

Índice



Capítulo 1 Marco Teórico

Capítulo 2 Marco Referencial

Introducción

13 Antecedentes y contexto

14 Momentos de transición en la historia de las revistas

15 Fenómenos de la sociedad de la información

Diversificación de medios masivos de comunicación
Sobrecarga y ansiedad de información

21 Principales teorías de la transición de medios

Convergencia
Mediamorfosis
Regla de los 30 años

25 ¿Desaparecerán los medios impresos?

26 ¿Qué productos digitales triunfarán?

Conclusiones

29 Revistas digitales

30 Las revistas digitales como un nuevo medio

Características de los nuevos medios

32 ¿Qué es una revista digital?

34 Un poco de historia

Revistas científicas digitales

39 Ventajas de las revistas digitales

Ventajas de producción
Ventajas de acceso

46 Herramientas y servicios para la edición y distribución de revistas digitales

51 Servicios de valor agregado para los usuarios de las revistas digitales

Conclusiones

Capítulo 3

Modelo Metodológico

Capítulo 4

Casos Análogos

Capítulo 5

Producto y Prototipo

55 Herramientas para el diseño de revistas digitales

56 Usabilidad

58 Evaluación por características

Clasificación de las revistas digitales

Características básicas de una revista digital

63 Evaluación heurística

Sistemas de navegación

La metáfora como recurso en el diseño digital

Sistema de evaluación de revistas digitales académicas

75 Pruebas de usuarios

Conclusiones

79 Análisis de casos análogos

80 Muestreo

82 Reporte de evaluación por características

89 Reporte de evaluación heurística (5 casos)

124 Reporte de pruebas de usuarios

Hallazgos generales acerca de los usuarios

Conclusiones

131 Modelo de evaluación y diseño

132 Modelo metodológico para el diseño de ediciones digitales.

158 Prototipo “La Tempestad: Universitaria”

Conclusiones

Conclusiones

Referencias