

Portales Periodísticos Mexicanos: utilización de Servicios de Valor Agregado al lector y aplicación de la Usabilidad web

Claudia Alicia Lerma Noriega – Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey

– clerma@itesm.mx

Abstract:

Es evidente que Internet se caracteriza por una multimedialidad y amplitud de recursos que le dan valor añadido a la información que ahí circula pero no todos los sitios hacen uso amplio de estos factores. Esta investigación pretende dar cuenta de las deficiencias y de las ventajas que tienen los portales de Internet de los medios de los medios impresos generalistas – mexicanos- más populares a través de una medición de la usabilidad y el uso de las redes sociales más populares. Asimismo, este trabajo, de carácter exploratorio y descriptivo pretende visualizar si existe un aprovechamiento de los servicios de valor agregado en los sitios web de estos medios noticiosos; al detectar la presencia de estos servicios agregados se podrá ver la complementariedad con la información presentada en los medios impresos y si existen las condiciones para una recuperación de estas vías de transmisión de información que tienen una repercusión más allá de las fronteras mexicanas.

Palabras clave: interacción; periodismo; redes sociales; México; telediarios; ciberperiodismo

1. Introducción

Con la llegada de Internet los medios de comunicación tradicionales, como los periódicos, han tenido que adaptarse a este nuevo canal y ofrecer a sus

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

usuarios contenido valioso. Aunque no todas las empresas lo han hecho de la misma (o de la mejor) manera.

Para poder ofrecer contenidos, los medios con presencia en Internet deben ceñirse a una serie de parámetros para ser competitivos con otros del mismo segmento en contenidos, servicios, calidad del sitio, etc. Entre estos rangos competitivos se destacan: la usabilidad, y varios servicios de valor agregado como la utilización de redes sociales (para ampliar su presencia en Internet) y elementos de convergencia con otros medios.

De acuerdo a la Organización Internacional de Normalización (ISO, por sus siglas en inglés), la usabilidad es la capacidad de un producto de software para ser entendido, aprendido, usado y resultar atractivo para el usuario, cuando se usa bajo determinadas condiciones, así es que es que resulta apropiado que un sitio que quiere atraer lectores de distintas edades, escolaridad, sitios geográficos, intereses, etc.

Y cuando hablamos de elementos convergentes en un portal web, hablamos de la posibilidad para el usuario de recibir diversos servicios, como pueden ser telefonía, Internet, televisión, radio, y, por otra parte, como la posibilidad de los proveedores de soportar el envío por medio de sus redes, de diversos servicios. (Dromi, 2008)

Las nuevas tecnologías han provocado innovaciones en la forma de presentar la información. “Tras unos años de adquisición de madurez, los medios de comunicación digitales comienzan a utilizar la forma más habitual y razonable los tres elementos esenciales que la diferencian de la prensa en papel: la hipertextualidad, el multimedia y la interactividad”. (Fondevila, 2014)

Roger Fidler, ponía, antes del boom de recursos en Internet, en presencia un nuevo concepto que involucrara las ya planteadas premisas de multimedialidad refiriéndose a un cambio de los medios de comunicación a causa de un avance tecnológico y unas demandas sociales nuevas “Los nuevos medios aparecen gradualmente por la metamorfosis de los medios antiguos (...) las formas antiguas generalmente no mueren, sino que continúan evolucionándose y adaptándose.” (Fidler, 1998).

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

La globalización acrecienta el desarrollo de interactividad e interacción entre las personas y permite un panorama, mediatizado de forma dinámica y cambiante. La globalización conlleva una creciente comunicación e interdependencia entre sociedades y culturas, que se reafirma en las constantes transformaciones en todos los ámbitos de la sociedad (económicos, políticos, religiosos, tecnológico, entre otros).

Estos cambios proponen nuevas herramientas de comunicación y en ellas el Internet da las propias a los medios digitales para que sirvan de instrumentos de comunicación.

En México, el periodismo digital como tal está en etapas incipientes. Muchos medios cibernéticos aún careen de una adecuada estructura y diseño que se adapte a las distintas plataformas tecnológicas y ofrezcan un producto de calidad para los lectores, otros solo hacen ejercicios que no terminan por concretar en medios que dirijan la opinión pública o que destaquen como portadores de información que impacte en la vida social de los mexicanos y extranjeros.

En este sentido es la importancia de analizar los medios de información más representativos del país y monitorear lo que producen. Sin embargo, analizar únicamente el contenido de la cobertura de los medios de comunicación sería limitado ya que quedan fuera factores que se han convertido en indispensables para considerar un medio como integral por eso en esta investigación se propone ver el conjunto de lo que muestran en Internet.

2. Metodología

Para la investigación, de carácter cualitativo y exploratorio de las características de Usabilidad planteadas por David Travis. Esta investigación se considera exploratoria, ya que como lo definen Hernández, Fernández y Baptista (2006) “los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo a examinar es un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes”.

Para el análisis se tomaron los siguientes medios: Milenio, Excélsior, La Jornada, Unomasuno, La Crónica, El Universal, El Imparcial, Sin Embargo, El

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Sol de México y Reforma y usando las 247 directrices de Davis (englobadas en 9 categorías) y se obtuvo una calificación general con respecto a la usabilidad de cada portal de noticias.

Los rubros que se evaluaron son:

- 1) Página de Inicio
- 2) Orientación a tareas y funciones
- 3) Navegabilidad y Arquitectura de Información
- 4) Formulario y Entrada de datos
- 5) Confianza y Credibilidad
- 6) Calidad de contenido y escritura
- 7) Diagramación y diseño gráfico
- 8) Búsquedas
- 9) Ayuda, Retroalimentación y Recuperación

Cada elemento contiene diferentes puntos a considerar y en cada rubro se califica con un -1 si no se satisface, un +1 si sí se cumple y un 0 si no aplica.

Posterior a la ubicación de los elementos, en esta investigación se examinaron las páginas extensamente para conocer qué elementos convergentes contenía, cuáles redes sociales manejaba y qué géneros periodísticos eran los más comunes.

Se consideró como elemento convergente a todo el contenido extra que puede ofrecer un sitio web en comparación a la versión impresa, tales como estaciones de radio en streaming, canales de televisión disponibles en la página, galerías de fotos, encuestas dirigidas al lector, videos, etc. Con respecto a las redes sociales se tomaron en cuenta aquellas que la propia página de Internet promociona, como Facebook, YouTube, Tumblr, Pinterest, entre otras.

3. Hallazgos

Los porcentajes totales obtenidos después de evaluar minuciosamente cada rubro son:

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Medio	Porcentaje total obtenido
Milenio	89%
Excélsior	75%
La Jornada	88%
Unomasuno	55%
La Crónica	56%
El Universal	83%
El Imparcial	81%
Sin Embargo	81%
El Sol de México	88%
Reforma	79%

3.1. Rubro de Usabilidad:

Ninguno de los 10 sitios web analizados obtuvo una puntuación mayor al 90%, pero solo dos obtuvieron una calificación reprobatoria. El promedio de calificaciones fue de 77%. Con esto se puede inferir que, en general, las páginas de Internet se encuentran en un nivel aceptable (aunque no óptimo), cuando de usabilidad se trata.

La empresa que obtuvo mayor puntaje fue Milenio, con un 89%, pero seguida muy de cerca por El Sol de México y La Jornada, ambas con un 88%, lo que dice que sus páginas de Internet están bien diseñadas, aunque tienen algunos puntos que mejorar.

Los dos sitios web con puntajes reprobatorios fueron La Crónica y Unomasuno, con un 55% y un 56% respectivamente. Las calificaciones de estas dos páginas en las directrices oscilaron entre 40 a 66%. Naturalmente es aquí en donde parece estar el mayor problema, o en donde hay más áreas por mejorar. La directriz mejor calificada fue la de *Diagramación y Diseño Gráfico* con un 83% general. Esta directriz se encarga de evaluar aspectos como los botones, las imágenes que el sitio sea agradable a la vista, etc. La página con mejor puntuación en este elemento es la de La Jornada, con un 99% de cumplimiento mientras que la peor evaluada fue La Crónica, con un 54%.

La segunda mejor calificación en general en las directrices fue la de *Calidad del Contenido y Escritura*, con un 82%. Dicha directriz evalúa que la información está jerarquizada, los verbos escritos en activo y títulos fáciles de entender. El sitio con mejor puntuación fue Milenio, con un 100%, mientras que la peor fue La Crónica, con un 55%.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Por otro lado, la directriz peor calificada fue la de *Ayuda, Retroalimentación y Recuperación*, con errores, con un 69% en promedio. Esta categoría trata sobre qué tan rápido puede encontrar el usuario ayuda o información que aclare dudas, como FAQ's o que expliquen cómo se usa la Página de Internet. Las empresas con peores resultados en este aspecto fueron Excélsior y La Crónica, con un 58%, seguidos de cerca por Unomasuno, con un 59%. El sitio mejor calificado fue La Jornada con un 84%.

La segunda peor calificada fue la de *Orientación a tareas y Funcionalidad del sitio*, con un 72% general. La directriz evalúa que no haya elementos invasivos, que sea fácil de explorar, de entender, de recordar, etc. El sitio con la peor calificación fue Unomasuno, con un 50%, mientras que el mejor calificado fue Universal con 100%.

En general, todos los periódicos analizados obtuvieron un bajo porcentaje en la categoría de *Ayuda, Retroalimentación y Recuperación*. La Jornada, con 84% fue el medio que más alto porcentaje alcanzó mientras que Excélsior y La Crónica apenas rozaron el 58%.

En cuanto a *Confianza y credibilidad* así como en *Calidad de contenido y escritura*, la mayoría de los medios alcanzaron altos estándares.

Se puede afirmar que los medios digitales mexicanos se encuentran en un rango de *regular a bueno*. Aún falta mucho por mejorar para que se equiparen a medios internacionales que alcanzan altas tasas de usabilidad.

Por otro lado, la convergencia de medios es un aspecto que muchos diarios digitales aún deben explorar. “En el último cuarto del siglo XX la convergencia es empleada para explicar sincréticamente y pragmáticamente la confluencia de las tecnologías de la información con las redes de telecomunicaciones y los contenidos que circulan por ellas” (Campos, 2008).

Para poder dar un análisis más detallado de cada medio una buena idea es compararlos acorde a lo que ofrecen al usuario/ suscriptor:

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Medio	% Usabilidad	SVA	Redes sociales
La Jornada http://www.jornada.unam.mx/	88%	Audio, Suscripción.	Facebook, YouTube, Tumblr, Foursquare.
Excélsior http://www.excelsior.com.mx/	75%	Sección “ <i>Minuto a minuto</i> ”, Apps para diversas plataformas, Blogs, Versión audiovisual e impresa.	Facebook, Twitter, RSS, Pinterest, Google +, YouTube.
El Sol de México http://www.oem.com.mx/elsoldemexico/	88%	Estación de radio, Entrevistas exclusivas, Hemeroteca digital, Divisas e índices financieros	Facebook, Twitter.
El Imparcial http://www.elimparcial.com/	81%	Apps para diversas plataformas, Contenidos hipermedia, Imágenes, Videos, Audios, Suscripción.	Facebook, Twitter, Instagram.
El Universal http://www.eluniversal.com.mx/	83%	Universal TV, Blogs, Sección Minuto x minuto, Opción de audio, Podcast, Gráficos animados.	Facebook, Twitter, RSS, Chat.
Unomasuno http://www.unomasuno.com.mx/	56%	TV (Canal 145), Apps para diversas plataformas.	Facebook, Twitter, Google + YouTube.
La Crónica http://www.lacronica.com/	55%	Encuestas, Premios y participación de los suscriptores.	Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram.
Sin Embargo http://www.sinembargo.mx/	81%	Opiniones de Usuarios, Suscripción a boletín.	Facebook, Twitter, Instagram, Google +
Reforma http://www.reforma.com/	79%	Acceso a otras aplicaciones del Grupo Reforma. Apps para diversas plataformas, Acceso gratuito a eventos organizados por el Grupo Reforma, Promociones especiales, Club de Suscriptores.	Facebook, Twitter, Instagram.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Milenio http://www.milenio.com/	89%	Sondeos, Milenio Televisión, Milenio Radio, Fotogalerías , Noticias "al minuto", Hemeroteca digital.	Facebook, Twitter, RSS Google +, Instagram, YouTube.
--	-----	---	---

Milenio, El Universal y El Sol de México son de los tres periódicos que mayores porcentajes obtuvieron en el análisis de estructura y usabilidad, pero también son de los más completos con respecto a lo que ofrecen al usuario en información, multimedia, vinculación a otros medios y otras características.

3.2. Elementos convergentes

Cada periodo hace uso de diferentes tipos de elementos convergentes, según quiera hacer llegar la información a sus lectores y según la manera en que se maneje el medio. Para este apartado, analizaremos los elementos como servicios de valor agregado de cada medio.

Por ejemplo, para Reforma, los elementos convergentes aplican para suscriptores más que para un público en general, puesto que al no ser suscriptor se tiene acceso a la página web, pero no se puede ver los artículos de manera completa. Entre los elementos extras que se dan al usuario destaca el acceso a todos los sitios del Grupo Reforma y a más de 78 aplicaciones del sitio; 20% de descuento en la compra de fotografías de Ediciones Suburbanas; 20% de descuento en las publicaciones de eventos sociales (bodas, XV años y despedidas); entradas gratuitas a estrenos de películas; y cortesías para eventos especiales.

En el caso de Milenio, los elementos que dan valor agregado y convergente son: sondeos como el denominado “#Quiendijo de Jairo” en donde se le pregunta a la audiencia quién dijo qué y luego se muestran las respuestas de otros; Milenio Televisión, donde se presentan diferentes videos de noticias de política y cultura propios de la empresa; Milenio Radio, que se puede escuchar desde la página de Internet; fotogalerías para ilustrar noticias más importantes; noticias “al minuto”, donde se actualiza constantemente el contenido; y la hemeroteca digital, aunque ésta solo está disponible para suscriptores.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Por su parte, El Universal cuenta con El Universal TV, donde exponen los videos hechos por la misma empresa, y en donde se narran las noticias; el sitio contiene la sección reportero ciudadano en el cual los lectores pueden enviar sus reportes sobre acontecimientos que suceden en su ámbito cercano; también tienen Minuto x minuto, que son las noticias más recientes; y como servicio de valor agregado para suscriptores ofrecen promociones y eventos especiales.

Excélsior tiene elementos como la sección “Minuto a minuto”, que contiene noticias de última hora; su disponibilidad Appstore, Google Play, Blackberry World, Samsung Apps, Windows Store; la sección de blogs para que el público en general pueda subir sus bitácoras personales, no necesariamente editorialistas expertos; las noticias se pueden ver ya sea en televisión, escuchar en radio o leer en la visión impresa; y por último, la página es adaptable a cualquier dispositivo móvil.

El Sol de México presenta aspectos como su estación de radio, entrevistas exclusivas, la hemeroteca digital, la sección de divisas e índices financieros, y la oferta para contratar publicidad de su sitio.

La página de La Jornada ofrece opciones de visualización con multiplicidad de softwares para Smartphones y su versión de escritorio; además, los usuarios encuentran rápidamente las redes sociales en las que el medio se encuentra; también ofrece contenidos hipermedia, como textos, imágenes, videos, podcasts, entre otros; ofrece el audio de la noticias enfocado para personas con discapacidad visual y como valor agregado para los suscriptores.

Unomasuno tiene como valor agregado Unomasuno TV; así como la sección “No se lo pierda”, con las noticias de último minuto.; y presentan en su página principal el “Video del día”.

El Imparcial ofrece El Imparcial TV, donde se pueden encontrar los videos con las noticias más relevantes del día; también se encuentran galerías, con fotografías para ilustrar cada una; continúen encuestas, en las que se pregunta a la gente sobre un tema y al finalizar se pueden leer las demás respuestas; tienen la sección “Exprésate”, para comentar libremente sobre un tema en específico; exponen el calendario de eventos, donde dan a conocer los eventos

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

más importantes del día; y en cuanto a suscripciones, no se encuentra en la página alguna manera de suscribirse al medio, el contenido es totalmente libre. El medio La Crónica, sí ofrece suscripción a su boletín de noticias, y con esta suscripción se pueden adquirir promociones especiales; además tiene la sección de encuestas diarias y la sección “Exprésate” con comentarios basados en la pregunta diaria que hace el medio.

Por último, Sin Embargo ofrecen la sección “Cuéntaselo a los reporteros”, en la cual se pueden seguir temas de investigación y se proporcionan pistas a los colaboradores; tiene sección Videos del día, con los más vistos; y por último la sección Minuto a Minuto, con las noticias actualizadas constantemente.

Después de este análisis de los elementos convergentes y los servicios de valor agregado de cada medio, se puede observar que el elemento básico para la mayoría es la actualización de las noticias minuto a minuto. En segundo lugar está la oferta del video en los portales tanto como televisión como una selección de los más importantes del día. También la opción a que los lectores participen a través de opiniones o con datos para la elaboración de noticias. Y como en último punto a recalcar están los servicios de valor agregado para suscriptores como los ofrecidos por Reforma y Milenio.

3.3. Redes sociales

El alcance que los periódicos digitales tienen al incorporar redes sociales a sus páginas es muy alto, de esta forma se puede interactuar con el público asiduo, además, sirve para promover la marca y para acercarse al mercado más joven que está acostumbrándose a enterarse de lo que pasa en el mundo a través de las redes sociales.

Las redes sociales se han convertido en un instrumento necesario para los diarios digitales. El no estar en redes es casi como no existir en la red.

A partir del análisis de los medios, se puede observar que las redes sociales básicas son Facebook y Twitter. En el segundo término, los medios eligen entrar a Instagram y YouTube. Y en el último lugar eligen RSS y Google+. Entre otras opciones que eligen, están Foursquare, Tumblr e incluso Pinterest o WhatsApp, sólo las usa un medio a cada una. Como se puede ver, la utilidad

que le están dando es mínima en comparación con las prestaciones que dan las diferentes opciones del mercado.

4. Reflexiones finales

En el periodismo digital a diferencia del periodismo tradicional, cuanta con diferentes elementos que le permiten ser más globalizado y más eficiente a la hora acceso, en el cual, el periodismo digital necesita la unión de los medios tradicionales como lo son prensa, radio y televisión para enriquecer la noticia y darle más valor a lo se ofrece al usuario. Se puede decir que la forma en que se está transmitiendo la información ha cambiado precisamente a razón de la globalización que redimensiona los modelos y que va de la mano de la evolución de la tecnología. Internet y su amplia gama de servicios permite además tener una comunicación más flexible permitiendo un intercambio de información a este medio.

Al principio de la investigación se pensó que el grado de usabilidad dependía, además del acomodo de la información y de todos los elementos que componen un portal, del uso de redes sociales y su opción de acceso en ellos, pero se encontró que todos contaban con ellos por lo que este dato resulta interesante porque entonces valdría suponer que es la información lo que determina el éxito de la página y no otros elementos como la navegación del sitio.

Al analizar los diferentes portales periodísticos podemos ver que son medios en los cuales se pone en cuestión el concepto de Usabilidad como la medida de la calidad de la experiencia que tiene un usuario cuando interactúa con un producto o sistema, donde se crean parámetros que permiten medir o examinar una web con todos los parámetros que aloja el concepto de usabilidad; pero cada uno de los periódicos digitales posee debilidades y contribuciones óptimas en diferentes instancias donde se estudia la usabilidad como un todo.

En torno a este concepto se ha creado una comunidad que ha ido expandiendo sus capacidades y herramientas, abarcando áreas como la “Experiencia de usuario” y la medición de la calidad de la misma, porque se entiende que

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

mientras mayor sea la usabilidad de un sitio, mayor será el impacto del Sitio Web en quienes lo visitan y utilizan.

Se ponen en discusión las categorías de *Facilidad de Aprendizaje*, que es la que define en cuánto tiempo un usuario, que nunca ha visto una interfaz, puede aprender a usarla bien y realizar operaciones básicas, la *Facilidad y Eficiencia de Uso*, que determina la rapidez con que se pueden desarrollar las tareas una vez que se ha aprendido a usar el sistema; la *Facilidad de Recordar cómo Funciona*, que señala la capacidad de recordar las características y forma de uso de un sistema para volver a utilizarlo a futuro, y por último y no menos importante, la *Satisfacción Subjetiva*; que indica lo satisfechos que quedan los usuarios cuando han empleado el sistema, gracias a la facilidad y simplicidad de uso de sus pantallas.

Teniendo en cuenta lo anterior se dimensiona entonces que hay aciertos y desaciertos en los tópicos que intervienen en el concepto de usabilidad. Los medios poseen otras herramientas importantes como diversas redes sociales para estar en permanente contacto con los usuarios y estar interactuando con ellos; entre las más importantes están Facebook, Twitter y YouTube, esta última permitiéndole a muchos medios manejar su canal personal en donde pueden publicar noticias y videos de sucesos importantes.

Los portales periodísticos también han creado aplicaciones para los diferentes teléfonos inteligentes, permitiéndole al usuario poder acceder de forma más sencilla, dinámica y apropiada, además estas aplicaciones están enriquecidas de elementos hipertexto como el texto, las fotografías y los videos dándole la apariencia llamativa con una fácil navegación.

Es positivo ver cómo el periodismo se va reconfigurando por las necesidades del entorno, en donde cambia la forma, el medio y los canales, pero que su objetivo de informar la sociedad siempre permanecerá y se tendrá como lo primordial. A partir del análisis presentado en este reporte en el que se presentó una evaluación y comparación de la usabilidad en diez diferentes medios periodísticos web en México, podemos concluir que en ninguno de los medios analizados cumplen satisfactoriamente con la usabilidad deseada para

decir que aprovechan de la mejor manera las oportunidades que les ofrece el tener presencia en línea.

Esto se puede complementar cuando se analizan además los elementos convergentes o servicios de valor agregado que cada medio utiliza para su página, además de las redes sociales en las que tienen presencia y los géneros periodísticos que utilizan para dar a conocer su información.

Nos dimos cuenta que la usabilidad va muy de la mano con los elementos convergentes que utilizan, pues en realidad estos son los que le agregan valor a su página web y pueden permitir a que el lector incremente su fidelidad al medio y si no encuentra algo diferente a lo ofrecido por los demás es posible que se vaya a otro sitio.

Asimismo, las redes sociales no colaboran mucho a aumentar la usabilidad del medio pues por lo menos todos cuentan con los dos más básicos que son Facebook y Twitter por lo que no se puede medir usabilidad solo partir de estos.

Después de este análisis podemos concluir que los diez medios periodísticos más leídos en México todavía tienen mucho trabajo por hacer en el tema de usabilidad que ofrecen. Todos tienen elementos que les dan potencial, sin embargo a todos les falta cubrir ciertos aspectos para alanzar la usabilidad en su totalidad y aprovechar toda las ventajas que ofrece Internet.

Sería importante continuar un análisis para saber si los usos que les están dando a estas redes sociales es óptimo, si están siendo usados (actualizados, apoyando noticias del día, interactuando con el público, etc.) el potencial de la red es amplia, así es que si el objetivo es seguir en el rubro informativo, los medios tienen que adecuarse a ello y sacar partido a todo lo que las nuevas y permanentes generaciones de lectores están demandando.

5. Referencias

Campos, F. (2008). “Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales”. *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 11, núm. 63, 2008

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

- Dromi, R. (2008). *Telecomunicaciones. Interconexión y convergencia tecnológica*. Buenos Aires Hispania Libros y Ciudad Argentina.
- Fidler, R. (1998) *Mediamorfosis*. México: Granica
- Fondevila Gascón J. “El uso de hipertexto, multimedia e interactividad en periodismo digital: propuesta metodológica de ranking de calidad”. (Spanish). *Zer: Revista De Estudios De Comunicacion* [serial online]. Mayo 2014; 19(36):55-76. Disponible en Academic Search Premier, Ipswich, MA. Accessed April 28, 2015.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P. (2006) *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Intef. (2015). *Observatorio Tecnológico*. Consultado el 28 de abril de 2015. Obtenido de <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/>
- ISO 2500. (s.f) “Usabilidad” en *Iso.com* Consultado el 28 de abril de 2015. Obtenido de <http://iso25000.com/index.php/normas-iso-25000/iso-25010/23-usabilidad>
- López, L. (2002). *Evaluación de la accesibilidad y usabilidad en los sitios web de las bibliotecas públicas catalanas*. Consultado 28 de abril de 2015. Obtenido de http://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/865/EMendez_Item.pdf?sequence=1
- Travis, D. (2013) *User experience guidelines*. Consultado el 20 de abril de 2015. Obtenido de <http://www.userfocus.co.uk/resources/guidelines.html>