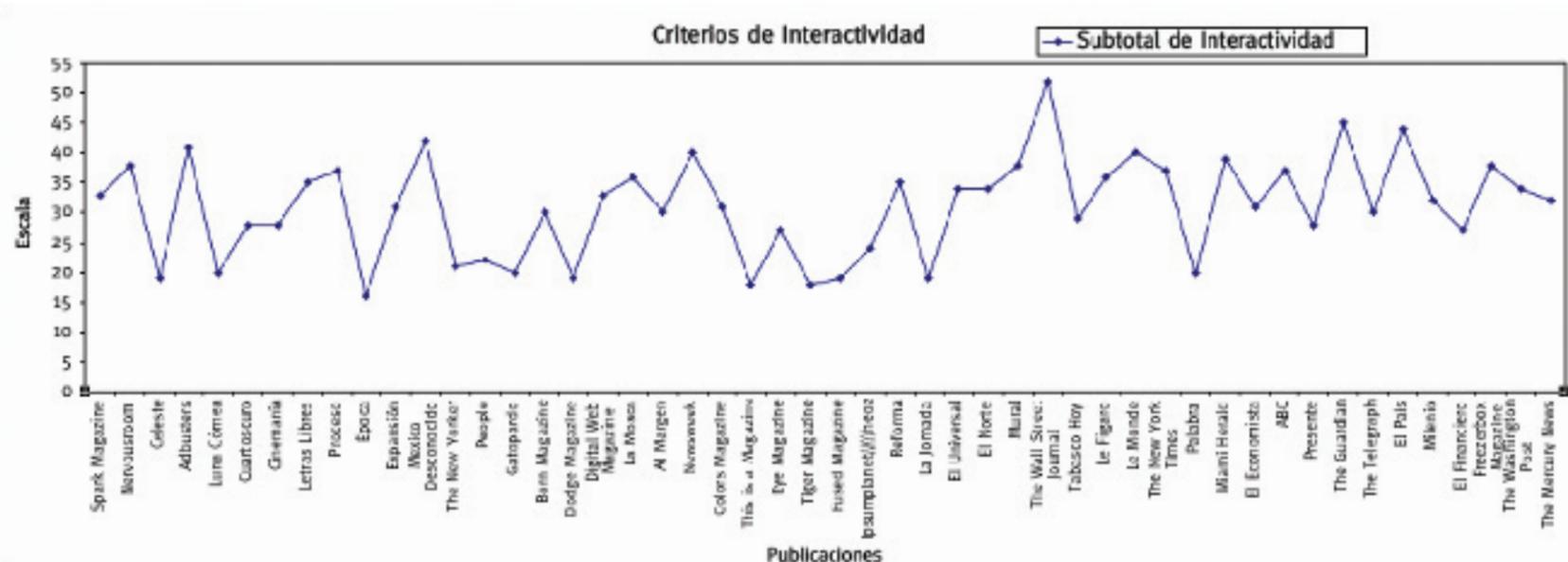
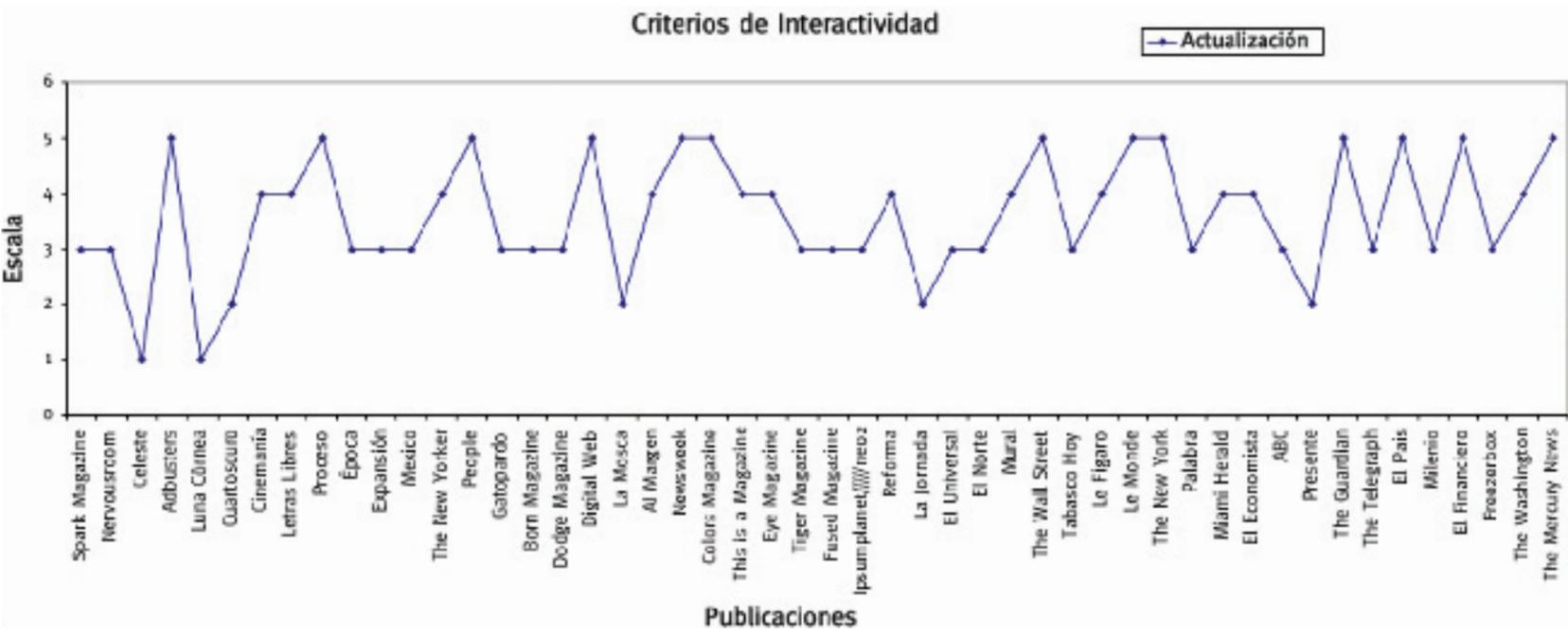
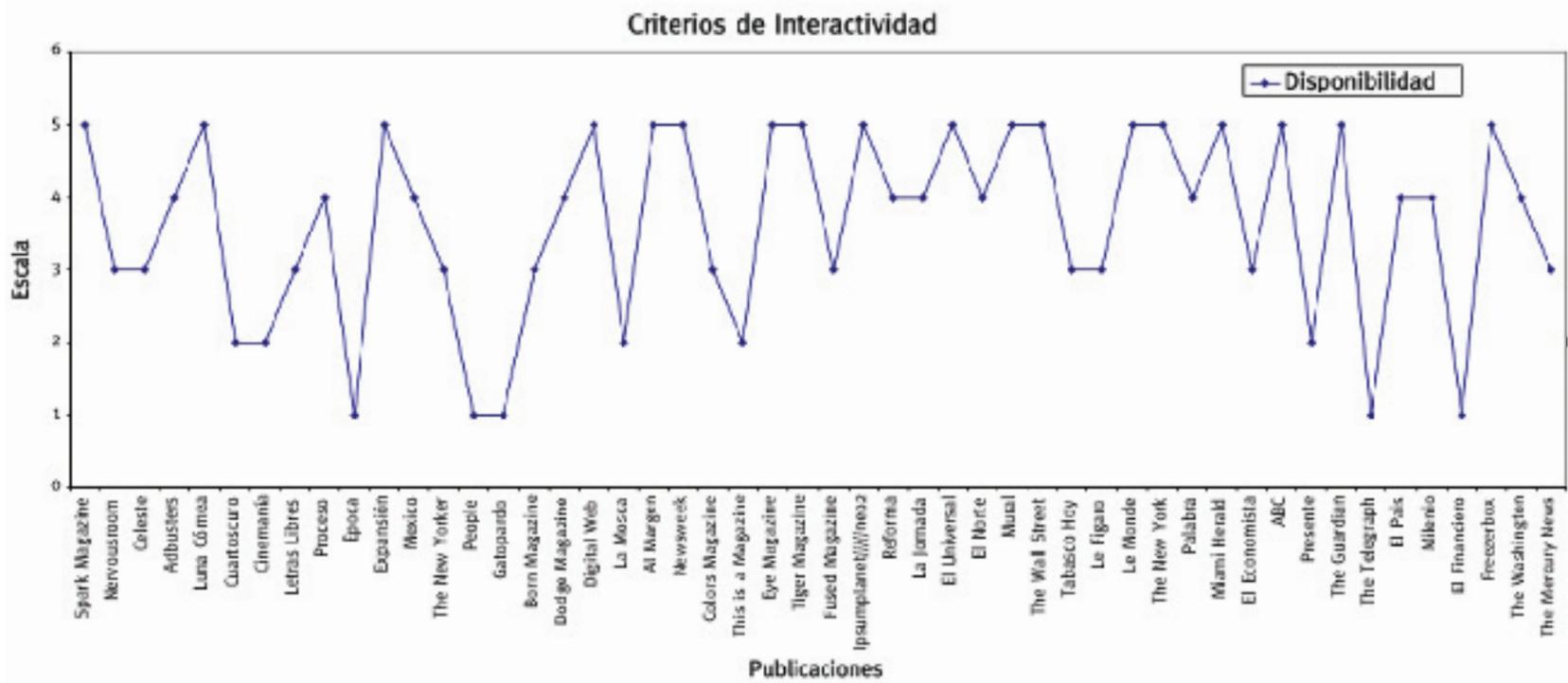
Interactividad



Transición de Medios Impresos a Digitales

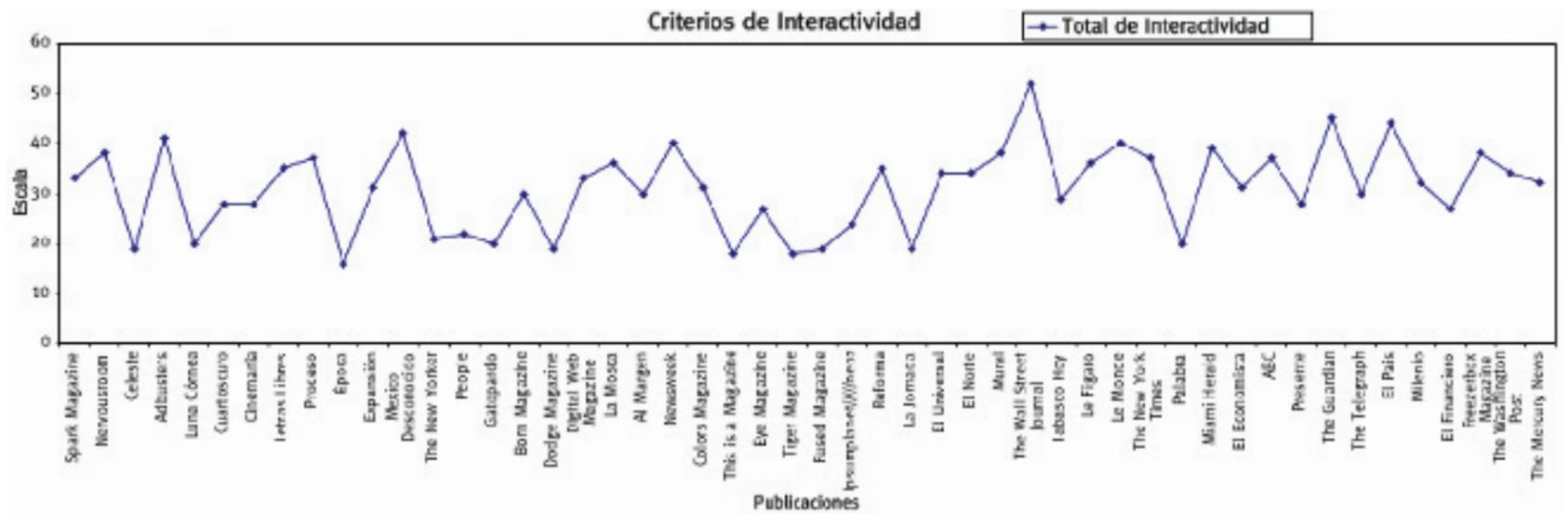
GRÁFICAS

Interactividad

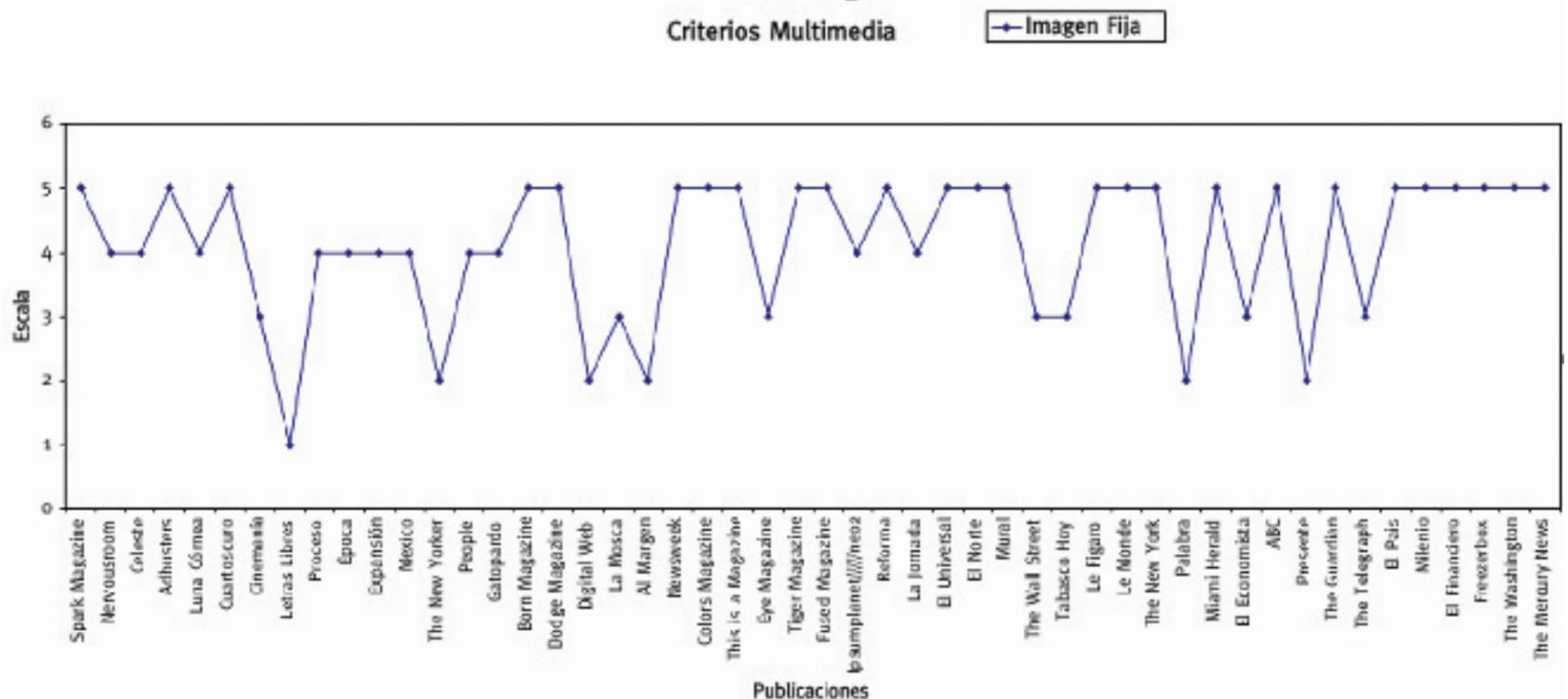
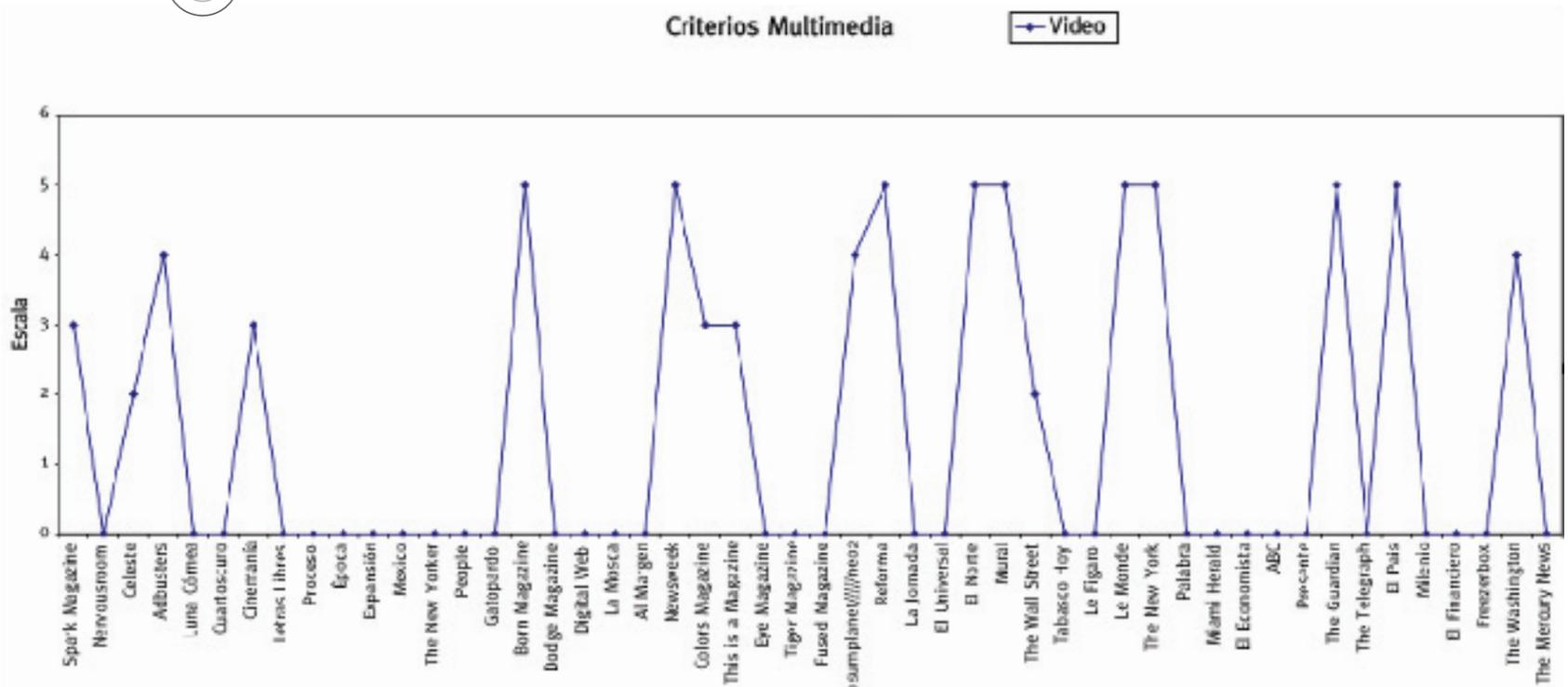


Transición de Medios Impresos a Digitales

GRÁFICAS



Multimedia



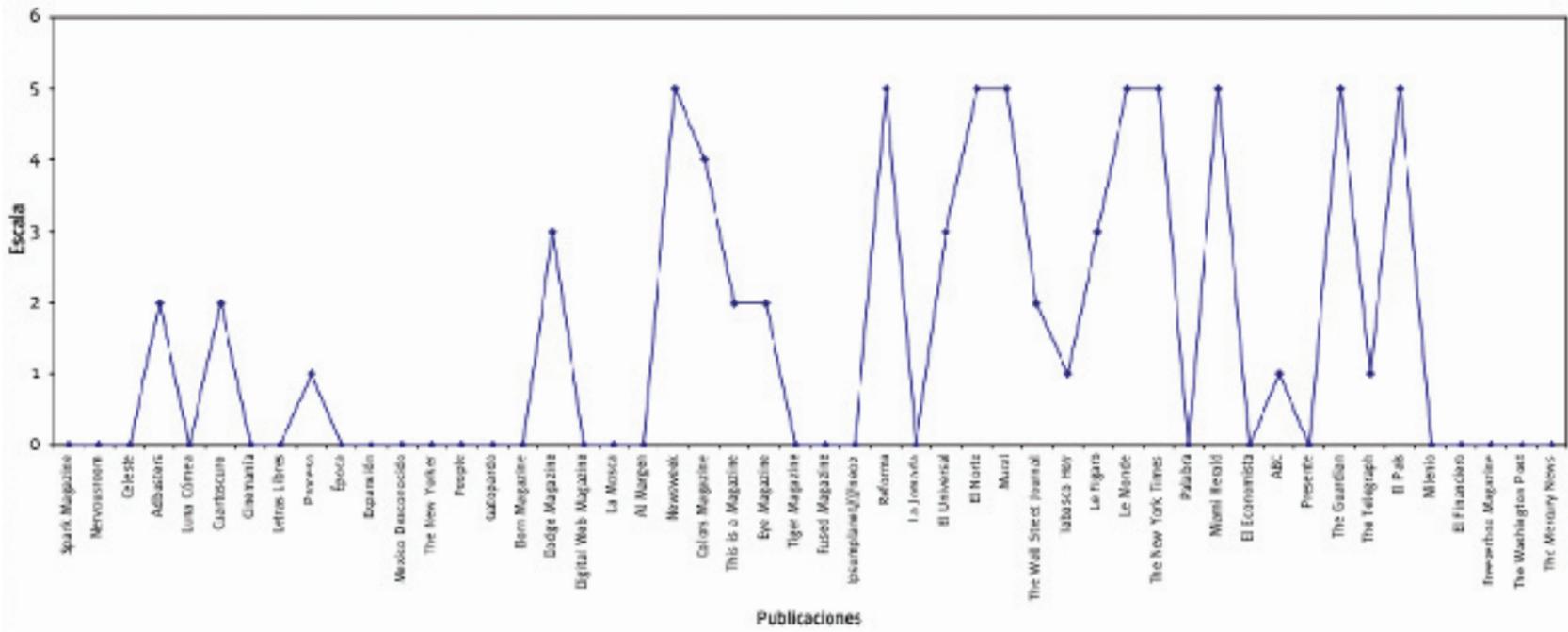
Transición de Medios Impresos a Digitales

GRÁFICAS

Multimedia

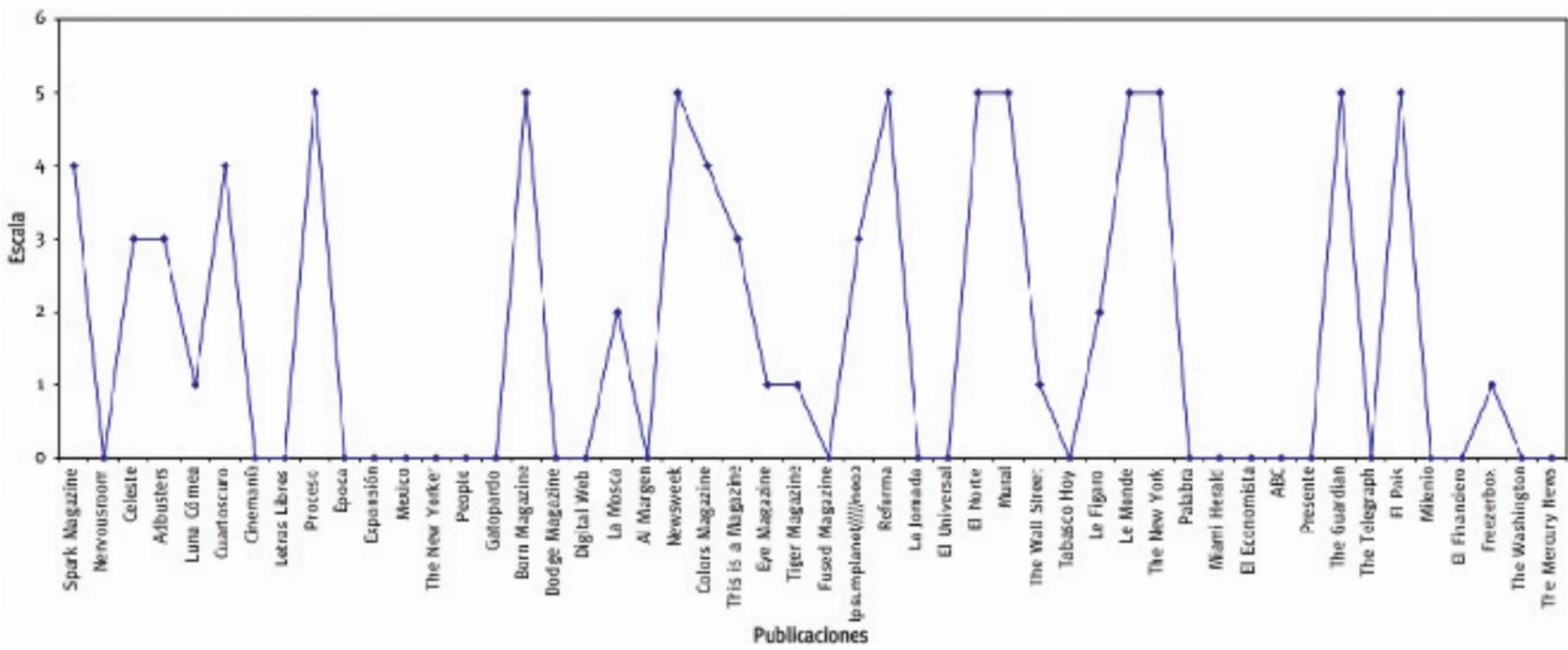
Criterios Multimedia

Infografía



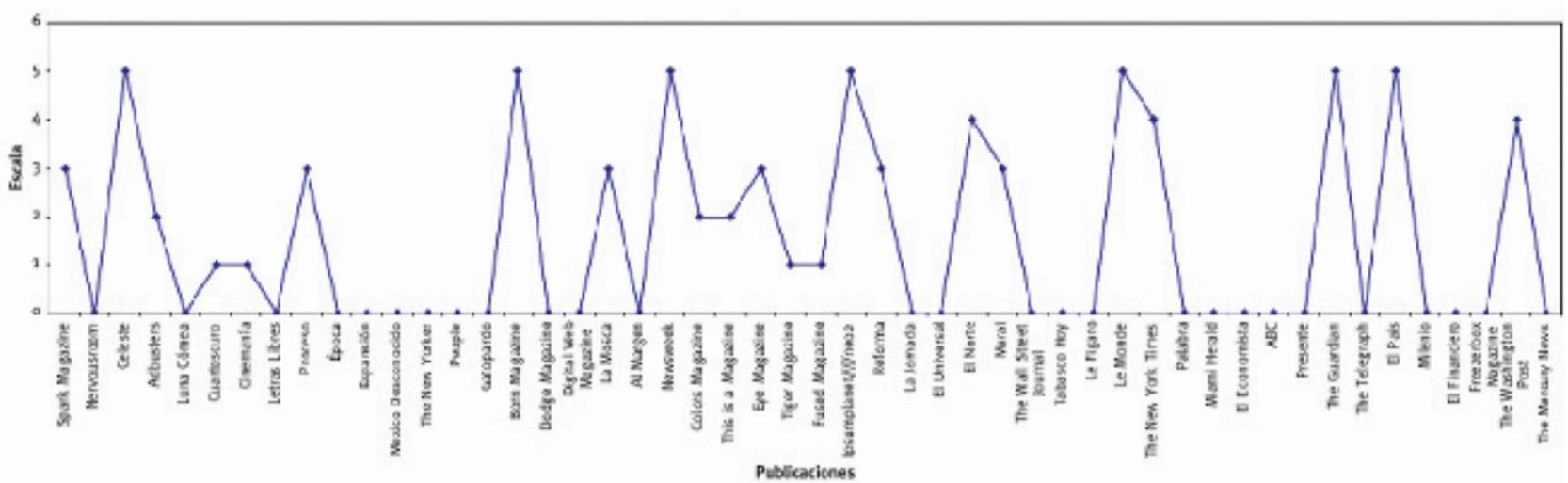
Criterios Multimedia

Animación



Criterios Multimedia

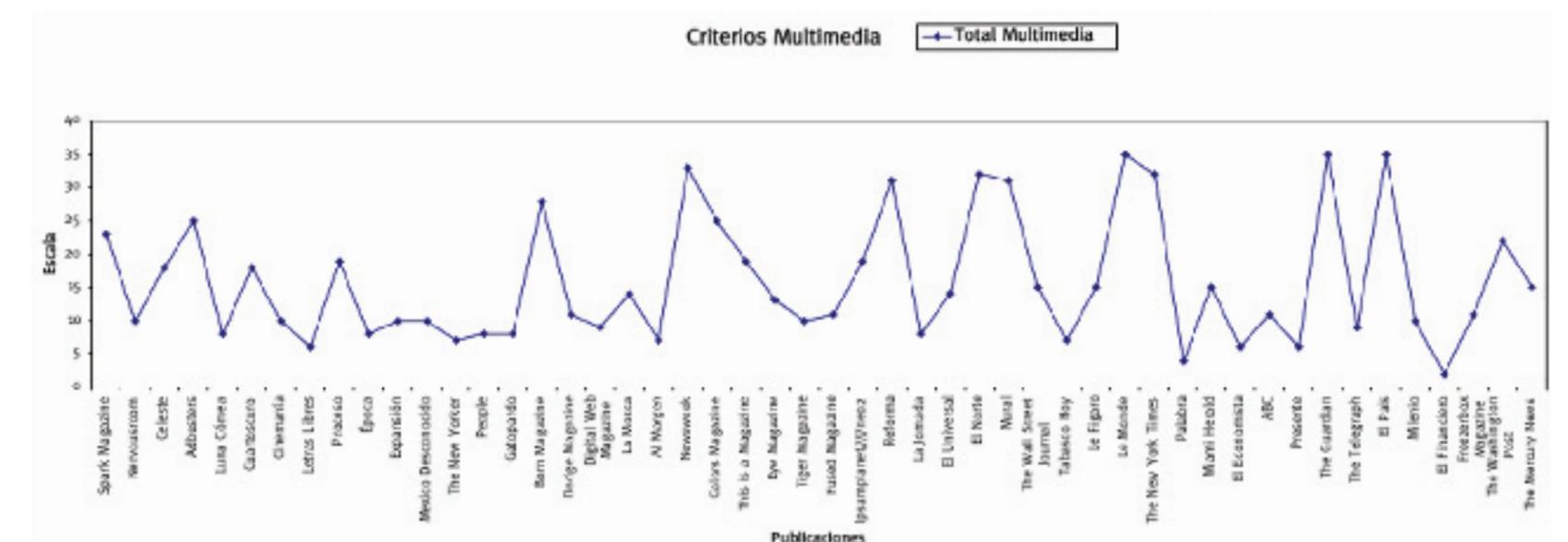
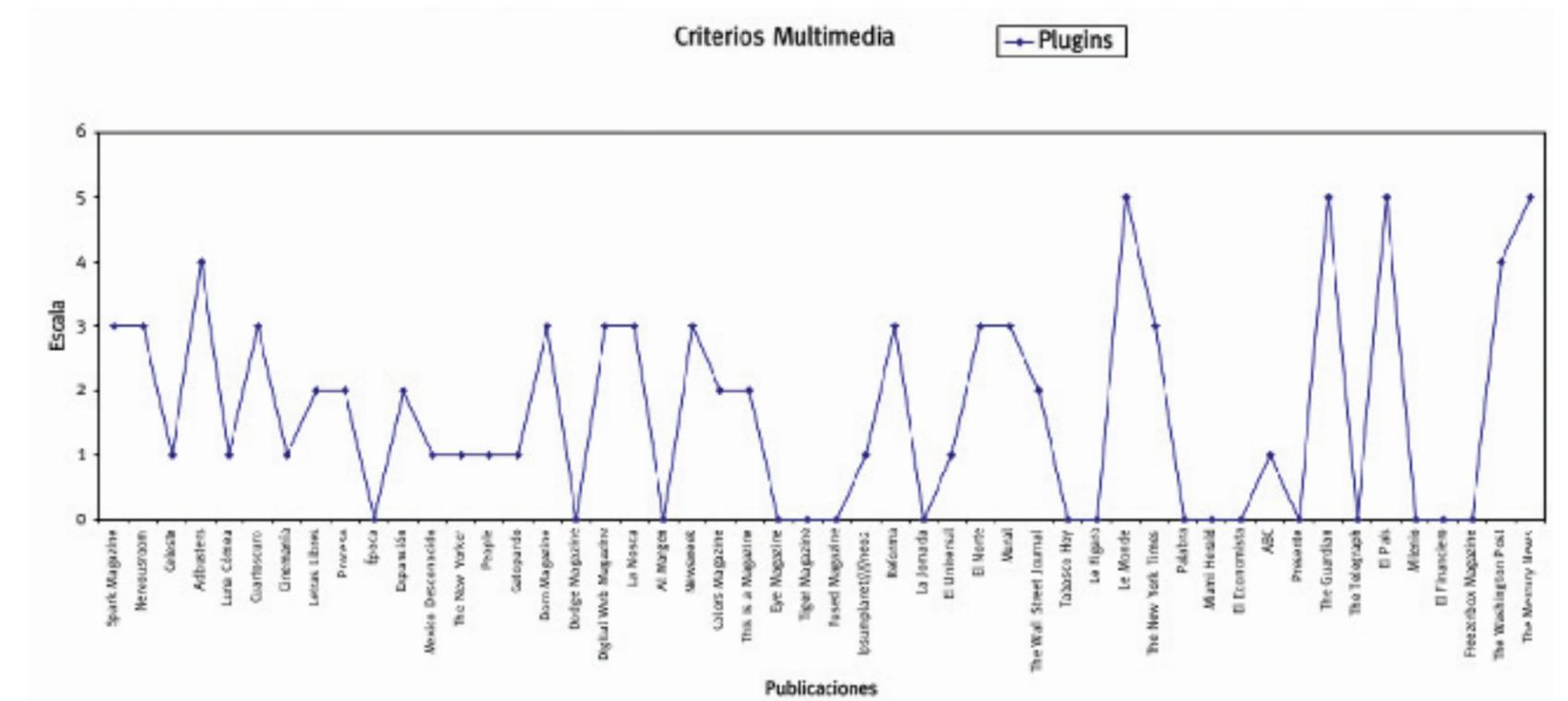
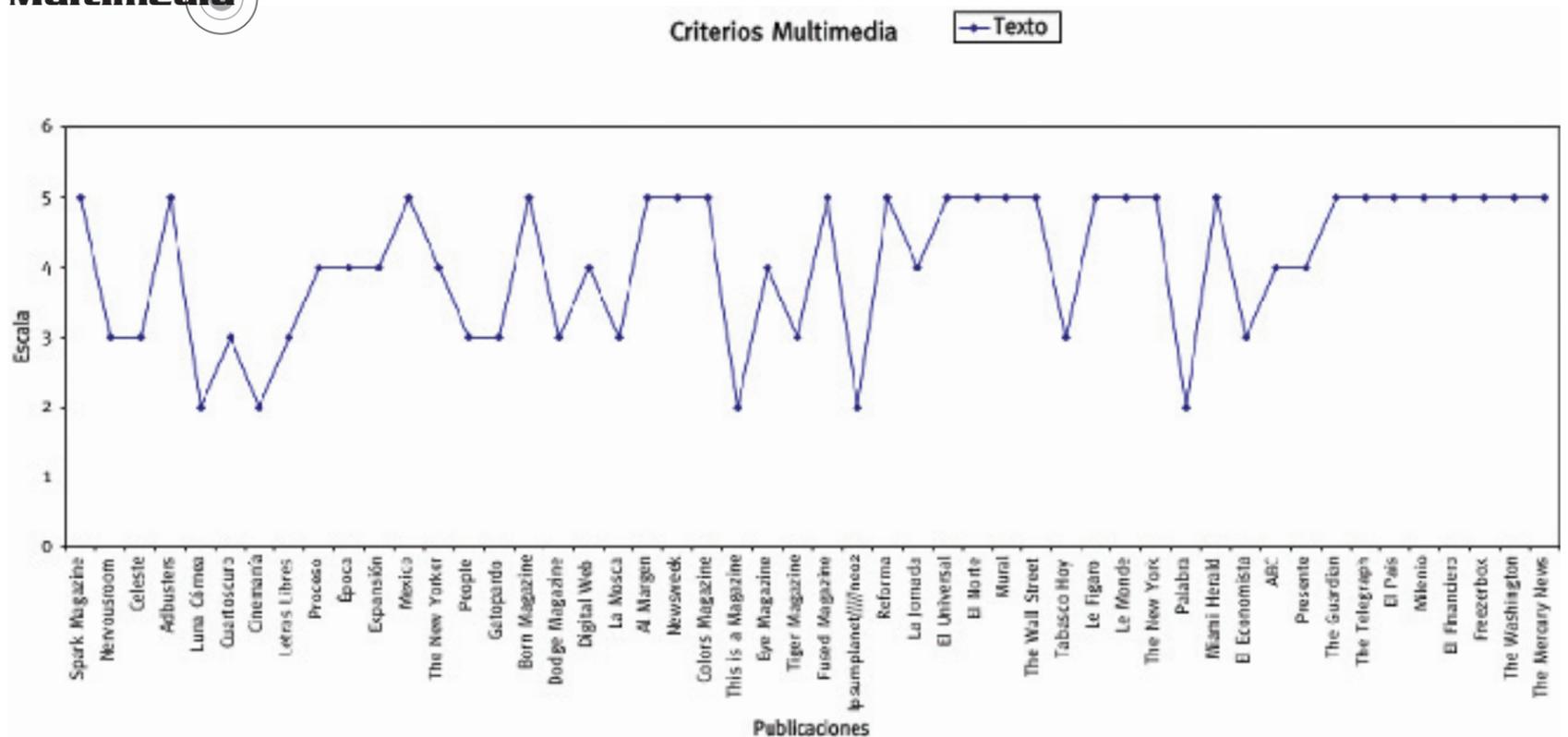
Sonidos



Transición de Medios Impresos a Digitales

GRÁFICAS

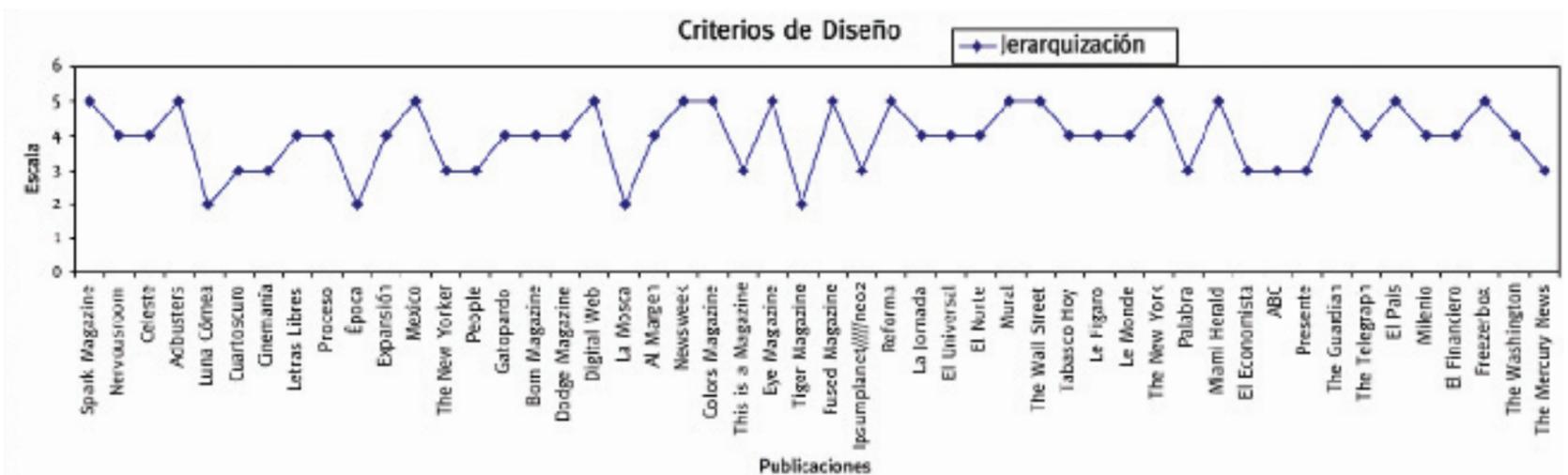
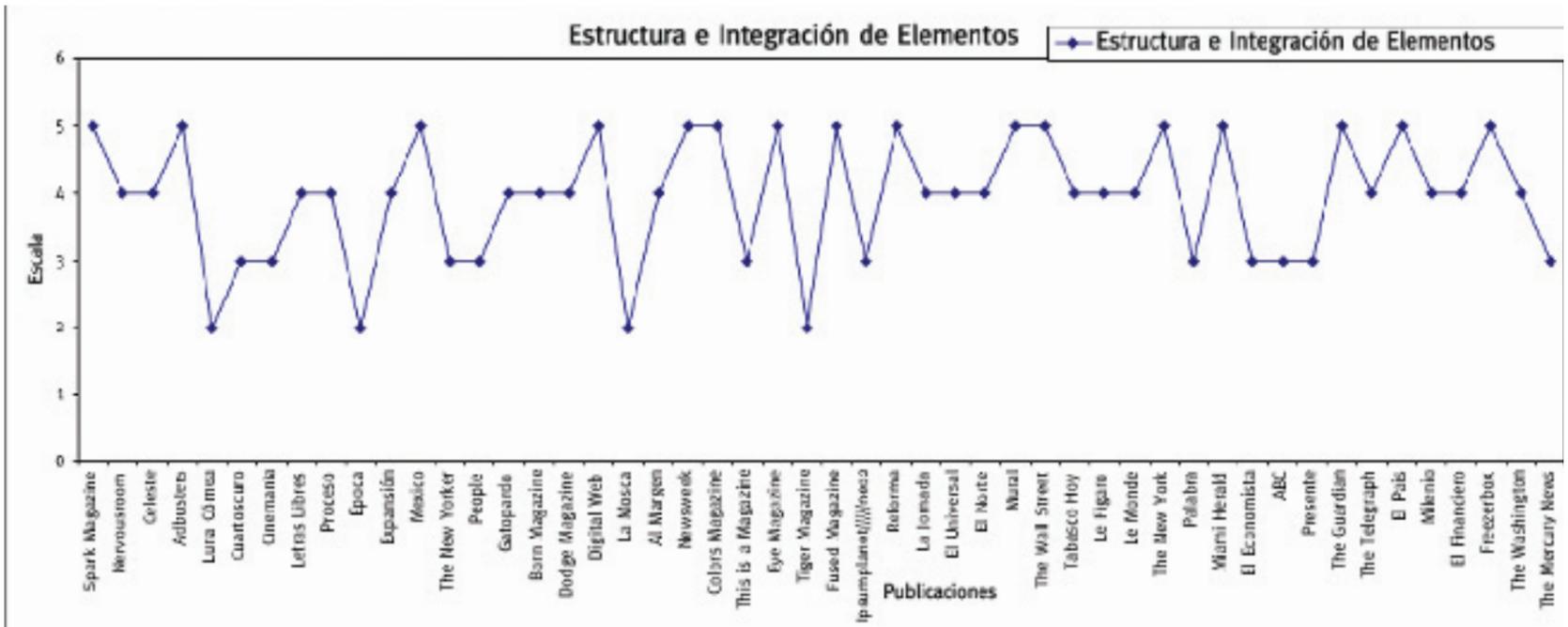
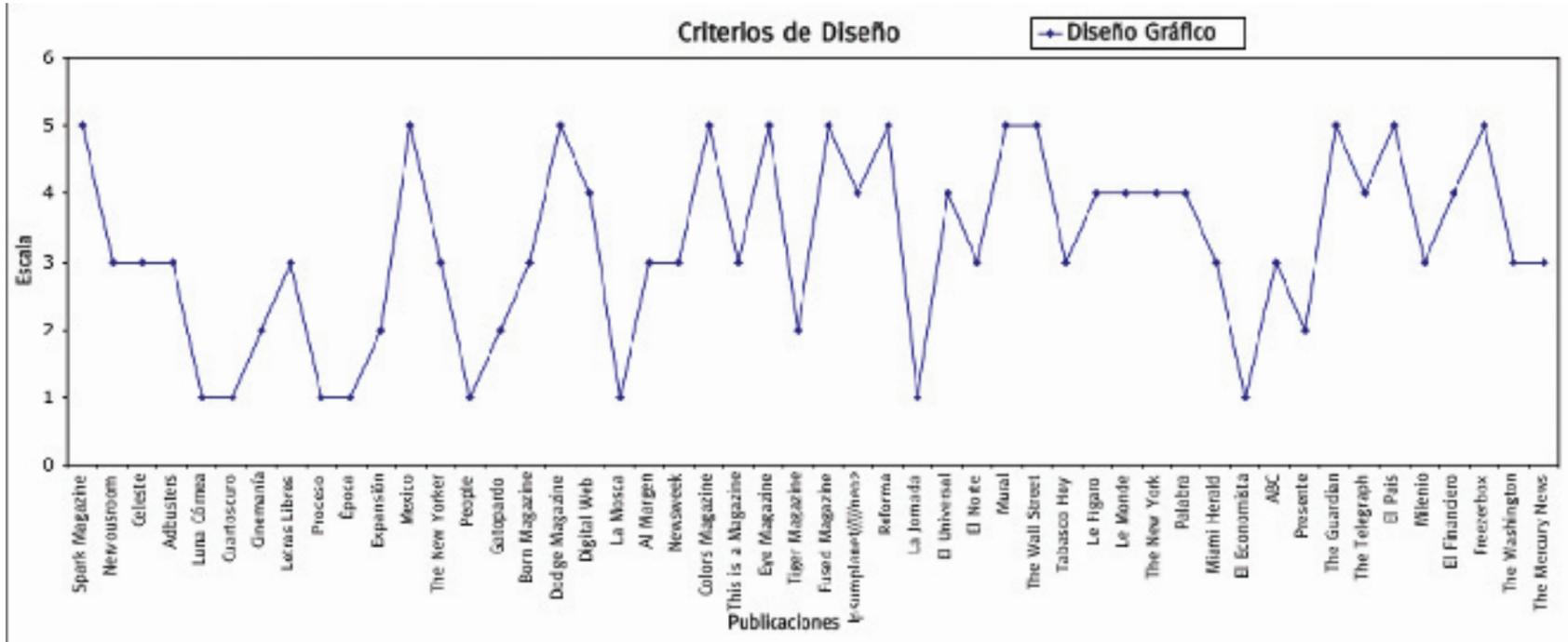
Multimedia



Transición de Medios Impresos a Digitales

GRÁFICAS

Diseño



Transición de Medios Impresos a Digitales

GRÁFICAS

Diseño

