

ESTUDIO DIAGNÓSTICO SOBRE HáBITOS Y CONSUMO DE PERIÓDICOS DIGITALES PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN MEDIO DIGITAL ESTUDIANTIL

DIAGNOSTIC STUDY ON THE HABITS AND INTAKE OF ONLINE NEWSPAPERS FOR THE CONSTRUCTION OF A STUDENT DIGITAL MEDIA

PATRICIA HENRÍQUEZ C.*

patriciahc@cantv.net

CARMEN AIDÉ VALECILLOS**

cardeval@gmail.com

Universidad de Los Andes.

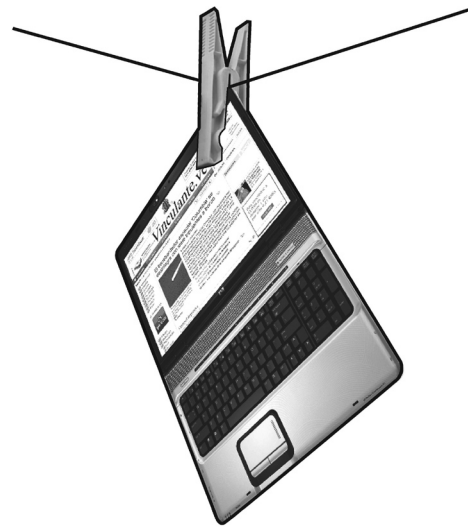
Núcleo "Pedro Rincón Gutiérrez"

San Cristóbal, edo. Táchira.

Venezuela.

Fecha de recepción: 24 de enero de 2008

Fecha de aceptación: 12 de junio de 2008



Resumen

Este artículo presenta los resultados de un diagnóstico realizado entre un grupo de estudiantes de Comunicación Social en la ULA-Táchira sobre las posibilidades de acceso a Internet, los hábitos de lectura en medios digitales y las preferencias respecto al contenido y estilo para el periódico digital Vincúlate, un medio concebido como laboratorio. Los hallazgos de la fase de diagnóstico del proyecto, la cual fue desarrollada como una investigación de campo, conducen a señalar que esta audiencia prefiere temas universitarios y códigos audiovisuales propios de esta generación; igualmente, detecta la alta conectividad que se produce en los estudiantes fuera de su hogar. Los hábitos lectores de la muestra estudiada nos permiten caracterizarla como una audiencia en la que predomina la lectura rápida sobre la lectura profunda y que prefiere los géneros informativos.

Palabras clave: estudio diagnóstico, periódico digital, audiencia, diseño, estudiantes de Comunicación Social.

Abstract

This article shows the results of a diagnose made between a group of Social Communication students from the ULA-Táchira about the possibilities of access to the internet, the reading habits in digital media and the preferences about the contents and stile for the online newspaper Vincúlate, a media conceived as laboratory. The findings of the diagnose stage of the project, which was developed as a field research, lead to pointing out that this audience prefers university topics and audiovisual codes from this generation; as well, it detects the high connectivity produced in students outside their homes. The reading habits of the sample studied allow us to characterize it as an audience in which the fast reading about deep reading and that prefers informative genres.

Key words: diagnostic study, online newspaper, audience, design, Social Communication students.



1. Contextualización del estudio diagnóstico



Vincúlate es un proyecto universitario que se propone diseñar, desarrollar y publicar en Internet un periódico digital estudiantil –del mismo nombre– para la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Los Andes (Venezuela). Se pretende que los alumnos puedan contar con un medio producido por ellos y que su riqueza de contenidos y atractivo lo convierta en un órgano divulgativo de la Escuela. En este sentido, se trataría de un periódico laboratorio, concebido como espacio de prácticas o pasantías para los alumnos de los últimos años de la carrera, especialmente para ofrecer, a quienes cursan la materia Periodismo Digital, la oportunidad de vivenciar el nuevo modelo comunicativo que caracteriza al medio digital. De esta manera podrán demostrar, en prácticas periodísticas, el dominio de los soportes, géneros, plataformas y lenguajes propios del medio. Igualmente, al convertir el periódico en sala de prácticas se cuenta con la oportunidad de consolidar una formación que trascienda la naturaleza puramente contemplativa y se convierta en una que permita aprender haciendo. La participación de los estudiantes sería amplia ya que tendrían la responsabilidad de elaborar la agenda informativa, buscar la información, procesarla, acompañarla gráficamente, jerarquizarla, diseñarla y publicarla.

Vincúlate se concibe además como un proyecto de investigación que pretende estudiar con rigor y sistematicidad las fases de diseño, producción y evaluación de un medio digital estudiantil a fin de hacer aportaciones a este campo teórico. El presente artículo ofrece las conclusiones de un trabajo de investigación que se desarrolla bajo la metodología del proyecto factible. “El proyecto factible consiste en un conjunto de actividades vinculadas entre sí cuya ejecución permitirá el logro de objetivos previamente definidos en atención a las necesidades que pueda tener una institución o un grupo social en un momento determinado. Es decir, la finalidad del proyecto factible radica en el diseño de una propuesta de acción dirigida a resolver un problema o necesidad previamente detectada en el medio“

(Dubs de Moya, 2002, p. 6). Por la propia naturaleza del objeto a investigar, el diseño de un periódico digital-laboratorio, se seleccionó esta metodología que comporta la realización de las fases de diagnóstico de necesidades, planteamiento y fundamentación teórica de la propuesta, procedimiento metodológico, actividades y recursos para la ejecución y análisis de viabilidad o factibilidad del proyecto que sugieren los autores.

El estudio que presentamos a continuación corresponde precisamente a la fase de diagnóstico del proyecto y fue desarrollada como una investigación de campo. La investigación se plantea debido a la necesidad de conocer, por una parte, las características de la audiencia potencial del periódico digital estudiantil *Vincúlate* y, por otra, sus expectativas respecto a los contenidos, diseño y estilo periodístico del medio, como paso previo a su diseño.

En relación con las características de la audiencia potencial, con el estudio diagnóstico se pretende obtener información en cuanto a:

- Las posibilidades de acceso a Internet, representada en la infraestructura tecnológica mediante la cual los alumnos leen los periódicos en línea,
- Los hábitos de lectura en cuanto a periodicidad en la lectura, diarios más leídos, modalidad de exploración, géneros y recursos más usados, y
- La estructura, estilo y secciones que los alumnos quisieran que tuviese su periódico digital.

Para la recogida de esta información se ha utilizado un cuestionario contentivo de 20 preguntas, 3 de respuesta abierta y 17 de respuesta cerrada distribuidas entre dicotómicas y politómicas. El cuestionario fue construido considerando los tres aspectos que tienen incidencia de cara a una caracterización de la audiencia potencial: a) el acceso a las TIC que nos informa respecto a los recursos de software, hardware y conectividad de los que disponen los alumnos, b) los hábitos lectores en periódicos digitales que nos sugieren los mecanismos de navegación más usados, los temas más leídos y el tipo de interactividad predominante, cuestiones todas que inciden en el diseño de la arquitectura de los contenidos en *Vincúlate* y, finalmente, c) las expectativas de los alumnos respecto a su periódico estudiantil, lo cual permite identificar lo que ellos desean obtener de *Vincúlate* en cuanto a estilo y contenidos. Luego de construido el cuestionario ha sido validado mediante revisión por expertos, contando para ello con la colaboración de una periodista docente e investigadora de la Universidad Católica Andrés Bello y dos periodistas, docentes e investigadores de la Universidad de Los Andes, todos con amplio conocimiento del tema. Para la validación de expertos se ha suministrado el cuestionario a cada experto junto a un resumen del proyecto de investigación en cuyo marco se realizaba el estudio diagnóstico a fin de que se tuviera conocimiento del contexto y fines para los

que se utilizaría el instrumento. Cada evaluador remitió vía electrónica las observaciones que consideró pertinentes en cuestiones de fondo o forma. Una vez incorporadas estas observaciones se elaboró la versión final del cuestionario.

Los contenidos de *Vincúlate*, como publicación periodística en Internet, deben considerar la calidad de la información que se suministra; la forma en que la expresamos, es decir, el tipo o modelo de estructura redaccional con que comunicamos esa información; y la presentación visual que hacemos de ella. Estos tres elementos son aplicables a los medios periodísticos en Internet (Canga, 2005, p. 72). De manera que a los fines del diagnóstico también interesa explorar la opinión de los usuarios potenciales acerca de los aspectos visuales-estéticos tales como color, fuente, número de columnas; el estilo periodístico, relacionado con el modo como se redactan los contenidos, la estructura redaccional y, finalmente, la conformación del equipo de redacción del periódico. Por eso, posterior a la aplicación del cuestionario, se realizaron seis sesiones usando la técnica del «focus group», con grupos de 12 alumnos durante 120 minutos, con cada grupo, para discutir en profundidad acerca del estilo periodístico, aspecto visual y equipo de redacción que debería tener un periódico digital estudiantil para la Escuela de Comunicación Social. Se optó por complementar el análisis realizado sobre los resultados del cuestionario con el método de «focus group» debido a que éste mayormente se utiliza para recoger información cualitativa entre grupos de audiencia y cuando se ha aplicado una encuesta, el grupo de discusión se utiliza para fortalecer o ampliar la interpretación de los resultados del instrumento (Cervantes, 2002, p. 9).

2. Población y muestra

La población estudiada ha sido el conjunto de alumnos cursantes de la carrera Comunicación Social, quienes serían los lectores potenciales del periódico. El plan de estudios de la carrera contempla un total de 32 asignaturas distribuidas en cinco años. En los tres primeros años se cursan asignaturas comunes, mientras a partir del cuarto año los alumnos seleccionan alguna de las tres menciones ofrecidas: Comunicación para el Desarrollo Económico, Comunicación para el Desarrollo Científico y Comunicación para el Desarrollo Cultural. Finalizados los cursos y previo a la elaboración del proyecto final de grado, se realiza una pasantía de tres meses en medios ya sean regionales o nacionales

La población comprende un total de 451 alumnos distribuidos en los cinco cursos que componen la carrera. El cálculo de la muestra usando la fórmula sugerida por Bravo (1979) para poblaciones finitas ha arrojado un tamaño muestral de 82 alumnos. La muestra ha sido

estratificada por curso, pues interesa que los estudiantes de cada uno de los años cursados desde primero a quinto estén representados. La escogencia de los individuos que conformarían la muestra dentro de cada estrato fue al azar. Una vez seleccionados los individuos que conforman la muestra, el cuestionario fue aplicado a lo largo de dos semanas por dos profesoras de la carrera y un auxiliar de investigación.

3. Resultados

En los casos de ítems de respuesta cerrada, los cuestionarios fueron procesados estadísticamente, mientras que para las preguntas de respuesta abierta se utilizó el procedimiento manual. El tratamiento realizado a los datos resultantes en los ítems cerrados ha sido propio de la estadística descriptiva mediante el cálculo de frecuencias, porcentajes, valores promedios. Para el procesamiento de las preguntas abiertas se transcribieron todos los textos y se aplicaron procedimientos de categorización para la reducción de datos cualitativos. Los resultados obtenidos se presentan enseguida divididos en los tres grandes apartados analizados

3.1. Características generales y acceso a las TIC

Los tres primeros ítems del cuestionario caracterizan a la muestra a partir de las variables: edad, género y año que cursa de la carrera. Se trata de una población bastante joven, puesto que el 95,1% se ubica dentro del rango de 15 a 25 años de edad, y marcada por el fenómeno de la feminización (73 de cada 100 estudiantes de periodismo son mujeres), feminización que se ha reportado también en estudios sobre la profesión periodística (Soriano, Cantón y Díez, 2005). En cuanto al año de estudio, la muestra ha sido estratificada por este patrón de modo que las proporciones del número de estudiantes por año presentes en la población han sido conservadas para la muestra.

En relación con la infraestructura tecnológica desde la cual los alumnos leen los periódicos digitales se encontró que la mayor conectividad para leer el periódico en Internet ocurre desde los llamados «cybercafés». De los alumnos encuestados, 59,8% leen el periódico en estos lugares frente a 54,9% que lo lee en la universidad y sólo 32,9% que lo lee en su hogar. Estos datos corroboran el último estudio de penetración y uso de Internet realizado por la Cámara Venezolana de Comercio Electrónico (CAVECOM-E, 2006), donde se ha puesto en evidencia que en Venezuela el 67% de las conexiones a Internet ocurre en los «cybercafés» frente a un 26% en el hogar. Un hecho relevante que puede explicar esa escasa presencia de Internet en los hogares se relaciona al costo de la conexión de banda ancha que puede oscilar entre los 80 y 120 mil bolívares mensuales (unos 46 euros), cifra que representaría



un 15% del salario base mensual. Otro dato aportado en el estudio de CAVECOM-E es que sólo 11% de los encuestados se conecta a Internet desde sus lugares de estudio, cuestión que varía respecto de los datos obtenidos en este diagnóstico (54,9 % de los alumnos lee el periódico desde instalaciones de la universidad) pero que puede explicarse a la luz de otra variable y es que los Andes venezolanos, sede de la universidad, es una de las dos zonas del territorio nacional con una penetración de Internet superior al promedio. El 72% de los alumnos tienen computador en casa y está equipado con los recursos básicos (incluye impresora, cornetas para audio, unidad CD) aunque sólo 34,1 % tiene acceso a Internet.

3.2. Hábitos de lectura en periódicos digitales.

La lectura de noticias es un valor en alza para la comunidad de usuarios de Internet en Venezuela, ya que en sólo tres años ha crecido en nueve puntos porcentuales, hasta llegar a posicionarse como el quinto uso más frecuente de Internet en el país. En el diagnóstico realizado interesaba explorar este supuesto, además de caracterizar los hábitos de los lectores de noticias en Internet en cuanto a periodicidad, temas y géneros más leídos, mecanismos de navegación, entre otros. La pregunta que indagaba sobre la periodicidad de la lectura de prensa digital, permitió determinar que los estudiantes de Comunicación Social leen periódicos digitales de manera regular pues las variables: *Diariamente*, *Interdiario* y *Una vez por semana*, reúnen los valores 7,3%; 30,5% y 25,6%, respectivamente, lo cual quiere decir que un 63,4% tienen, por lo menos, un contacto semanal con la lectura del periódico por esta vía. Este dato permite catalogar a la mayoría de la audiencia como *usuario medio* que de acuerdo a las pautas establecidas por CAVECOM-E es aquel que se ubica en alguna de los tres segmentos: de 3 a 5 veces por semana, de 1 a 2 veces por semana o una vez cada quince días. En el mismo estudio se registra que en Venezuela para el año 2006, un 54,0% de usuarios de Internet se ubicaba en el segmento de *usuarios medios*.

En la pregunta relacionada con los diarios digitales más leídos ha sido elegida en primer lugar la versión digital de uno de los impresos de mayor circulación nacional: el diario *El Nacional* digital (<http://www.el-nacional.com>) con un 54,9% de los encuestados. Seguido por un diario regional: *La Nación* (<http://www.lanacion.com.ve>) con un 41,5%. En cuanto a las razones para preferir el diario *El Nacional* se destaca su cobertura amplia de todo el acontecer nacional, la diagramación y el peso específico de los periodistas que escriben en él. Los encuestados que se decantaron por el diario *La Nación* destacan la necesidad de estar al día en cuanto al acontecer regional y local.

En cuanto a los temas más leídos tenemos que ellos son: nacionales y política, cultura e internacionales, en ese mismo orden. Mientras en el otro extremo, los temas

menos leídos, encontramos: economía y salud. Los géneros más leídos son: noticias, entrevistas y reportajes con 87,8%, 61,0% y 58,5% respectivamente. Estos resultados parecen confirmar lo expuesto por Edo (2004) en cuanto a la prevalencia en Internet de los géneros informativos sobre los géneros interpretativos y argumentativos.

Otro bloque de aspectos que han sido indagados se refiere a tres cuestiones claves de una publicación digital: la profundización de la información, la interactividad y las secuencias de navegación usadas.

Los resultados indican que la estrategia preferida por la mayoría encuestada (63,4%) para profundizar en un tema es el uso de buscadores generales del tipo Google o Yahoo, seguido por la navegación sobre los hipervínculos que el propio artículo ofrece (51,2%). Llama la atención, por tratarse de una comunidad universitaria, que sólo el 4,9% de los alumnos emplee buscadores temáticos y sólo 7,3% lea revistas digitales especializadas para profundizar en la investigación de un tema.

La interactividad, entendida como la participación activa del usuario, propone grandes retos a un medio digital, donde los narradores son también partícipes del diálogo ininterrumpido que generan sus textos en otros espacios como los foros o los blogs. En el cuestionario se preguntó a los alumnos acerca de si alguna vez se habían incorporado a los mecanismos de interactividad ofrecidos en los periódicos de Internet y un 69,7% indicó que no, asunto que pudiera perfilar una audiencia pasiva. A ese grupo de alumnos que sí habían interactuado se les preguntó cuál tipo de interacción prefería y un 53,7% mencionó la comunicación directa por e-mail con los periodistas que escriben la información leída, mientras un 43,9% se decanta por las encuestas en línea para ofrecer su participación. En el otro extremo, sólo 7,3% acudiría al defensor del lector «ombudsman» como vehículo para canalizar su participación en un medio digital. Pudiera parecer extraño que en un grupo joven, los porcentajes de interactividad sean tan bajos, esto podría entenderse a la luz de los escasos mecanismos de interactividad que ofrece la prensa nacional y regional en Venezuela, tal como lo evidencia el análisis de usabilidad realizado por Mogollón, Acevedo y Ramírez (2006) a los dos diarios digitales más leídos en Venezuela.

Así mismo, en el cuestionario se indagaba acerca del mecanismo más usado para explorar el periódico, asunto especialmente relevante si consideramos todas las nuevas formas e itinerarios de navegación posibles al momento de leer un producto digital cuya estructura de contenidos se caracteriza por ser no lineal. En los usuarios consultados parece que predominan formas de navegación que no favorecen la profundización tales como *la lectura rápida* o «scanning», alternativa que reúne 25,6%, junto a la

visualización de los contenidos básicos de los temas que agradan al usuario (30,5%), mientras que la opción de ver en profundidad todas las secciones solo obtiene un 2%, porcentaje que alcanza el 18,3% cuando el tema agrada al cibernauta, mientras que un 15% señala la opción de ver lo básico de todas las secciones. Estos datos acerca del predominio del «scanning» sobre la lectura profunda de la prensa digital reafirman que al menos por ahora, la Web como apunta García (1997) más que para leer la información es especialmente indicada para escanearla; esto es, para que el lector vaya buscando con la mirada aquello que pueda interesarle, aunque sin efectuar una lectura profunda de ningún tema. El autor aporta, al respecto, un dato interesante: mientras que el tiempo medio que los lectores dedican al diario en papel es de 20 minutos, en el caso de la Web dicho número se reduce a siete. El hecho de que un 30,5% de los usuarios consultados lea la información básica sólo de aquellos temas que le interesan parece revelar el fenómeno de creciente personalización de las audiencias en los medios digitales, asunto que hace vislumbrar en el futuro próximo la existencia de tantas versiones de un periódico digital como usuarios tenga.

3.3. Preferencias y expectativas en cuanto a contenidos, estructura y estilo de *Vincúlate*

En este último bloque de preguntas del cuestionario se exploraba la opinión de los alumnos sobre los temas, géneros y servicios que desean encontrar en su periódico digital. También otro aspecto de interés, de cara a la configuración del equipo de redacción, se relaciona con sondear los compromisos o tipo de rol que cada alumno está dispuesto a asumir respecto al periódico, desde aquellos que puedan ser sencillamente lectores hasta quienes participen como redactores, reporteros o correctores de estilo, entre otros.

Los temas que, mayormente, los alumnos quieren que se traten en un periódico digital universitario son: agenda de actividades académicas y extraacadémicas (63,4 y 68,3% respectivamente), ayudas y becas (65,9%), discusiones universitarias (59,8%) e información sobre los medios de transporte para desplazarse al campus (59,8%).

La noticia aparece como el género más deseado (86,6%), seguido por la entrevista (80,5%) y el reportaje (76,8%). Mientras se valora en menor grado, la reseña y un género nuevo como la encuesta online. Resultado que se corresponde directamente con las preferencias lectoras, reseñadas en el apartado anterior.

Los servicios preferidos serían en ese orden: fotoreportajes (75,6%), galerías de imágenes (67,1%), buscadores (67,1%) e infografía digital (61%). El hecho de que la muestra estuvo compuesta por individuos de un grupo etario joven, explica la preferencia por los códigos audio-

visuales y sugiere la necesidad de adecuar los contenidos digitales a esos nuevos patrones propios de la tecnología multimedia.

Finalmente, los modos preferidos de participación de los alumnos en el periódico, para lo cual se les pidió marcar más de una alternativa, han sido la autoría de artículos (39,0%), realización de trabajos informativos (32,9%) y como lector participativo (30,5%). El análisis de este aspecto nos proporciona una idea de hasta qué punto los alumnos están dispuestos a implicarse en el periódico y con base en ello podríamos diseñar un modelo de redacción específico. Es alentador que la mayoría se ubique en actividades o formas de participación que requieren alta implicación, mientras sólo un 20,5% opta por la opción de participar como lector anónimo.

En el último ítem se preguntaba por algún comentario adicional que el usuario quisiera formular. Se recibieron 17 comentarios, principalmente dirigidos a: felicitar por la iniciativa del periódico, sugerir la necesidad de mantenerlo en el tiempo, proponer la estructura de semanario y sugerir un estilo fresco y desenfadado.

4. A modo de reflexión final

El estudio exploratorio realizado a la audiencia potencial del periódico permitió describirla en tres aspectos claves: conectividad, hábitos de lectura en Internet y preferencias para su periódico digital estudiantil. En cuanto a la conectividad un hecho interesante es que para la mayoría de nuestros posibles lectores la conectividad ocurre fuera del hogar, situación que podría suponer una frecuencia de uso más baja. De hecho sólo el 7,3% lee el periódico digital *cada día*. Sin embargo, el mercado de Internet en Venezuela presenta un crecimiento sostenido en los últimos tres años (45 % de rata de crecimiento promedio anual), ubicándose para el año 2006 en el séptimo lugar en el concierto de países de América Latina con un total de 4.195.000 usuarios (CAVECOM-E, 2006). Esta tendencia junto al dato que indica que 72% de los estudiantes encuestados poseen computador en casa podría garantizar en el corto plazo mejores condiciones de conectividad.


Los hábitos lectores de la muestra estudiada nos permiten caracterizarla como una audiencia tipo en cuestiones tales como: el predominio de formas de lectura rápida sobre la lectura profunda de los temas o la preferencia de los géneros informativos, mientras en otras cuestiones surgen particularidades como la escasa interactividad de los lectores o la frecuencia de lectura del periódico en Internet que debe ser matizada por las propias características de la prensa digital de Venezuela y las condiciones de conectividad del contexto estudiado. El estudio de Mogollón, Acevedo y Ramírez (2006) ha mostrado que en los medios digitales nacionales las herramientas provistas para



interactividad son escasas en muchos casos y, en otros, prácticamente inexistentes.

El diario digital más leído es *El Nacional*, versión en Internet de uno de los impresos de mayor circulación nacional, lo cual confirma que el arraigo del impreso mantiene su predominio también en el océano digital.

En cuanto a las preferencias de los alumnos por los temas, géneros, códigos y estilo que deberían predominar en su periódico *Vincúlate*, se decantan por los temas universitarios, los géneros informativos y los códigos audiovisuales propios de esta generación, que ha crecido entre los videojuegos y ahora Internet. La disposición del alumnado para participar en la construcción del periódico parece asegurada, en tanto 79,5% de ellos están dispuestos a asumir roles que van desde la autoría de artículos informativos, de opinión y reportajes, pasando por la labor reporteril o la asunción de las tareas propias de un corrector de estilo.

El diagnóstico realizado ha sido muy útil de cara al diseño de un medio que por su condición de periódico-laboratorio reviste características específicas y atiende a una audiencia particular. La complementariedad al emplear técnicas categorizadas como la encuesta y otra de carácter narrativo, como el focus group, ha contribuido a enriquecer el proceso de caracterización de la audiencia potencial. 

* Licenciada en Informática y Matemática. Especialista en Informática Educativa. Doctora en Innovación Educativa. Profesora del Departamento de Computación e Informática de la Universidad de Los Andes. Núcleo Universitario "Pedro Rincón Gutiérrez". Miembro del Grupo de Investigación Informática Aplicada.

** Licenciada en Comunicación Social. Magíster en Ciencias Políticas. Profesora de la Universidad de Los Andes. Núcleo Universitario "Pedro Rincón Gutiérrez". Miembro del Grupo de Investigación Integración, Comunicación y Desarrollo.

Bibliografía

- Bravo S., R. (1979). *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. España: Editorial Paraninfo.
- Canga, J. (2005). Periodismo en la Red. Diseño periodístico y ediciones digitales. *Telos, cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, 63, segunda época.
- Cavecom-E (2006). *Cifras de Penetración y Uso de Internet en Venezuela*. Recuperado el 20 de febrero de 2007 en <http://www.cavecom-e.org.ve/info.php?type=info&info=1991&seccion=91&nombresecc=Internet>.
- Cervantes, C. (2002). El grupo de discusión: de la mercadotecnia al estudio de la cultura y la comunicación. En *Actas del VI Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación*. Santa Cruz de la Sierra, Bolivia. Publicado en CDROM.
- Díaz N, J. y Salaverría R. (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona, España: Ariel Editorial.
- Dubs de M., R. (2002). El proyecto factible: una modalidad de investigación. *Sapiens*, 3, 002, 8-18.
- Edo, C. (2003). Rasgos y normas del estilo ciberperiodístico. En J. Díaz N, y R. Salaverría (coords.), *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel Editorial. pp. 353-382.
- García, M. (1997). *Redesigning Print for the Web*. Indianapolis, USA: Hayden Books.
- Mogollón, H., Acevedo, A. y Ramírez J. (2006). Cibermedios venezolanos bajo la lupa de la usabilidad. *Comunicación*. 136, 36-43.
- Soriano, J., Cantón, M. J. y Díez M. (2005). La pseudofeminización de la profesión periodística en España. *Zer*, 10-19, 35-52.

educere

CONSULTE Y DESCARGUE GRATUITAMENTE TODA LA COLECCIÓN DE EDUCERE, constituida por 42 números a texto completo.

www.actualizaciondocente.ula.ve/educere